

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peranan sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi suatu negara menduduki posisi yang sangat penting. Sektor pertanian menyumbang persentase yang cukup besar dalam perekonomian Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik Indonesia pada tahun 2016, pertanian menyumbang 13,47% terhadap distribusi PDB atas dasar harga (lampiran 1). Kontribusi sektor pertanian penyumbang kedua terhadap PDB setelah industri pengolahan. Disamping perannya yang besar, produk sektor pertanian memiliki beberapa kendala dalam pengusahaannya. Karakteristik produk pertanian yaitu mudah busuk, cepat rusak, dan memerlukan ruang yang besar tetapi bernilai rendah (Sudiyono, 2004). Hal ini tentunya menjadi kendala bagi produsen produk pertanian. Selain itu, rendahnya harga produk pertanian disebabkan oleh karakteristik produk sehingga perlu segera dijual setelah dipanen agar petani tidak merugi. Oleh karena itu diperlukannya pengolahan lebih lanjut terhadap produk pertanian agar dapat mengatasi masalah produk pertanian tersebut.

Sektor pertanian terbagi atas beberapa subsektor, diantaranya subsektor hortikultura. Hortikultura merupakan salah satu subsektor pertanian yang potensial dalam memberikan kontribusi yang besar terhadap pembangunan ekonomi dan memegang peranan penting dalam sumber pendapatan petani, perdagangan, maupun penyerapan tenaga kerja. Komoditas tanaman hortikultura di Indonesia dapat dibagi menjadi empat kelompok besar, yaitu tanaman buah-buahan, tanaman sayuran, tanaman biofarmaka, dan tanaman hias (Lola, 2016). Salah satu tanaman buah-buahan yang memiliki potensi yang baik adalah pisang.

Pisang merupakan buah-buahan terbanyak ketiga di Kota Padang setelah durian dan rambutan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Padang, produksi pisang pada tahun 2016 mencapai 4774 ton (lampiran 2). Produksi pisang yang melimpah ini mengakibatkan perlunya olahan lebih lanjut terhadap pisang. Hal ini dikarenakan buah pisang memiliki karakteristik yang cepat busuk dan mudah rusak.

Pisang bisa diolah menjadi makanan ringan yang mengenyangkan, seperti keripik pisang, pisang salai, nugget pisang, sate pisang, dan berbagai olahan pisang lainnya. Salah satu bentuk agroindustri dari olahan pisang yaitu pisang salai. Menurut Indradewi (2016), pisang salai adalah jenis makanan yang dibuat dari buah pisang yang telah melewati matang konsumsi. Pisang salai merupakan sarana alternatif untuk menghindari pembusukan buah pisang, yang diolah dengan cara pengeringan. Makanan ini memiliki rasa yang khas dengan daya simpan cukup lama. Mutu pisang salai sangat dipengaruhi oleh warna, rasa, aroma dan daya simpannya.

Produk pisang salai merupakan salah satu produk olahan pisang yang memiliki nilai ekonomis yang sangat menguntungkan. Hal ini dikarenakan produk pisang salai dapat memberikan nilai tambah dan juga memperpanjang masa simpan buah pisang. Selain itu, produk pisang salai menghasilkan keuntungan yang lebih besar dibanding produk olahan pisang sejenisnya, yaitu keripik pisang. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian oleh Pratiwi dkk. (2014) yang menyatakan bahwa usaha pisang salai menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan keripik pisang.

Pisang salai biasanya dijadikan sebagai salah satu bentuk oleh-oleh khas daerah yang sering dijumpai di toko oleh-oleh. Namun, pisang salai bukan satu-satunya makanan olahan yang dijadikan oleh-oleh khas daerah. Konsumen memiliki banyak opsi pilihan produk apa yang akan mereka konsumsi. Masih banyak olahan dari bahan baku pertanian dengan inovasi yang beragam, mulai dari bentuk, rasa, warna dan harga. Untuk bersaing dengan produk lainnya, perlu dilihat apa saja yang menjadi faktor penentu perilaku konsumen terhadap pembelian suatu produk. Oleh karena itu, produsen perlu mengetahui apa saja faktor-faktor yang menjadi perspektif konsumen dalam pembelian suatu produk.

B. Rumusan Masalah

Menurut Diah (2018), Kota Padang masuk pada kota besar yang terletak di wilayah pantai barat Pulau Sumatera, sekaligus menjadi ibu kota dari Provinsi Sumatera Barat. Kota Padang juga merupakan salah satu gerbang masuk

Indonesia dari bagian barat Samudera Hindia. Kota ini memiliki luas 694,96 km² secara geografi kota ini berbatasan langsung dengan laut dan dikelilingi perbukitan dengan ketinggiannya yang mencapai 1.853 mdpl. Selain itu, Kota Padang merupakan salah satu dari tiga kawasan metropolitan di Sumatera, selain Kota Medan dan Kota Palembang.

Berdasarkan data laju pertumbuhan ekonomi di Sumatera Barat, kota Padang merupakan kota yang memiliki pertumbuhan ekonomi paling tinggi dibanding kabupaten/kota lainnya. Kota Padang pada tahun 2016 memiliki pertumbuhan ekonomi sebesar 6.21% (lampiran 3). Dan berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Padang, industri pengolahan menyumbang persentase Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) lapangan usaha terbesar ketiga di kota Padang. Industri pengolahan hampir mencapai 15% dari keseluruhan penyumbang PDRB di Kota Padang (lampiran 4).

Menurut Asriandy (2016), suatu kota yang berkembang dengan baik dapat dilihat dari semakin majunya sektor pariwisata ditempat tersebut. Pariwisata merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya alam yang dapat bernilai ekonomi tinggi bagi suatu daerah yang mengelola sumber daya alam menjadi suatu tempat wisata yang dapat menarik pengunjung baik dari dalam maupun dari luar negeri, disamping bernilai ekonomi yang tinggi, pariwisata dapat menumbuhkan dan meningkatkan rasa bangga terhadap bangsa sehingga akan tumbuh masyarakat yang lebih peduli terhadap suatu bangsa (Ian, 2016). Perkembangan sektor pariwisata dapat meningkatkan minat wisatawan untuk menjadikan daerah tersebut sebagai tujuan destinasi wisata. Selain itu, perkembangan sektor wisata juga menimbulkan maraknya wisata kuliner. Kuliner yang disajikan kebanyakan berbahan baku dari sektor pertanian yang tumbuh subur di daerah tersebut (Ian, 2016). Perkembangan pariwisata Kota Padang juga dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh masyarakatnya dan para wisatawan yang berkunjung.

Pantai Padang merupakan salah satu objek wisata alam yang digemari wisatawan maupun masyarakat lokal di Kota Padang. Pantai Padang bisa dijadikan objek untuk bersantai dan berkumpul bersama keluarga, teman dan orang terdekat lainnya. Perkembangan Pantai Padang yang semakin baik dan

terstruktur menyebabkan minat wisatawan untuk berkunjung semakin meningkat (lampiran 5). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Padang, jumlah wisatawan yang berkunjung dari tahun ke tahun semakin banyak. Pada tahun 2016, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Padang mencapai 3.673.493 pengunjung. Hal ini berarti terdapat kenaikan sebanyak 317.721 pengunjung dibanding tahun sebelumnya.

Semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung, menyebabkan semakin besarnya peluang bisnis yang ada. Semakin bertambahnya usaha baru yang dibuka, terutama disekitar lokasi wisata Pantai Padang. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan UMKM di Kota Padang (lampiran 6). Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang pada tahun 2016, UMKM mengalami peningkatan sebanyak 2.062 UMKM dibanding tahun sebelumnya. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang dalam Roliza (2017), jumlah UMKM sektor kuliner di Kota Padang meningkat dari tahun 2015 sebanyak 4.809 UMKM kuliner menjadi 5.176 UMKM kuliner. Peningkatan ini tentunya menyebabkan persaingan kuliner di Kota Padang semakin meningkat pula.

Salah satu usaha agroindustri yang dijadikan peluang usaha untuk ditawarkan ke wisatawan yaitu Pisang Salai. Pisang salai merupakan buah segar yang telah mengalami pengeringan (dehidrasi) dengan atau tanpa pengasapan sampai mencapai kadar air tertentu. Pisang salai tradisional memiliki warna coklat kehitaman dengan aroma yang sangat khas. Pisang salai ialah salah satu hasil olahan pisang yang dijadikan sebagai oleh-oleh khas daerah (Emli, 2000).

Pisang Salai merupakan salah satu makanan oleh-oleh yang ditawarkan diberbagai toko oleh-oleh di Kota Padang. Rasa pisang salai yang manis dan enak, menjadi salah satu alasan konsumen mengkonsumsi pisang salai. Selain rasanya yang enak dan gurih, pisang salai juga memiliki daya tahan simpan yang cukup lama. Pisang salai banyak diproduksi dan dititipkan diberbagai toko oleh-oleh, dengan berbagai macam merk produksi (lampiran 7). Pisang salai bersaing dengan keripik olahan lainnya yang disediakan di toko oleh-oleh, seperti keripik balado dan aneka keripik maupun oleh-oleh khas lainnya.

Pertumbuhan UMKM sektor kuliner yang semakin meningkat menjadi tantangan bagi para produsen pisang salai dalam mempertahankan konsumennya.

Semakin banyaknya inovasi olahan yang mengikuti *trend*, maka semakin ketat persaingan antar para pengusaha kuliner. Para pengusaha semakin bersaing menciptakan produk dengan aneka varian rasa dan bentuk, serta harga yang bersaing. Hal ini membuat para produsen harus memiliki sesuatu yang unik agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk mereka. Persaingan ini juga menyebabkan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan untuk jenis makanan ringan mana yang dapat memberikan pelayanan dan kualitas serta kepuasan produk terbaik. Produsen pisang salai harus mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk olahan pisang salai mereka. Produsen harus mampu mengetahui apa yang sebenarnya konsumen inginkan dalam sebuah produk sehingga pada akhirnya konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian pada produk tersebut.

Adanya kekhasan antara masing-masing usaha makanan ringan membuat produsen melakukan berbagai inovasi agar mampu bertahan di tengah persaingan. Konsumen memiliki penilaian tersendiri yang dapat mempengaruhinya dalam memilih produk apa yang ingin dibeli dan dikonsumsi. Konsumen sekarang semakin tidak mudah diprediksi bahkan mereka menjadi semakin kritis, semakin menuntut dan tidak mudah puas. Oleh karena itu, untuk mempertahankan konsumen lama ataupun menambah konsumen baru, produsen dituntut untuk bisa menempatkan posisinya dan melaksanakannya bisnisnya secara jitu, sehat dan cerdas sehingga mengalahkan pesaingnya. Karakteristik konsumen yang berbeda-beda dikarenakan adanya perbedaan dari latar belakang demografi konsumen seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan maupun pendapatannya akan mempengaruhi keputusan pembelian sebuah produk. Perlunya menganalisis faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian pisang salai dibutuhkan untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen dan mencapai kepuasan yang diharapkan konsumen sehingga produsen dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan target perusahaan untuk menghadapi persaingan bisnis makanan ringan di Kota Padang.

Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan pembelian konsumen pisang salai di Kota Padang?
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi faktor penentu keputusan pembelian produk pisang salai di Kota Padang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui proses pengambilan keputusan pembelian konsumen pisang salai di Kota Padang.
2. Menganalisis faktor-faktor apa saja yang menjadi faktor penentu keputusan pembelian produk pisang salai di Kota Padang

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis, penelitian ini menjadi sebuah pembelajaran dalam menerapkan konsep dan teori yang telah dipelajari selama kegiatan perkuliahan.
2. Bagi produsen, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dalam meningkatkan pelayanan dan kualitas produk agar dapat mempertahankan konsumennya.
3. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai kegiatan yang terjadi di lapangan sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan sebagai sumber literature.