

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian dalam pembangunan di Indonesia memiliki peran yang sangat penting. Fokus utama pembangunan ekonomi di Indonesia diarahkan pada sektor pertanian. Pertanian juga dipandang sebagai suatu sistem yang dinamakan agribisnis. Agribisnis merupakan bisnis berbasis usaha pertanian atau bidang lain yang mendukungnya, baik di sektor hulu maupun di sektor hilir. Konsep agribisnis adalah pendekatan suatu konsep yang utuh mulai dari proses produksi, pengolahan hasil, pemasaran hingga aktivitas lain yang berhubungan dengan kegiatan pertanian. Sebagai suatu sistem, agribisnis dapat diartikan sebagai rangkaian kegiatan dengan beberapa subsistem yang saling mempengaruhi satu sama lain. Subsistem tersebut yaitu subsistem faktor input pertanian, subsistem produksi pertanian, subsistem pengolahan hasil pertanian, subsistem pemasaran dan subsistem kelembagaan penunjang (Soekartawi, 2003).

Pengolahan hasil pertanian adalah komponen kedua dalam agribisnis, setelah produksi pertanian. Komponen pengolahan hasil pertanian menjadi penting karena pertimbangan diantaranya yaitu meningkatkan nilai tambah, sebab dengan pengolahan hasil yang baik, nilai barang pertanian dapat meningkat karena barang tersebut lebih mampu bersaing dipasar. Selain itu, pengolahan hasil juga berkontribusi pada peningkatan kualitas produk, keterampilan, dan pendapatan para produsen. Pengolahan hasil sering pula dikaitkan sebagai kegiatan agroindustri. Menurut Soekartawi (2001) agroindustri dapat diartikan menjadi dua hal, pertama agroindustri merujuk pada industri yang menggunakan produk pertanian sebagai bahan baku utamanya, arti yang kedua adalah agroindustri sebagai suatu fase dalam pembangunan yang merupakan kelanjutan dari proses pembangunan di sektor pertanian.

Agroindustri memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, mampu menyerap tenaga kerja, serta meningkatkan penerimaan devisa melalui peningkatan ekspor. Selain itu, agroindustri juga dapat mendorong munculnya industri baru. Oleh karena berbagai keunggulan tersebut, maka agroindustri dapat dijadikan sebagai salah satu pendekatan dalam pembangunan

bagi suatu negara yang berbasis agraris (Soekartawi, 2000). Disisi lain, agroindustri berfungsi untuk meningkatkan efisiensi di sektor pertanian hingga menjadikan kegiatan yang sangat produktif melalui penerapan modernisasi. Penerapan modernisasi dalam agroindustri secara nasional, penerimaan nilai tambah dapat ditingkatkan sehingga ekspor akan lebih besar lagi (Saragih, 2004).

Upaya pengembangan sektor industri, baik yang berskala makro maupun mikro harus dilakukan dengan pengoptimalkan semua potensi sumber daya yang tersedia. Kecenderungan masyarakat Indonesia untuk merasakan makanan siap saji ini menyebabkan banyak bermunculan industri-industri baru di bidang makanan sebab mereka menganggap sektor industri *food* dan *beverages* memiliki prospek yang menguntungkan baik masa sekarang ataupun yang akan datang. 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 termasuk dalam kategori makanan yang kaya akan karbohidrat dan sebaiknya menjadi bagian dari setengah pola makan harian. Seperti pasta, kentang, sereal lainnya, roti merupakan salah satu sumber energi yang optimal. Jenis makanan ini juga mengandung vitamin B kompleks untuk menjaga sistem pencernaan dan saraf yang sehat. Jumlah makanan berkarbohidrat direkomendasikan sekitar 6 porsi atau lebih setiap hari (Marshall, 2006). Terlihat pada Lampiran 1 diketahui bahwa produksi roti di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa industri roti di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat dan permintaan konsumen terhadap produk roti terus meningkat. Peningkatan produksi roti mencerminkan peningkatan konsumsi masyarakat terhadap roti sebagai salah satu produk makanan yang semakin digemari. Pertumbuhan ini dapat menunjukkan adanya peningkatan jumlah pesaing di industri roti, baik dari skala kecil seperti usaha rumah tangga hingga skala besar seperti pabrik roti modern.

Konsumen merupakan elemen penting dalam pemasaran produk, dan para pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk memastikan kepuasan konsumen terhadap produk yang mereka tawarkan. Kepuasan konsumen tercapai ketika harapan mereka terpenuhi setelah mengevaluasi produk yang mereka gunakan. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang, dan jika kepuasan tersebut berlanjut, dapat mendorong terbentuknya loyalitas atau kesetiaan konsumen terhadap produk. Maka sebaliknya, perasaan tidak puas akan menyebabkan konsumen menghentikan konsumsi dan pembelian, hal ini dapat mengakibatkan penurunan penjualan (Sumarwan, 2017). Kebutuhan konsumen bersifat tidak terbatas, sementara alat yang dipakai untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut bersifat terbatas. Permintaan konsumen muncul sebagai bagian dari kodrat manusia yang selalu berusaha mencapai kepuasan sesuai dengan sumber daya yang dimilikinya (Soekartawi, 2000).

Pada dasarnya, kepuasan konsumen merupakan strategi jangka panjang untuk membangun reputasi dan mempertahankan kelangsungan hidup usaha dalam jangka panjang dan berkelanjutan (Tjiptono & Anastasia, 2019). Kepuasan konsumen dapat menjadi tolak ukur atas tindakan dan keputusan apa yang diambil oleh suatu usaha kedepannya. Apabila konsumen merasa tidak puas terhadap suatu atribut maka diperlukan perbaikan dan peningkatan untuk berupaya memberikan kualitas terbaik kepada konsumen. Sebaliknya, apabila konsumen telah merasa puas terhadap suatu atribut maka pertahankan performa atau kinerjanya.

B. Rumusan Masalah

Industri roti adalah salah satu usaha yang mengalami perkembangan begitu pesat di Kota Padang. Bersumber pada informasi yang sudah diambil dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Barat (*Disperindag*) pada tahun 2021 ada 46 industri roti yang sudah mempunyai izin formal sebab sudah melengkapi ketentuan berdirinya suatu usaha. Hingga tahun 2024 ada 97 industri roti yang sudah mempunyai izin formal sebab sudah melengkapi ketentuan berdirinya suatu usaha dan terjadi penambahan jumlah industri roti dari 46 ke 97 yang ada di Kota Padang. Mengenai jumlah industri roti di Kota Padang dapat diketahui pada Lampiran 2 dan 3.

Jumlah industri roti yang telah berkembang mengharuskan pemilik usaha untuk selalu membuat modifikasi dan pembaruan dengan memberikan pelayanan, produk, kualitas lokasi yang terbaik untuk konsumen supaya konsumen merasa senang terhadap kinerja dari sebuah industri roti. Sesuai dengan pernyataan Kotler (2005) bahwa setiap pengusaha di tiap kelompok bisnis dituntut untuk mempunyai sensitivitas terhadap suatu perubahan yang timbul dan menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama.

Rote Padang *Bakery* merupakan usaha roti di Kota Padang. Usaha ini didirikan pada tahun 2020. Outlet Rote Padang *Bakery* yaitu di Jl. Batang Arau No.66c, Berok Nipah, Kecamatan Padang Barat, Kota Padang. Rote Padang *Bakery* menawarkan 7 varian menu yaitu bomboloni, roti bludder, roti keong, cinnamon roll, roti polo bun, roti sobek, roti sisir. Menu yang paling diminati oleh konsumen yaitu roti bludder. Hal ini, menjadi daya tarik bagi konsumen yang tidak hanya terletak pada varian menu yang ditawarkan, tetapi juga pada cara penyajian yang memberikan kreativitas yaitu berupa *open kitchen* dengan tujuan memberikan kesan kepada konsumen agar melihat secara langsung proses pembuatan roti, dan konsumen agar mengetahui ke higienisan dan kebersihan proses pembuatan roti. Jenis ragi yang digunakan pada Rote Padang *Bakery* yaitu campuran tepung dan air yang difermentasi secara alami dan menghasilkan ragi *sourdough* dengan rasa asam khas pada setiap produk roti. Sementara itu, kompetitor roti yang di Kota Padang umumnya menggunakan ragi instan yang proses pembuatannya lebih cepat namun tidak memberikan karakteristik rasa yang unik, dan sekaligus menjadi nilai pembeda yang meningkatkan daya saing bagi usaha Rote Padang *Bakery*.

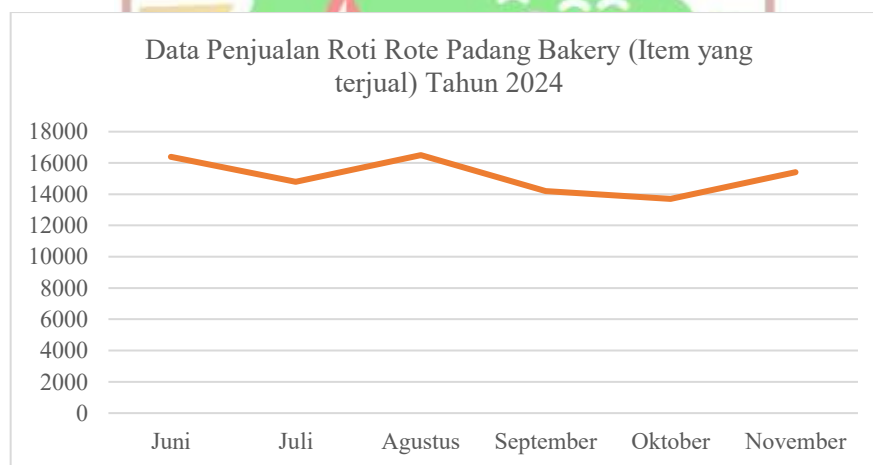
Awal mula berdirinya usaha Rote Padang *Bakery* ini adalah dari kepemilikan yang gemar dalam bidang *baking*, dan mengikuti kursus pembuatan roti untuk meningkatkan keterampilan serta menjadi langkah awal pengembangan usaha, kemudian diimplementasikan melalui pemasaran digital berbasis media sosial untuk memperluas jangkauan bisnis. Sehingga, muncul ide untuk membuka usaha yang dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Setelah melakukan riset, ternyata banyak masyarakat yang menyukai produk roti sehingga didirikanlah Rote Padang *Bakery*.

Berdasarkan survei awal, Rote Padang *Bakery* memiliki 15 orang tenaga kerja. Berdasarkan kriteria klasifikasi jumlah tenaga kerja dari industri dan perdagangan, industri tersebut tergolong industri kecil (Lampiran 5). Kapasitas produksi yang dihasilkan oleh usaha Rote Padang *Bakery* sekitar 600 sampai 800 potong roti per hari, dengan harga jual mulai Rp 12.000 sampai Rp 70.000, dimana harga roti yang ditawarkan adalah bomboloni Rp12.000,-/pieces, roti bludder Rp15.000,-/pieces, roti keong Rp20.000,-/pieces, cinnamon roll Rp20.000,-/pieces, roti polo bun Rp27.000,-/pieces, roti sobek Rp70.000,-/pieces, roti sisir Rp70.000,-/pieces. Target pasar dari Rote Padang *Bakery* yaitu semua kalangan terutama PNS dan karyawan BUMN serta wiraswasta. Pemasaran dan promosi Rote Padang *Bakery* ini dilakukan melalui media sosial seperti Instagram yang dibuat dengan tampilan yang menarik. Selain itu, Rote Padang *Bakery* juga melakukan kerjasama dengan *Shopeefood* untuk melakukan pembelian produk Rote Padang *Bakery* secara online.

Menurut Dinas Koperasi Kota Padang, terdapat 7 pelaku usaha roti yang sudah lama berdiri di Kota Padang, dan menjadi pesaing kuat bagi Rote Padang *Bakery*, seperti Safari *bakery*, Indonesia *bakery*, New boboy's *bakery*, Priyangan *bakery*, Hoya mitra sejati, RingBun *bakery*, Ohayo *bakery* yang menjadi kompetitor kuat bagi usaha Rote Padang *Bakery*. Umumnya, para produsen ini memiliki keunggulan dalam promosi, harga, dan varian produk yang sudah lama dikenal luas oleh masyarakat Kota Padang. Berdasarkan waktu lama berdirinya Rote Padang *Bakery*, termasuk usaha roti yang baru berdiri yaitu 5 tahun di bandingkan usaha roti lainnya yang kurang lebih sudah 17 tahun berdiri. Berdasarkan data produksi harian, Rote Padang *Bakery* memiliki kapasitas produksi yang tergolong kecil dibandingkan dengan kompetitor lainnya (Lampiran 4). Selain itu, harga produk roti yang ditawarkan oleh Rote Padang *Bakery* relatif lebih tinggi dibandingkan dengan usaha roti sejenis lainnya. Produk roti di Rote Padang *Bakery* dipasarkan dengan kisaran harga Rp.12.000 – Rp.70.000, dibandingkan kompetitor lainnya umumnya menetapkan harga antara Rp.6.000 – Rp.30.000 (Lampiran 6). Perbedaan harga ini menjadi menarik dibandingkan dengan usaha roti lain yang sudah lama beroperasi dan memiliki nama besar, namun tetap menawarkan harga yang relatif terjangkau bagi konsumen. Adapun salah satu faktor yang melatar belakangi

tingginya harga produk di Rote Padang *Bakery* adalah penggunaan bahan baku premium secara konsisten, seperti pemakaian butter dalam jumlah banyak serta isian roti yang lebih banyak dan berkualitas tinggi. Strategi ini menunjukkan komitmen pemilik usaha dalam menghadirkan produk roti yang unggul, baik dari segi kualitas maupun cita rasa.

Berdasarkan survei pendahuluan, didapatkan informasi bahwa volume penjualan Rote Padang *Bakery* cenderung berfluktuasi pada setiap bulannya (Lampiran 7). Pada bulan Juli, omset mengalami penurunan sebesar 16,59% dibandingkan bulan Juni 18,41%. Selanjutnya, pada bulan Agustus penjualan kembali meningkat sebesar 18,57% dibanding bulan Juli. Namun, pada bulan September, omset kembali menurun sebesar 15,88% dibandingkan bulan sebelumnya, dan penurunan berlanjut pada bulan Oktober sebesar 13,59%. Kemudian pada bulan November, penjualan kembali meningkat sebesar 16,94%.



Gambar 1. Data Penjualan Rote Padang *Bakery*

Sumber: Roti Rote *Bakery* Padang

Hal tersebut, artinya persaingan bisa menjadi salah satu penyebab berfluktuasinya penjualan, sehingga perlu dilakukan penelitian terhadap usaha Rote Padang *Bakery*. Rote Padang *Bakery* merupakan usaha roti yang bisa tetap bertahan dan berkembang meskipun banyak pesaing di sekitarnya. Rote Padang *Bakery* perlu terus berupaya mempertahankan pelanggan dan terus berupaya untuk meningkatkan jumlah konsumen yang lebih besar. Dalam mengembangkan bisnis, kunci keberhasilan terletak pada pemahaman yang mendalam terhadap kepuasan konsumen.

Permasalahan lain yang ditemukan pada Rote Padang *Bakery* adalah keterbatasan fasilitas parkir. Lokasi outlet yang berada di dalam gang sempit yang hanya mampu menampung beberapa unit sepeda motor, dan tidak memiliki area parkir khusus untuk mobil. Kondisi ini menyebabkan konsumen yang datang menggunakan mobil harus memarkirkan kendaraannya di jalan utama, lalu berjalan kaki masuk ke dalam gang untuk menuju outlet. Situasi tersebut menimbulkan ketidak nyamanan, terutama bagi konsumen baru yang kebetulan lewat, serta semakin terasa menyulitkan ketika kondisi cuaca hujan atau panas terik. Selanjutnya, harga produk yang ditawarkan Rote Padang *Bakery* tergolong lebih mahal dibandingkan dengan beberapa kompetitor yang telah lama berdiri di Kota Padang yang umumnya menawarkan harga lebih terjangkau. Keunggulan pesaing tersebut tidak hanya pada harga, tetapi juga pada lokasi yang lebih strategis di jalur utama serta dilengkapi fasilitas parkir yang memadai. Selain itu, kemasan produk Rote Padang *Bakery* yang masih relatif sederhana karena belum mencantumkan informasi penting seperti logo halal, tanggal kadaluwarsa, dan petunjuk penyimpanan. Hal ini berbeda dengan pesaing Safari *bakery*, Indonesia *bakery*, New boboy's *bakery*, Priyangan *bakery*, Hoya mitra sejati, Ringbun *bakery*, Ohayo *bakery* yang telah menerapkan standar yang lebih lengkap. Keterbatasan pada kemasan ini berpotensi menimbulkan keraguan konsumen dalam mengonsumsi produk serta dapat memengaruhi tingkat kepuasan terhadap kualitas dan keamanan roti yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dijelaskan bahwa Rote Padang *Bakery* merupakan usaha yang berorientasi pada keuntungan guna menjaga keberlangsungan usahanya. Keuntungan tersebut diperoleh dari jumlah konsumen yang datang dan melakukan pembelian. Hal tersebut, untuk mempertahankan pelanggan lama sekaligus menarik konsumen baru menjadi hal yang penting bagi keberlanjutan usaha. Untuk mencapai tujuan tersebut, dilakukan penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen. Mengukur kepuasan konsumen akan sangat membantu Rote Padang *Bakery* dalam mengevaluasi posisi perusahaan dibandingkan dengan pesaing. Rote Padang *Bakery* ini belum pernah melakukan riset mengenai tingkat kepuasan konsumen, agar Rote Padang *Bakery* dapat bertahan dalam persaingan perlu mengetahui terlebih dahulu aspek mana yang perlu

dipertahankan, diperbaiki serta ditingkatkan serta untuk mengetahui sejauh ini apakah konsumen telah merasa puas atau belum terhadap Rote Padang *Bakery*. Dengan memahami kepuasan konsumen akan memudahkan Rote Padang *Bakery* untuk memenuhi keinginan konsumen, yang secara langsung mempengaruhi kinerja penjualan. Hal itu, diakibatkan karena saat ini yang jadi pertimbangan konsumen tidak cuma dari cita rasa makanan tetapi juga harga, kemasan, akses parkir yang disediakan. Oleh karena itu perlu untuk melakukan riset yang berjudul **Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Rote Padang Bakery di Kota Padang.**

1. Bagaimana karakteristik konsumen pada Rote Padang *Bakery* di Kota Padang?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada Rote Padang *Bakery* di Kota Padang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen pada Rote Padang *Bakery* di Kota Padang
2. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen pada Rote Padang *Bakery* di Kota Padang

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi:

1. Bagi Peneliti
Hasil penelitian ini bisa untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta modal dasar bagi peneliti jika ingin berbisnis untuk masa yang akan datang.
2. Bagi Perusahaan
Penelitian ini dapat dijadikan masukan atau sebagai bahan evaluasi dalam perumusan strategi, kegiatan dan memberikan informasi mengenai karakteristik konsumen, yang memberikan dampak positif terhadap tingkat kepuasan konsumen, tingkat penjualan dan laba perusahaan.
3. Bagi Akademis
Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dalam hal meneliti dan mempelajari perilaku konsumen, khususnya pada bidang

persepsi pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai keterangan atau bahan acuan untuk melakukan penelitian mengenai persepsi pelanggan selanjutnya.

