

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri peternakan termasuk salah satu subsektor dalam sektor pertanian yang dapat meningkatkan perekonomian nasional. Pengembangan Industri Agribisnis merupakan suatu upaya yang sangat penting untuk mencapai beberapa tujuan. Tujuan itu antara lain, menarik dan mendorong munculnya industri baru di sektor pertanian, menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, efisien dan fleksibel. Selain itu pengembangan agribisnis juga bertujuan untuk menciptakan nilai tambah, meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki pembagian pendapatan (Soekartawi, 2003).

Salah satu diantara hasil komoditi peternakan yang telah dikenal luas adalah susu. Susu merupakan komoditas penting dan strategis. Dari aspek kandungan nilai gizi, susu dapat memenuhi kebutuhan gizi bagi masyarakat dan mencegah terjadinya *lost generation* (generasi yang penuh dengan keterbatasan, seperti kualitas individu yang rendah, baik ditinjau dari segi kesehatan, kecerdasan dan kemampuan berpikir, maupun mental). Susu juga memiliki nilai ekonomi untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat sebagai penyedia lapangan kerja (Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, 2009).

Susu merupakan salah satu hasil produk ternak yang bernilai gizi tinggi karena didalam susu mengandung berbagai zat makanan yang lengkap dan seimbang seperti protein, lemak, karbohidrat mineral, dan vitamin yang sangat dibutuhkan oleh tubuh manusia. Namun, pada kenyataannya konsumsi susu di Indonesia masih rendah. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021 konsumsi susu Indonesia sebesar 16,27 kg/kapita/tahun. Sedangkan untuk standar

kebutuhan susu per kapita per tahun yang tertinggi menurut Organisasi Pangan dan Pertanian Dunia (FAO) adalah lebih dari 150 kg/kapita/tahun. Oleh karena itu, untuk meningkatkan minat masyarakat dalam mengkonsumsi susu maka dibuat berbagai olahan seperti yogurt, susu pasteurisasi dan es krim.

Produk susu yang sekarang telah banyak diminati oleh konsumen adalah susu pasteurisasi siap minum yang merupakan bentuk lain dari susu segar dan salah satu cara untuk memperpanjang daya tahan susu segar. Proses pengolahan susu bertujuan untuk memperoleh susu yang beraneka ragam, berkualitas tinggi, berkadar gizi tinggi, tahan simpan, mempermudah pemasaran dan transportasi, serta meningkatkan nilai tukar dan daya guna bahan mentahnya.

Saat ini mulai banyak bermunculan outlet-outlet susu di berbagai daerah di Sumatra Barat, yang menyediakan susu segar maupun susu pasteurisasi, termasuk di Kota Padang. Beberapa outlet susu yang ada di Kota Padang diantaranya yaitu Sentra Susu Sapi Sumbar, Milk Broo, Freak Milk, Milkyway dan Milk Square. Outlet-outlet ini ada yang berada di pusat kota dan sekitar kampus yang ada di Kota Padang. Outlet susu dibuat dengan kenyamanan dan didesain dengan konsep menarik yang membuat pengunjung tak hanya menikmati minum susu tetapi juga membuat terbawa akan suasana nyaman. Selain sebagai tempat yang menyediakan produk minuman susu, outlet susu juga dimanfaatkan sebagai tempat bersantai dan bercengkrama.

Sentra Susu Sapi Sumbar merupakan salah satu outlet susu yang ada di Kota Padang berlokasi di Jln. Rasuna Said No.84, Simpang Telkom, Kec. Padang Utara. Outlet susu ini didirikan pada tahun 2012. Adapun menu yang disediakan di Sentra Susu diantaranya ada susu pasteurisasi, *Yoghurt*, es krim dan *coffee*. Susu sapi murni

yang menjadi bahan pokok usaha ini diperoleh langsung dari peternakan sapi terbaik yang telah diseleksi dari seluruh Sumatera Barat. Namun, kebanyakan susu sapi dari Sentra Susu diambil dari daerah Padang Panjang dan Solok. Konsumen pada Sentra Susu berasal dari kalangan anak-anak hingga orang dewasa. Outlet ini buka setiap hari nya dengan penjualan terbanyak biasanya pada Sabtu malam dan Hari Minggu karena berada di kawasan *car free day* serta berdekatan dengan GOR H. Agus Salim sebagai pusat olahraga.

Sentra Susu Sapi Sumbar memiliki beberapa menu, namun menu yang paling diminati yaitu susu pasteurisasi dengan berbagai rasa dan *yoghurt*. Menurut konsumen, menu produk susu dari Sentra Susu memiliki rasa yang enak, namun produk susu seperti *yoghurt* terkadang tidak tersedia dikarenakan stok susu yang sudah habis yang menimbulkan kekecewaan pada konsumen. Dalam pengemasan produk pada outlet Sentra Susu seperti susu pasteurisasi dilakukan secara sederhana menggunakan cup kertas jika minum langsung ditempat, namun jika *take away* maka pengemasan menggunakan kantong plastik. Sedangkan untuk pengemasan *yoghurt* hanya menggunakan cup kertas. Sentra susu belum menggunakan logo pada pada kemasan yang digunakan, kemudian masih menggunakan kantong plastik untuk kemasannya, hal ini membuat produk pada Sentra Susu menjadi kurang menarik bagi konsumen.

Harga merupakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen. Harga yang tepat adalah harga yang terjangkau bagi semua kalangan konsumen. Dalam hal ini, Sentra Susu menjual produk dengan kisaraan harga Rp 22.000/ liter untuk susu pasteurisasi tanpa rasa, kemudian untuk susu pasteurisasi dengan berbagai rasa dijual dengan harga Rp 27.000/ liter kemudian susu pasteurisasi berbagai rasa yang

dikonsumsi langsung dijual dengan harga 8.000/cup, sementara untuk *yoghurt* dijual dengan harga RP 10.000. Namun, dengan harga yang ditetapkan belum diketahui sesuai dengan daya beli konsumen karena konsumen dari Sentra Susu Sapi Sumbar umumnya pelajar dan mahasiswa, yang datang sore hingga malam hari. Pelajar dan mahasiswa biasanya sangat mempertimbangkan harga dalam mengkonsumsi produk.

Tempat yang menarik bagi konsumen adalah tempat yang strategis dan efisien. Lokasi usaha juga mempengaruhi saluran distribusi produk yang dipasarkan. Sentra Susu Sapi Sumbar berlokasi di Jln. Rasuna Said No.84, Simpang Telkom, Kec. Padang Utara yang merupakan outlet sekaligus tempat pengolahan produk susu. Lokasi ini juga strategis dikarenakan berdekatan dengan GOR Agus Salim yang ramai dikunjungi orang. Di dalam outlet terdapat sedikit ruang untuk menyimpan bahan dan tempat pengolahan produk susu. Kemudian disediakan beberapa tempat duduk bagi yang ingin minum di tempat sambil bersantai. Untuk memperluas saluran distribusi, Sentra Susu menyediakan layanan *delivery order* dan *market place*. Strategi *place* yang diterapkan Sentra Susu sudah tepat, namun untuk ukuran outlet masih kecil dan lahan parkir yang masih belum memadai.

Selain kualitas dan harga produk, keberhasilan dalam mendapatkan keuntungan suatu usaha dapat dilakukan dengan media promosi. Promosi adalah cara megkomunikasikan barang dan jasa yang ditawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli. Tujuan promosi adalah untuk memperkenalkan barang atau jasa agar diketahui, dibutuhkan oleh konsumen. Bentuk promosi dapat melalui media cetak, media elektronik, maupun dunia maya. Promosi yang dilakukan Sentra Susu adalah melalui internet dan media sosial. Promosi yang dilakukan Sentra Susu

melalui media tersebut belum maksimal dan tidak konsisten, kemudian promosi yang dilakukan juga kurang menarik dan kurang informatif tentang produk dari Sentra Susu itu sendiri.

Manajemen sumber daya manusia juga diperlukan dalam suatu usaha agar usaha tersebut berjalan dengan baik. Pada outlet Sentra Susu Sapi Sumbar terdapat *owner*/pemilik outlet dan dua orang karyawan. Dalam pembagian tugasnya *owner* sebagai pemilik yang mengelola outlet kemudian menyediakan bahan baku dan keperluan lainnya. Sedangkan karyawan dibagi menjadi dua shift yaitu karyawan perempuan untuk shift siang dan karyawan laki-laki untuk shift malam. Dalam melayani konsumen karyawan di Sentra Susu sangat ramah dan juga berpenampilan baik, namun dikarenakan salah satu karyawan dari Sentra Susu tergolong masih baru sehingga ketika konsumen menanyakan tentang produk masih belum bisa menjelaskannya dengan baik.

Proses pengolahan produk susu pada outlet Sentra Susu Sapi Sumbar dimulai saat outlet dibuka yaitu pada pukul 08.00. prosesnya dimulai dari pengolahan susu pasteurisasi setelah itu lanjut ke pembuatan yoghurt. Kemudian untuk proses pelayanan konsumen, karyawan di Sentra Susu selalu cepat dan cekatan dalam melakukan penanganan maupun penyajian produk yang diminta oleh konsumen.

Outlet Sentra Susu Sapi Sumbar memiliki desain interior yang khas yaitu dengan gambar sapi yang dibuat dengan *aesthetic* yang bergaya anak muda, kemudian untuk tempat duduk dibuat dengan gaya simpel yang cocok untuk bersantai, namun warna interior yang dipilih terlalu monoton sehingga membuat outlet menjadi kurang cerah. Kemudian outlet juga belum dilengkapi dengan

fasilitas seperti toilet dan juga meja serta kursi yang belum memadai untuk pengunjung dalam jumlah yang banyak.

Sentra Susu Sapi Sumbar ini diminati oleh masyarakat dan terdapat dikawasan strategis. Walaupun usaha ini masih kecil tapi memiliki prospek berkembang yang bagus sehingga perlu bauran pemasaran yang tepat agar konsumen merasa puas dengan produk yang dijual. Kepuasan konsumen menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan sebuah usaha agar memperoleh keuntungan.

Tingkat kepuasan konsumen akan membawa dampak positif bagi kelangsungan usaha. Konsumen yang merasa puas terhadap suatu produk, cenderung akan melakukan pembelian ulang bahkan merekomendasikannya pada orang lain.

Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul

“Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Susu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sentra Susu Sapi Sumbar Di Kota Padang”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik konsumen Sentra Susu Sapi Sumbar di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen Sentra Susu Sapi Sumbar di Kota Padang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen Sentra Susu Sapi Sumbar di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen Sentra Susu Sapi Sumbar di Kota Padang.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang pemasaran, dan dapat menjadi informasi bagi peneliti selanjutnya terkait dengan pemasaran.
2. Bagi produsen, penelitian ini diharapkan dapat membantu mengevaluasi kinerja bauran pemasarannya dan menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun strategi bauran pemasaran kedepannya
3. Bagi pemerintah, diharapkan menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan di bidang pemasaran susu.

