

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Peranan sektor pertanian dalam pembangunan di Indonesia tidak perlu diragukan lagi. GBHN pun telah memberikan amanat bahwa prioritas pembangunan diletakkan pada pembangunan bidang ekonomi dengan titik berat pada sektor pertanian. Pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha (Soekartawi, 2001: 11) .

Agroindustri mampu memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mendapatkan lapangan kerja dan pendapatan yang lebih layak. Menurut Soekartawi (2000: 19-38), agroindustri dapat diartikan dua hal, yaitu pertama, agroindustri adalah industri berbahan baku dari produk pertanian yang menekankan pada proses pengolahan hasil pertanian (*food processing management*). Kedua adalah bahwa agroindustri itu diartikan sebagai suatu tahapan pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian. Tetapi sebelum tahapan pembangunan tersebut mencapai tahapan pembangunan industri.

Menurut Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian (2017) sektor industri di Kota Padang didominasi oleh industri kecil yang mengolah hasil pangan, ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah unit usaha dan tenaga kerja pada industri kecil yang mengolah hasil pangan yang dapat memberikan nilai tambah bagi perekonomian di Kota Padang (Lampiran 1). Peningkatan jumlah industri kecil di Kota Padang, diharapkan dapat meningkatkan posisi daya saing. Sehingga pemulihan perekonomian daerah akan lebih cepat tercapai apabila peran industri kecil dan menengah dapat terus ditingkatkan.

Beberapa industri kecil pangan di dalam kegiatan usahanya menggunakan bahan baku yang berasal dari komoditi pertanian. Diantarannya adalah usaha yang menggunakan bahan baku kedelai. Menurut Suhaeni (2007: 9) kedelai merupakan bahan makanan yang dikenal masyarakat karena harganya terjangkau, rasanya enak dan gurih, dan nilai gizinya tinggi.

Menurut Atman (2014: 2) dalam kelompok tanaman pangan, di Indonesia kedelai merupakan komoditas terpenting ke tiga setelah padi dan jagung disamping sebagai bahan pakan dan industri olahan. Singgih (2013: 3) berpendapat biji kedelai yang mengandung protein cukup tinggi. Sekitar 40% mempunyai beragam manfaat. Baik untuk keperluan industri (besar dan rumah tangga), pangan maupun pakan. Kedelai dapat diolah menjadi berbagai bahan makanan, diantaranya tahu. Tahu merupakan ekstrak kedelai yang telah digumpalkan dengan asam, ion, kalsium atau bahan penggumpal lainnya (Cahyadi, 2012: 58).

Salah satu industri tahu di Kota Padang yaitu usaha Tahu Alami. Usaha ini diberi nama Tahu Alami karena dalam pengolahannya tidak menggunakan bahan kimia berbahaya seperti bahan pewarna ataupun pengawet pengolahannya. Usaha Tahu Alami ini telah diteliti oleh perwakilan dari Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BBPOM), Departemen Kesehatan dan Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kota Padang dan telah dinyatakan produk tahu yang dihasilkan negatif mengandung formalin.

Perkembangan bisnis usaha tahu menyebabkan persaingan antar produsen tahu yang semakin hari semakin meningkat. sehingga sudah seharusnya produsen tahu meningkatkan kapasitas dan kualitas produksinya agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan dapat menghasilkan produk yang memiliki daya saing dengan produk dari produsen lainnya. Akibat adanya persaingan tersebut. Maka salah satu yang harus diperhatikan oleh produsen adalah kepuasan konsumen terhadap tahu yang diproduksi. Hal ini sangat penting karena dengan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, maka tingkat loyalitas konsumen terhadap produk tersebut akan semakin tinggi. Sehingga keberadaan produsen tersebut akan terus terjaga dengan baik dan dapat lebih berkembang.

Sumarwan (2011: 96) menyatakan bahwa konsumen sering kali memutuskan pembelian suatu produk berdasarkan persepsinya terhadap produk tersebut. Memahami persepsi konsumen adalah penting bagi para pemasar dan produsen. Dua orang konsumen yang menerima dan memperhatikan suatu stimulus yang sama, mungkin akan mengartikan stimulus tersebut berbeda.

Bagaimana seseorang memahami stimulus akan sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai, harapan dan kebutuhannya, yang sifatnya sangat individual.

Oleh sebab itu, penelitian mengenai persepsi konsumen perlu dilakukan agar dapat digunakan oleh pimpinan perusahaan sebagai informasi yang menjadi dasar dalam membuat keputusan pemasaran yang tepat dan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga perusahaan dapat bertahan dalam persaingan.

## **B. Perumusan Masalah**

Kacang kedelai banyak mengandung protein dan lemak. Kandungan lemak kedelai tidak begitu tinggi (16-20%). Kedelai juga mengandung asam-asam tak jenuh yang dapat mencegah timbulnya *arterio scleriosis* (pengerasan pembuluh-pembuluh nadi). Maka nilai kedelai bagi kesehatan sangat tinggi dengan faktor cerna 75-80% dan asam-asam amino yang menyusun protein serupa yang terdapat pada *Casein*. Asam amino pada kedelai juga sangat berguna untuk mencerna karbohidrat (AAK, 1991: 13-14).

Usaha Tahu Alami adalah salah satu industri pengolahan hasil pertanian yang mengolah kedelai menjadi tahu. Usaha "Tahu Alami" merupakan industri perseorangan yang telah berdiri sejak tahun 1999. Usaha Tahu Alami ini telah memiliki izin usaha dengan nomor surat 0655/03.07/PK/SIUP/VI/2015. Industri Tahu Alami ini merupakan industri dengan skala kecil (Lampiran 2).

Usaha ini memiliki 8 orang tenaga kerja untuk bagian produksi (Lampiran 3). Berdasarkan pembagian kerjanya pemilik usaha Tahu Alami yaitu pasangan suami istri ibuk Ummi Habibah dan bapak Muakhir merupakan pemilik/pengelola, bagian keuangan dan pemasaran. Untuk tenaga kerja yang diperlukan pada bagian produksi usaha Tahu Alami ini tidak memerlukan keahlian khusus, yang penting mempunyai kemauan bekeja dan belajar, serta juga fisik yang kuat, maka apapun jenis pekerjaan dalam proses Tahu Alami dapat dilakukan oleh semua tenaga kerja. Untuk tenaga kerja Tahu Alami hanya merekrut tenaga kerja laki-laki saja. Karna menurut pemilik pekerjaan produksi Tahu Alami termasuk pekerjaan yang berat dan tidak bisa dilakukan oleh perempuan. Sebelum melakukan proses produksi tenaga kerja yang baru diterima,

pemilik usaha memberikan arahan cara pengolahan Tahu Alami yang baik dan benar sehingga Tahu Alami yang dihasilkan sesuai dengan mutu dan kualitas.

Produk Tahu Alami bisa didapatkan langsung di perusahaan maupun di pasar tradisional. Tahu alami yang ada di perusahaan dapat dibeli langsung oleh pedagang pengecer dan konsumen akhir. Untuk di pasar tradisional Tahu Alami dapat ditemukan melalui pedagang pengecer yang terdapat di 4 pasar yaitu di Pasar Lubuk Buaya, Pasar Tabing, pasar Pagi dan Pasar Siteba.

Berdasarkan survei pendahuluan diketahui bahwa produksi “Tahu Alami” pada bulan Agustus 2016 turun sebesar 21,09% dari produksi pada bulan Juli 2016 . Pada bulan November 2016 kembali terjadi penurunan jumlah produksi sebesar 12,5% dari bulan sebelumnya. Kemudian pada bulan Desember turun sebesar 6, 23% dari bulan sebelumnya. Pada bulan Februari kembali turun sebesar 6,32% dari bulan sebelumnya. Pada bulan Mei mengalami penurunan sebesar 1,51% dari bulan sebelumnya. Sedangkan pada bulan Juni 2017 terjadi penurunan sebesar 26,63% dari bulan sebelumnya (Lampiran 4). Penurunan produksi ini dikarenakan adanya berbagai informasi yang diterima oleh konsumen dan juga karena selera konsumen yang selalu berubah. Maka dari itu perlu dilihat persepsi konsumen terhadap atribut-atribut yang mempengaruhi persepsi terhadap produk Tahu Alami.

Pertumbuhan usaha Tahu di kota Padang mengakibatkan tingginya tingkat persaingan antar produsen tahu. Banyaknya industri tahu di Kota Padang dapat dilihat dari beberapa industri tahu yang terdaftar di Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kota Padang (Lampiran 5). Memahami kebutuhan dan persepsi konsumen merupakan suatu hal yang penting dilakukan agar konsumen tidak beralih kepada pesaing.

Penelitian mengenai tingkat persepsi konsumen perlu dilakukan, karena jika persepsi konsumen terhadap kinerja produk yang ditawarkan oleh pihak industri jika belum sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen atau pelanggan akan kecewa atau tidak puas. Apabila konsumen atau pelanggan merasa tidak puas terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen, maka konsumen dapat beralih kepada produk lain yang semakin kompetitif, disamping menarik konsumen atau pelanggan baru, pelaku usaha harus mampu

mempertahankan konsumen yang sudah ada. Oleh sebab itu, agar usaha tahu alami mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, maka perlu diketahui persepsi konsumen terhadap Tahu Alami. Penelitian ini bertujuan untuk memberi masukan terkait dengan pengembangan usaha lebih baik kedepannya.

Agar usaha Tahu Alami mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen atau pelanggannya, maka perlu diketahui persepsi konsumen terhadap produk Tahu Alami. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “**Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Usaha Tahu Alami Di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang**” dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana profil usaha Tahu Alami ?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap atribut kualitas tahu alami di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mendeskripsikan profil usaha Tahu Alami.
2. Menganalisis persepsi konsumen terhadap atribut kualitas tahu alami di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak lain yang terlibat dalam penelitian ini, manfaat dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagi penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas mengenai persepsi konsumen dan variabel yang mempengaruhinya.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

### 3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan untuk memproduksi tahu sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dalam persaingan antar produsen produk tahu.

