

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri Kecil dan Menengah (IKM) memiliki peranan yang penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh. Peranan Industri Kecil di Indonesia dirasakan sangat penting terutama dalam aspek-aspek seperti kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi di pedesaan, pemerataan tenaga kerja, dan lain-lain. Pembangunan Industri khususnya Industri Kecil diarahkan dapat menjadi salah satu peran yang cukup berkualitas dalam perekonomian, sehingga mampu bersaing di dalam negeri maupun di luar negeri. Pengembangan sektor ekonomi rakyat pada otonomi daerah, khususnya pada sektor industri kecil mendapat perhatian ekstra dari pemerintah.

Dikarenakan sektor industri kecil memberikan banyak dampak pada penyerapan tenaga kerja, maupun pendapatan masyarakat yang mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat golongan bawah. Selain itu, Industri Kecil juga dapat memberikan tambahan penghasilan bagi keluarga, juga berfungsi sebagai strategi dalam mempertahankan hidup (*survival strategy*) ditengah krisis ekonomi masyarakat (Fitragusi, 2014:1).

Gorontalo sebagai salah satu daerah yang kental dengan nuansa religi dan adat yang kental dalam kehidupan bermasyarakat, seringkali menganggap bahwa suatu produk yang dikonsumsi haruslah sesuai dengan ciri yang sesuai dengan kebiasaan masyarakat dalam hal ini melekat dengan adat atau nuansa religi. Sehubungan dengan hal tersebut, telah banyak industri kecil menengah yang fokus dalam penjualan pengolahan makanan khas Gorontalo seperti Kue PIA.

Khusus untuk industri pengolahan makanan tradisional Pia, di Kota Gorontalo terdapat 2 (dua) toko Pia yang jelas sudah dikenal dan *familiar* oleh masyarakat Gorontalo baik untuk makanan sehari-hari maupun sebagai buah tangan yang akan diberikan oleh kerabatnya diluar kota. Toko Pia tersebut adalah Toko Pia Saronde dan *Extra Bakery*.

Toko Pia Saronde merupakan sebuah perusahaan yang melakukan aktifitas produksi makanan berupa pia dan roti saronde. Kata "Saronde" diambil karena terinspirasi dari sebuah tarian keakraban adat Gorontalo dan juga dari salah satu nama pulau indah yang berada di Provinsi Gorontalo yaitu Pulau Saronde. Hingga sampai saat ini peningkatan omset Perusahaan Pia Saronde telah naik mencapai 30% dari tahun ketahun. Peningkatan ini terjadi karena banyaknya variasi rasa Pia dan roti itu sendiri, dan sampai kini Pia Saronde sudah mendirikan 4 toko yang tersebar di daerah Gorontalo.

Extra Bakery merupakan salah satu toko roti yang ada di Kota Gorontalo, yang awalnya toko *Extra Bakery* menjual berbagai olahan Roti dan Kue, sejalan dengan permintaan, maka *Extra Bakery* juga memproduksi jenis olahan Pia. Toko *Extra bakery* sangat mudah ditemukan karena berada di pusat kota Gorontalo yang beralamat di Jalan Imam Bonjol No.100, Limba B, Kota Sel., Kota Gorontalo. Adapun Toko *Extra Bakery* buka setiap Hari dari Pukul 08.00 sampai dengan pukul 22.00 kecuali hari libur.

Adapun fenomena terkait produk olahan kue pia di Gorontalo, bahwa masyarakat Gorontalo, khususnya masyarakat yang berkunjung di Gorontalo selalu dirkomendasikan untuk membawa oleh-oleh Pia dari 2 (dua) toko Pia tersebut, karena memang hanya kedua toko Pia tersebut yang sangat mudah ditemukan, selanjutnya bagi masyarakat yang ingin tau informasi produk dapat dengan mudah

menelusuri di Internet. Terkait Atribut produk yang dimiliki, Toko Pia Sarode dan Pia Extra menjual berbagai produk Pia mulai dengan paket Dos ataupun eceran dengan berbagai varian rasa. Berikut ditampilkan produk pia yang dijual di Toko Pia Saronde dan Pia Extra.

Tabel 1.1
Daftar produk Pia Saronde dan Pia Extra (penjualan perhari)

Pia Saronde		Pia Extra	
Varian Pia	Penjualan	Varian Pia	Penjualan
Pia Coklat	Lebih 100 dos	Pia Coklat	100 – 150 dos
Pia Keju	Lebih 100 dos	Pia Keju	100 – 150 dos
Pia Kacang Tanah	Lebih 50 dos	Pia Kacang Tanah	Lebih 50 dos
Pia Kacang Hijau	Lebih 50 dos	Pia Kacang Hijau	50 – 100 dos
Pia Mini	Lebih 50 toples	Pia Mini	50 – 100 toples

(Sumber: Pia Saronde dan Extra Bakery)

Dari data diatas, terlihat bahwa penjualan pia pada masing-masing toko sangatlah kompetitif, yang menunjukkan bahwa memang kedua toko ini sangat direkomendasikan oleh konsumen untuk membeli kue Pia. Namun, khusus untuk Pia Saronde, menjual berbagai varian rasa yang tidak dijual di Extra Bakery Gorontalo, seperti Pia isi Durian, Pia Jagung, dan Pia Krim Susu, dikarenakan memang Pia Saronde selalu melakukan perubahan/ panambahan rasa agar konsumen tidak bosan dengan varaian rasa yang dimiliki.

Terkait dengan penjelasan diatas, Simamora, (2001:167) menyatakan bahwa satu hal yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian adalah Atribut

produk, yakni sesuatu yang melekat pada produk dan menjadi bagian dari produk itu sendiri. Atribut produk atau sering disebut juga dengan kualitas produk adalah “Unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian”. Atribut produk meliputi merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan, dan sebagainya (Windarta, 2015 dalam Tjiptono, 2008: 104).

Pelanggan bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan dibeli. Pelanggan tidak lagi membeli produk berdasarkan pertimbangan wujud fisiknya saja, namun pelanggan lebih mempertimbangkan segala aspek kualitas yang melekat pada produk yang akan di belinya, seperti daya tahan produk dan kualitas yang dirasakan setelah menggunakan produk tersebut. Kualitas produk adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Kualitas dalam pandangan pelanggan adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya (Kottler dan Amstrong, 2008: 55).

Salah satu sasaran mengapa suatu produk harus berkualitas yakni untuk mendapatkan suatu tingkat kepuasan pada pelanggan. Kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan memberikan atau tidaknya memberikan manfaat nyata. Jika kualitas produk yang diberikan baik maka akan timbul kepuasan pelanggan yang merupakan jembatan untuk menuju loyalitas pelanggan. Karena jika pelanggan merasa puas dalam melakukan pembelian, maka selanjutnya dia akan memperhatikan peluang membeli yang lebih tinggi dalam kesempatan berikutnya (Kotler, dan Keller 2009: 115).

Yang menjadi rujukan konsumen terkait preferensi pembelian pia adalah karena rekomendasi dari orang lain, dimana konsumen khususnya yang hanya berkunjung ke Gorontalo, akan selalu diarahkan untuk membeli Pia yang hanya dikenal sepihak saja, mengingat di Gorontalo terdapat banyak toko yang menjual berbagai jenis Pia dengan merek yang berbeda bukan hanya Pia Saronde dan Pia Extra saja, sehingga konsumen yang berkunjung hanya akan menuruti rekomendasi dari orang lain saja. Selanjutnya bahwa seringkali juga preferensi pembelian konsumen juga hanya dibatasi oleh harga yang dimiliki suatu produk sehingga akan menolak produk yang memiliki harga diatas kemampuannya. Preferensi pembelian lain yang sering menjadi acuan konsumen adalah merek pia yang dikenal, serta varian rasa yang dimiliki oleh pia tersebut, karena semakin bervariasi suatu produk, maka akan semakin banyak pilihan bagi konsumen untuk mencoba/ membelinya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti bertujuan untuk menyusun penelitian yang penulis tuangkan dalam formulasi judul: ***“Perbandingan kualitas Produk Pia Extra dan Pia Saronde”***

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dipaparkan di atas, maka masalah yang teridentifikasi dalam penelitian ini yakni:

1. Banyaknya perusahaan atau toko (kompetitor) Pia yang menjual Pia dengan kualitas yang bersaing.
2. Konsumen mempreferensikan pembelian Pia sesuai dengan rekomendasi orang lain.
3. Konsumen cenderung membeli Pia sesuai dengan harga yang disanggupinya.
4. Konsumen cenderung membeli Pia sesuai dengan merek yang familiar.

5. Konsumen cenderung membeli Pia sesuai dengan varian rasa yang ada.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah *“Apakah terdapat perbandingan kualitas Produk Pia Extra dengan Pia Saronde?”*

1.4 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah: *“Untuk mengetahui Apakah terdapat perbandingan Kualitas Produk Pia Extra dengan Pia Saronde”*

1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat yakni:

a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Bagi pengembangan ilmu manajemen khususnya manajemen Pemasaran. Bagi peneliti lain dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

b) Manfaat Praktis

Bagi manajemen dalam perusahaan (Toko Pia Saronde dan Toko Extra bakery), penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan tentang faktor yang mungkin berdampak pada konsumen untuk membeli pia sesuai dengan kualitas yang dimiliki.