

I. PENDAHULUAN

I.1.Latar Belakang

Hakekat pembangunan nasional pada dasarnya adalah membangun manusia Indonesia seutuhnya yang sehat jasmani dan rohani. Dalam membangun manusia Indonesia yang sehat jasmani, perlu diperhatikan pemenuhan gizi yang baik. Untuk itu dibutuhkan usaha yang terus menerus dalam penyediaan berbagai sumber pangan yang bergizi tinggi, baik yang berasal dari tumbuh-tumbuhan maupun hewan.

Sub sektor peternakan memiliki peranan penting dalam penyediaan produksi daging, telur, dan susu untuk memenuhi permintaan masyarakat akan sumber protein hewani yang bergizi khususnya susu. Susu merupakan salah satu sumber gizi yang diminati selain daging dan telur, karena susu mempunyai kandungan gizi yang dibutuhkan oleh manusia untuk peningkatan kecerdasan, pertumbuhan, dan kekuatan fisik. Susu merupakan salah satu bahan pangan yang memiliki nilai gizi yang lengkap dan baik yang dapat mendukung tumbuh kembang tubuh. Kandungan dalam susu selain air yaitu protein, karbohidrat, lemak, mineral, enzim-enzim, gas, serta vitamin A, C, dan D dalam jumlah memadai (Astawan 2005).

Salah satu produk susu yang telah banyak diminati oleh konsumen adalah susu pasteurisasi siap minum yang merupakan bentuk lain dari susu segar dan salah satu cara untuk memperpanjang daya tambah susu segar. Proses pengolahan susu bertujuan untuk memperoleh susu yang beraneka ragam, mempermudah

pemasaran dan transportasi, serta meningkatkan nilai tambah dan daya guna bahan mentahnya.

Susu pasteurisasi yang banyak diminati sekarang ini adalah susu pasteurisasi rumah susu kota Padang Panjang yang berlokasi di jalan Kiayi Kamarullah Kec. Bukik Surungan Kota Padang Panjang. Rumah susu ini didirikan pada tahun 2015 oleh dinas peternakan kota Padang Panjang, dengan modal awal 3,2 milyar. Usaha dijalankan oleh, Ibu Erni Wati S.Pt. dengan jumlah karyawan sebanyak 5 orang. Selain menjual susu pasteurisasi yang beraneka rasa, rumah susu ini juga menyediakan berbagai produksi hasil olahan susu lainnya seperti yoghurt, stik yogurt, susu sipadeh, kefir, stik susu, stik buah tambah eskrim, pai susu, dan risoles susu.

Berdasarkan informasi dari pengelola rumah susu, konsumen yang datang membeli produknya adalah dari kalangan keluarga, karyawan, siswa dan mahasiswa serta masyarakat yang melintas di depan rumah susu kota Padang Panjang yang berasal dari berbagai daerah. Pihak rumah susu ini juga mengatakan bahwa pelanggan yang sering melakukan pembelian dengan pemesanan berasal dari kota Pekanbaru dan Padang. Hal ini dimungkinkan karena rumah susu kota Padang Panjang terletak di sisi jalan yang menghubungkan kota Padang dengan kota-kota di dalam Propinsi Sumatra Barat dan luar propinsi Sumatra Barat, seperti Jambi dan Pekanbaru. Rata-rata usia pelanggan rumah susu ini adalah usia dewasa karna kebanyakan dari pelanggan rumah susu ini adalah dari kalangan keluarga.

Rumah susu ini setiap harinya selalu ramai di kunjungi oleh konsumen di buktikan dengan penjualan susu rata-rata perharinya 300 liter. Hal ini disebabkan mayoritas kepuasan konsumen terhadap produk susu pasteurisasi yang ada di rumah susu kota Padang Panjang. Kepuasan konsumen tentu sangat menentukan loyalitas di rumah susu tersebut. Pada jangka pendek, memperbaiki loyalitas pelanggan akan membawa *profit* pada penjualan. *Profit* merupakan motif utama konsistensi bisnis, karena dengan keuntungan maka roda perputaran bisnis dari variasi produk dan jasa yang ditawarkan maupun perluasan pasar yang dilayani. Dalam jangka panjang, memperbaiki loyalitas umumnya akan lebih profitabel, yakni pelanggan bersedia membayar harga lebih tinggi, penyediaan layanan yang lebih murah dan bersedia merekomendasikan ke pelanggan yang baru.

Loyalitas konsumen didefinisikan Oliver dan Richard L (1999) sebagai komitmen yang tinggi untuk membeli kembali suatu produk atau jasa yang disukai di masa mendatang, disamping pengaruh situasi dan usaha pemasar dalam merubah perilaku. Dengan kata lain konsumen akan setia untuk melakukan pembelian ulang secara terus-menerus.

Loyalitas konsumen tidak saja ditentukan oleh kepuasan akan kualitas produk, tetapi juga ditentukan oleh kualitas pelayanan dan harga produk. Dari sisi pelayanan terhadap konsumen, hasil survey pendahuluan yang penulis lakukan, terlihat bahwa saat konsumen datang pihak rumah susu memberikan pelayanan dengan sapaan yang manis sambil mempersilahkan duduk dan memberikan daftar menu, dan karyawan akan menjawab dan mencatat setiap pertanyaan menu yang di pesan oleh konsumen. Namun di rumah susu ini masih belum lengkap sarana dan prasarana seperti musholla dan toilet yang bagus.

Dari sisi kualitas produknya rumah susu telah memberikan rasa susu yang enak, berwarna bagus (tidak mencolok) dan memiliki bau yang tidak amis. Hanya saja kekurangannya rumah susu belum menampilkan gizi yang terkandung di dalam produknya seperti kandungan protein, lemak dan vitamin seperti pada produk susu yang sudah bermerek dan belum tertera nomor registrasi BPOM nya . Kondisi ini membuat konsumen kurang mengetahui kondisi produk yang disajikan, meskipun pihak rumah susu mengklaim bahwa produknya lebih berkualitas dibandingkan dengan produsen susu lainnya di kota Padang Panjang. Kondisi ini dapat berdampak pada tingkat loyalitas konsumen.

Bila di lihat dari sisi harga, harga dari produk susu pasteurisasi di rumah susu ini sesuai dengan kualitas produk yang diberikan di dukung oleh setmen konsumen yang mengatakan bahwa harga produk susu pasteurisasi di rumah susu ini sedikit mahal akan tetapi memiliki rasa yang enak. Harga susu pasteurisasi di rumah susu kota Padang Panjang ini sebesar Rp 10.000 sebanyak 300 mili liter sedangkan harga susu pasteurisasi pada peternakan sapi perah Permata Ibu sebesar Rp. 6.000 sebanyak 300 mili liter. Namun demikian konsumen masih tetap membeli susu pasteurisasi di rumah susu kota Padang Panjang ini. Selain dari kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan promosi juga akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen rumah susu kota Padang Panjang. Seperti periklanan di media cetak elektronik, dan promosi penjualan dari mulut ke mulut.

Agar dapat mempertahankan tingkat loyalitas konsumen maka sudah selayaknya rumah susu mengetahui sejauh mana tingkat pelayanan, kualitas produk, dan harga produk yang mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen. Hal ini sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan rumah susu kota Padang

Panjang untuk memahami bagaimana tingkat loyalitas konsumen. Dengan demikian diharapkan rumah susu kota Padang Panjang dapat bertahan atau meningkatkan penjualan susu hasil produksinya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “ **Analisis Tingkat Loyalitas Konsumen Terhadap Susu Pasteurisasi Di Rumah Susu Kota Padang Panjang**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka permasalahan yang akan di kaji dalam penelitian dapat di rumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik demografi konsumen usaha olahan susu di kafe rumah susu Kota Padang Panjang.
2. Bagaimana tingkat loyalitas konsumen terhadap produk olahan susu rumah susu di kota Padang panjang.
3. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen rumah susu kota Padang Panjang.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis karakteristik demografi konsumen usaha olahan susu di rumah susu Kota Padang Panjang.
2. Menganalisis tingkat loyalitas konsumen usaha olahan susu Rumah Susu Kota Padang Panjang.
3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen rumah susu kota Padang Panjang.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi produsen hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai masukan informasi mengenai karakteristik dan tingkat loyalitas konsumen agar meminimalisir konsumen yang beralih ke produk pesaing
2. Sebagai informasi tambahan bagi pengambil kebijakan (*stakeholders*) dalam menganalisa pola perilaku konsumen susu pasteurisasi.
3. Bagi mahasiswa, penelitian ini adalah sarana mengaplikasikan teori-teori yang telah di pelajari di perkuliahan.

