

# I. PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Menurut Desai (1974) dalam Saragih (2004: 45), sistem agribisnis dapat dikelompokkan menjadi empat bagian, yaitu 1) subsistem pengadaan sarana produksi, 2) subsistem produksi pertanian atau usaha tani, 3) subsistem pengolahan dan 4) subsistem distribusi. Dengan demikian, sistem agribisnis merupakan usaha bisnis yang berada dalam alur yang harmonis mulai dari pengadaan sarana produksi usaha tani hingga produksi usaha tani sampai konsumen.

Menurut Cramer dan Jensen (1991) dalam Saragih (2004 : 45), menilai bahwa dalam keterpaduan sistem agribisnis sangat penting peranannya dalam industri berbasis agribisnis. Di samping itu, kemampuan koordinasi akan menentukan kualitas keterpaduan sistem agribisnis. Koordinasi ini tidak lain merupakan keterpaduan dalam hubungan kelembagaan yang mengatur organisasi dan tata bangunan antar setiap komponen dalam sistem agribisnis.

Agroindustri mampu meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis, mampu banyak menyerap tenaga kerja, mampu meningkatkan perolehan devisa melalui peningkatan ekspor dan mampu memunculkan industri baru, karena keunggulan agroindustri inilah maka agroindustri dapat dipakai sebagai salah satu pendekatan pembangunan bagi suatu negara yang berbasis agraris (Soekartawi, 2000 : 9).

Banyak orang meyakini bahwa pembangunan agroindustri merupakan kelanjutan dari pembangunan pertanian. Bila pembangunan pertanian berhasil, maka pembangunan agroindustri pun berhasil. Begitu pula sebaliknya, bila pembangunan pertanian gagal, maka pembangunan agroindustri pun sulit untuk berkembang (Soekartawi, 2000 : 17)

Disisi lain, agroindustri merupakan usaha meningkatkan efisiensi sektor pertanian hingga menjadi kegiatan yang sangat produktif melalui modernisasi pertanian. Melalui modernisasi di sektor agroindustri dalam skala nasional, penerimaan nilai tambah dapat ditingkatkan sehingga ekspor akan lebih besar lagi (Saragih, 2004 : 204).

Upaya pengembangan sektor industri baik industri makro maupun mikro harus terus diupayakan dengan pengoptimalan seluruh potensi sumber daya yang ada. Perkembangan sektor industri memiliki peranan yang strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Salah satu sektor industri yang perlu dikembangkan yaitu industri roti. Roti merupakan salah satu makanan yang menjadi sumber karbohidrat karena berbahan dasar tepung terigu yang berasal dari gandum (Hattari, 2014).

Roti merupakan kelompok makanan berkarbohidrat yang sebaiknya dikonsumsi sekitar  $\frac{1}{2}$  dari pola makan. Roti seperti halnya pasta, kentang, nasi dan sereal lainnya, merupakan makanan sumber tenaga terbaik. Jenis makanan ini juga mengandung vitamin B kompleks untuk melepaskan energi dari makanan dan menjaga sistem pencernaan dan saraf yang sehat. Jumlah makanan berkarbohidrat yang direkomendasikan adalah 6 porsi atau lebih perhari (Marshall, 2006 : 75).

Keinginan konsumen untuk membeli suatu produk dengan merek tertentu didasarkan atas informasi yang diberikan oleh produsen. Karena konsumen lebih banyak memberikan pertimbangan pada informasi yang mereka terima secara bersamaan dengan peningkatan keterlibatan dalam setiap pembelian. Ketika konsumen menunjukkan minat yang tinggi dan konsisten terhadap sebuah produk dan seringkali menghabiskan waktunya untuk memikirkan tentang produk tersebut sebelum mereka melakukan pembelian terhadap produk tersebut (Nawang K, 2010).

Konsumen tentunya ingin mendapatkan produk dan jasa serta pemuas kebutuhan yang dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka. Banyak konsumen di Indonesia yang menjadi masyarakat konsumsi tinggi dalam membeli barang/ produk bahkan sampai ada yang membeli suatu produk ke luar negeri hanya untuk mendapatkan produk tersebut. Sebagian besar masyarakat yang mempunyai dana lebih dan berperilaku sedemikian rupa, tapi ada juga masyarakat yang biasa-biasa saja, mereka membeli produk cukup di dalam negeri, membeli barang disesuaikan dengan kebutuhan hidup dari dana yang dimiliki dan juga mencari produk yang walaupun harganya murah tapi dapat mencukupi kebutuhan mereka (Setiadi, 2003 : 24).

Keinginan konsumen tidak terbatas, tetapi alat yang dipakai untuk memenuhi keinginan tersebut yang terbatas. Permintaan konsumen pada dasarnya terjadi karena sifat alam dari manusia (*human nature*) bahwa manusia selalu ingin mengejar kepuasan berdasarkan sumber daya yang dipunyai (Soekartawi, 2000 : 53).

Menurut Supranto (2011), kepuasan konsumen harus diperhatikan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini menyebabkan penurunan penjualan. Maka dari itu, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar mengetahui atribut apa dari suatu produk yang membuat pelanggan tidak puas.

Untuk itu produsen harus memperhatikan bagaimana tanggapan konsumen terhadap produk yang dihasilkan, tidak hanya fokus dalam bidang pemasaran. Suatu perusahaan tidak hanya menghasilkan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga harus mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen dalam produk tersebut.

## **B. Rumusan Masalah**

Di tahun 2005, Finna Bakery resmi memisahkan usaha bakery dari salah satu divisinya dan menjadikan satu usaha tersendiri. Finna Bakery merupakan salah satu usaha yang didirikan oleh Hj. Djasmi Bachtiar dengan legalitas yang didapatkan pada tahun 2009. Finna bakery telah terdaftar pada Dinas Kesehatan Kota Padang no P-IRT no 2061371011398-19. Finna Bakery mempunyai outlet yang berada di Jalan Ir. H. Djuanda No 43 Padang. Usaha ini memiliki tenaga kerja sebanyak 36 orang.

Finna Bakery memiliki empat jenis roti yang terdiri dari roti manis, donat, roti tawar biasa dan roti tawar eksklusif. Masing-masing jenis tersebut memiliki beberapa macam rasa, bentuk, ukuran dan harga yang berbeda. Oleh karena itu, konsumen atau pelanggan bisa memilih produk sesuai keinginan mereka.

Untuk memberikan pelayanan kepada konsumen, saat ini telah dioperasikan beberapa armada mobil dan motor untuk menyalurkan ke super market dan mini market. Finna Bakery tidak hanya memasarkan produknya di

Padang saja. Tetapi, juga di luar kota Padang seperti salah satunya di Kota Bukittinggi dan Dharmasraya. Agar mempermudah konsumen di luar kota untuk bisa menikmati roti Finna Bakery sehingga tidak harus ke kota Padang.

Berdasarkan waktu lama berdirinya Finna termasuk usaha bakery yang sudah lama berdiri yaitu 8 tahun. Dalam jangka waktu yang lama hingga saat ini Finna Bakery masih bertahan dan bisa menghadapi persaingan usaha roti dan kue di Kota Padang. Selain Finna Bakery terdapat usaha bakery lainnya seperti Safari Bakery, Indonesia Bakery, Hoya, New Boboy's Holland Bakery & Cake dan Hoya Mitra Sejati, Pryangan Bakery dan American Bakery (Lampiran 1). Berdasarkan jumlah tenaga kerja, para pesaing tergolong dalam industri kecil dan menengah tetapi mereka sudah memiliki pelanggan tetap. Oleh karena itu Finna Bakery harus mampu menciptakan strategi agar konsumen atau pelanggan tetap memilih produk Finna Bakery.

Tingkat persaingan yang ketat membuat perusahaan harus memenuhi keinginan konsumen yang dapat membentuk, mempertahankan loyalitas konsumen dan menarik konsumen baru. Kepuasan yang tinggi terhadap produk Finna Bakery nantinya akan memberikan dampak terhadap loyalitas konsumen. Semakin puas konsumen terhadap atribut produk yang diberikan, semakin tinggi sikap loyalitas yang diberikan oleh konsumen kepada perusahaan (Hattari, 2014)

Dari data volume penjualan tahun 2015 dan 2016 dapat dilihat bahwa penjualan roti pada bulan November mengalami peningkatan. Sedangkan pada bulan Desember sampai April mengalami penurunan (Lampiran 2).

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah yang akan dikaji oleh peneliti adalah:

1. Bagaimana karakteristik konsumen roti Finna Bakery di Kota Padang?
2. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap produk roti Finna Bakery di Kota Padang?

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Roti Finna Bakery di Kota Padang”**.

### C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen roti Finna Bakery di kota Padang.
2. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk roti Finna Bakery di Kota Padang.

### D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, hasil penelitian dapat berguna untuk menambah wawasan dan pemahaman serta menjadi aplikasi ilmu pengetahuan yang telah didapatkan selama perkuliahan.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan pemasaran yang tepat sehingga dapat bersaing dalam rangka memperluas pangsa pasar.
3. Bagi pembaca, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

