

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan perekonomian di negara Indonesia saat ini, juga pengaruh dari perkembangan teknologi yang menyebabkan perusahaan dalam perkembangannya dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif, sehingga membuat semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis, dengan semakin ketatnya tingkat persaingan maka dibutuhkan pula fungsi pemasaran yang baik, sehingga tujuan yang di harapkan oleh perusahaan akan tercapai, karena pemasaran merupakan pilar utama yang penting dalam kelangsungan hidup perusahaan.

Pengertian pasar seperti yang dikemukakan oleh ahli pemasaran dunia yaitu Philip Kotler adalah:

“suatu proses sosial dan majerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.”

Dari pengertian ini dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui penciptaan suatu produk, baik barang maupun jasa yang kemudian dibeli oleh mereka yang memiliki kebutuhan melalui suatu pertukaran.¹

¹ Kasmir, S.E, M.M, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010), h. 158.

Suatu produk tidak akan dibeli bahkan dikenal apabila konsumen tidak mengetahui kegunaannya, keunggulannya di mana produk dapat di peroleh dan berapa harganya. Untuk itulah konsumen yang menjadi sasaran produk atau jasa perusahaan perlu diberikan informasi yang jelas.²

Dalam strategi *Marketing Mix*, langkah yang pertama dilakukan adalah strategi produk. Hal ini penting karena akan dijual produk dan konsumen akan mengenal perusahaan melalui produk yang ditawarkan. Dalam strategi produk yang perlu diingat adalah berkaitan dengan produk secara utuh, mulai dari nama produk, bentuk, isi, atau pembungkus.³

Manajemen juga di singgung dalam konsep syariah. Manajemen pemasaran syariah merupakan salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam islam. Sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah, baik proses penciptaan, proses penawaran maupun proses perubahan nilai yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah yang islami dalam suatu transaksi atau dalam suatu bisnis.

Dalam ekonomi Islam, produksi mempunyai motif kemaslatan, kebutuhan dan kewajiban. Demikian pula, konsumsi. Perilaku produksi merupakan usaha seseorang atau kelompok untuk melepaskan dirinya dari kefakiran. Menurut Yusuf Qardhawi (1995), secara eksternal perilaku produksi dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan setiap individu

² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar. Konsep dan strategi* (Jakarta: Rajawali, 1992), Cet. Ke-4, edisi pertama, h. 45

³ Kasmir, S.E., M.M, *Kewirausahaan, op. cit.*, h. 171-173.

sehingga dapat membangun kemandirian ummat. Sedangkan motif perilakunya adalah keutamaan mencari nafkah, menjaga semua sumber daya (flora-fauna dan alam sekitar), dilakukan secara profesional (amanah & itqan) dan berusaha pada sesuatu yang halal. Karena itu dalam sebuah perusahaan misalnya, menurut M.M. Metwally asumsi-asumsi produksi, harus dilakukan untuk barang halal dengan proses produksi dan pasca produksi yang tidak menimbulkan ke-*madharatan*. Semua orang diberikan kebebasan untuk melakukan usaha produksi. :



Artinya:

“Dan carilah apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagian) negeri akhirat dan janganlah kamu melupakan bahagiamu dari kenikmatan duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.

Tantangan berat bagi ekonom muslim dimasa sekarang adalah banyaknya peluang bisnis yang menjanjikan keuntungan besar justru datang dari usaha-usaha *Khabaits* (haram diproduksi, diperdagangkan dan dikonsumsi). Padahal ekonomi dalam Islam mengajarkan bahwa aktifitas ekonomi haruslah menghindari hal-hal yang diharamkan supaya individu dan masyarakat terjaga moralnya serta tercipta keadilan ekonomi mencakup harga dan laba yang adil.

Dalam kegiatan ekonomi ini, faktor produksi merupakan urat nadi dalam kegiatan ekonomi. Sebab, tidak akan pernah ada kegiatan konsumsi, distribusi, ataupun perdagangan barang dan jasa tanpa diawali proses produksi. Dalam istilah ekonomi, kegiatan produksi merupakan suatu proses (siklus) kegiatan-kegiatan ekonomi untuk menghasilkan barang dan jasa tertentu dengan secara optimal memanfaatkan faktor-faktor produksi (amal/kerja, modal, tanah) dalam waktu tertentu.

Oleh karenanya dalam kegiatan ekonomi termasuk pemenuhan kebutuhan yang jelas-jelas merupakan elemen kehidupan manusia, terutama pemenuhan makanan tentunya memerlukan proses produksi. Akan tetapi, persentase kebutuhan yang dimiliki manusia sendiri sangat beragam. Kita juga harus memilih penggunaan uang kita untuk membeli barang atau jasa yang memang kita butuhkan dalam menentukan pilihan, kita juga harus menyeimbangkan antara kebutuhan, preferansi dan ketersediaan bahan.⁴

Dalam perkembangan konsep pemasaran mutakhir konsumen ditempatkan sebagai sentral perhatian bagi perusahaan. Ada dua alasan mengapa konsumen sebagai titik sentral perhatian pemasaran. Pertama, sebagai titik sentral konsumen, perusahaan juga harus mempelajari apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen merupakan hal yang sangat penting. Untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen, maka aspek-aspek yang mempengaruhi konsumen secara individu seperti

⁴ P3EI (Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h.110.

persepsi, cara memperoleh informasi, sikap, demografi, kepribadian dan gaya hidup konsumen perlu dianalisis. Selain juga dianalisis aspek lingkungan seperti budaya, kelas sosial, proses komunikasi, keluarga dll, yang semuanya bisa mempengaruhi perilaku konsumen. Kedua, bagaimana perusahaan dapat mengomunikasikan produk kepada konsumen, sehingga konsumen mengetahui tentang produk tersebut.⁵

Pada era globalisasi ini, kualitas di pandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan/produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan.⁶

Industri makanan telah mengembangkan dan memasarkan produk baru untuk menanggapi kebutuhan konsumen akan penyediaan makanan yang lebih cepat.⁷ Perkembangan industri roti di Indonesia cukup pesat, hal ini disebabkan tingginya permintaan terhadap konsumsi roti, sehingga industri kecil roti mempunyai prospek dan peluang yang sangat cerah bagi pengusaha untuk ikut terjun ke dalam industri roti. Tingginya permintaan tersebut disebabkan perilaku/pola makan masyarakat Indonesia, di mana

⁵ <http://skripsi-ilmiah.blogspot.com/2009/04/10-faktor-faktor-yang-mempengaruhi.html>

⁶ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, op. cit., h. 211.

⁷ Paul Peter & Jerry C. Olson, *Consumer Behavior (Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran)*, ed.4 jilid.1. (Jakarta: Erlangga, 1999), h. 27.

masyarakat kita dewasa ini yang cenderung lebih praktis dan efisien, makan pada pagi dan sore hari seringkali memerlukan makanan yang mudah di peroleh dan cukup mengandung nutrisi yang di perlukan tubuh. Makanan tersebut antara lain adalah roti dan kue.

Jumlah pengusaha roti di Banjarmasin dan sekitarnya cukup banyak. Antara lain toko roti Arsila Bakery, Crystal Bakery, Varia Rasa, Shireen Bakery, Roti Hendra, Roti Mingseng, D'master, serta beberapa *Home Industri roti* yang berkembang di pasaran. Banyaknya jumlah pengusaha roti tersebut merupakan permasalahan tersendiri yang harus disikapi oleh pengusaha roti akan timbul persaingan harga yang kurang sehat, sehingga para pelaku pasar harus menentukan mutu dan keistimewaan produk, meningkatkan pelayanan dengan cepat dan tepat, menetapkan harga, menetapkan saluran distribusi, membuat keputusan berapa uang yang keluar untuk kebutuhan pemasaran, periklanan, tenaga penjualan serta alat-alat pemasaran lainnya dengan harapan mereka tidak ketinggalan dengan pesaing lainnya dan dapat mempertahankan kelangsungan perusahaan.

Perusahaan roti yang ada di kota Banjarmasin, salah satunya ialah toko roti Arsila Bakery, CV. ARSILA didirikan pada tahun 2003 yang beralamat Jl. S.parman No. 3 Banjarmasin. Bermula sebagai perusahaan yang bergerak terbatas sebagai penyedia aneka roti di sebuah toko dengan nama "ARSILA BAKERY" yang dibuka pada tanggal 18 Agustus 2003. *Arsila Bakery* berkembang perlahan namun pasti mencoba memasuki

bidang usaha baru yang tentu saja dibarengi dengan terus belajar untuk meningkatkan kualitas SDM dan Manajemen. Selain berhubungan langsung dengan konsumen akhir juga menerima pesanan dari toko-toko. Perusahaan diharuskan untuk membuat produk yang inovatif dengan harapan mempunyai keunggulan produk sehingga dapat diterima oleh pasar dan memiliki kinerja pemasaran yang tinggi. Tingkat inovasi ini dapat dilihat dari tekstur roti yang dimodifikasi dengan berbagai macam rasa sehingga mempunyai rasa yang enak dan mampu menarik perhatian konsumen.

Keberhasilan pengusaha roti sangat ditunjang oleh kualitas produk yang dibuat, harga dan mutu layanan terhadap konsumen, dengan kata lain keberlangsungan hidup usaha roti sangat tergantung oleh jumlah penjualan produk di pasar. Konsumen merupakan kunci utama keberhasilan penjualan suatu produk. Oleh karena itu pengusaha harus mengetahui seluk beluk, kebutuhan, selera serta pendapat para konsumen yang merupakan target pasar secara mendalam.

Para pengusaha roti saat ini harus tanggap terhadap apa yang harus dilakukan untuk kelangsungan usahanya oleh karena itu, para penjual atau penghasil produk harus mengetahui bagaimana konsumen mendefinisikan produknya. Proses pendefinisian tersebut dilihat dari karakteristik yang dimiliki oleh produk roti Arsila Bakery. Adapun karakteristik tersebut adalah:

1. Rasa Lezat/Enak
2. Aroma yang khas
3. Tekstur yang lembut
4. Citra Produk
5. Harga
6. Varian rasa
7. Kemasan

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang masalah persepsi konsumen terhadap kualitas Roti Arsilla Banjarmasin menurut karakteristik yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang usaha pembuatan roti/kue, penulis akan mencoba membahas mengenai persepsi konsumen mengenai kualitas produk roti yang di hasilkan perusahaan dengan judul :

“PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK ROTI ARSILA BAKERY BANJARMASIN”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat di ungkapakan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Persepsi konsumen terhadap kualitas produk roti Arsila Banjarmasin?
2. Apa saja karakteristik yang berpengaruh secara signifikansi terhadap kualitas produk?
3. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam dalam perilaku konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas produk roti yang di hasilkan oleh toko Roti Arsila Bakery berdasarkan karakteristik produk.
2. Untuk mengetahui Faktor apa saja yang menjadi kendala dalam peningkatan kualitas produk roti Arsila Bakery.

D. Signifikansi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak :

1. Menambah dan memperluas wawasan ilmu pengetahuan sehubungan dengan permasalahan yang diteliti. Yaitu memberikan manfaat kepada pelaku ekonomi yakni pengusaha roti dan home industri roti untuk mengembangkan potensi ekonominya.
2. Dapat dijadikan Khanazah kepustakaan bagi IAIN Antasari Banjarmasin, khususnya Fakultas Syariah.

E. Kajian Pustaka

Pada penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian saya adalah penelitian Ahmad Fadillah (0601157333) yang berjudul “
PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP PERILAKU
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK DISTRO DI HOOPS

DISTRO BANJARMASIN”, dari hasil penelitian diketahui peneliti lebih menitik beratkan kepada pembahasan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen produk distro dalam memutuskan untuk membeli produk distro di hoops distro di Banjarmasin.

Adapun penelitian Sainah (1031151189) yang berjudul “PERSEPSI MAHASISWA IAIN ANTASARI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA BANK KAL-SEL KEDAI SYARIAH IAIN ANTASARI BANJARMASIN”, dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi jaminan (*assurance*) paling dominan terhadap kepuasan nasabah jika dibandingkan dengan dimensi yang lain, seperti bukti fisik, dimensi keandalan, daya tanggap, dan empati.

Sedangkan pada penelitian ini penulis lebih menekankan pada persepsi konsumen akan hasil produk roti Arsila Bakery Banjarmasin.

F. Definisi Operasional

- Persepsi yaitu tanggapan langsung atas sesuatu, persepsi yang di maksud dalam penelitian ini adalah pendapat atau tanggapan yang dikemukakan oleh para konsumen yang menjadi pembeli Roti Arsila Bakery Banjarmasin.
- Konsumen yaitu orang yang memakai atau mengkonsumsi produk yang dihasilkan atau yang di jual. yang di maksud dalam penelitian

ini adalah orang yang mengkonsumsi hasil buatan roti Arsila Bakery Banjarmasin.⁸

- Kualitas adalah baik dan buruknya sesuatu.⁹ Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kualitas produk berdasarkan karakteristik rasa enak, aroma, citra, harga, varian rasa dan kemasan.

G. Hipotesis Awal

Hipotesis yang diajukan sebagai berikut

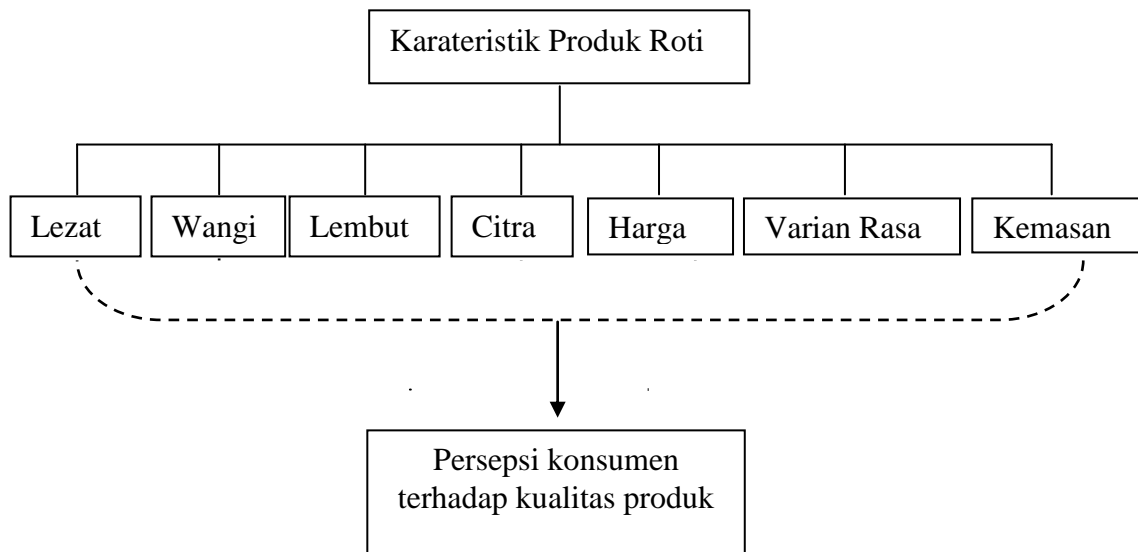
- Semua karakteristik roti berpengaruh secara signifikansi terhadap persepsi konsumen.
- Salah satu karakteristik roti berpengaruh secara signifikansi terhadap persepsi konsumen.

H. Kerangka Pemikiran

Adanya persepsi konsumen terhadap karakteristik yang melekat pada produk. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui persepsi konsumen akan karakteristik yang melekat pada produk roti (lezat, wangi, lembut, citra, harga, variasi rasa, kemasan) dengan mengetahui karakteristik adalah pertimbangan konsumen untuk membeli suatu produk.

⁸ Kamus Umum Bahasa Indonesia sedisi ketiga, W. J. S. Poerwadarminta, Pusat Bahasa Pendidikan Nasional, (Jakarta: Balai Pustaka,2003).

⁹ <http://kamusbahasaindonesia.org/>



Keterangan :

- - - : garis pengaruh secara simultan (uji f) karakteristik produk yang terdiri dari lezat, wangi, lembut, citra, harga, varian rasa dan kemasan.
- : garis pengaruh secara parsial (Uji T) karakteristik produk yang terdiri dari lezat, enak, lembut, citra, harga, variasi rasa, rasa dan kemasan.

I. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab yang akan disusun secara sistematis. Pada bab satu pendahuluan penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah yang berisikan tentang persepi konsumen tentang produk roti Arsila bakery, faktor apa saja yang menjadi kendala dalam peningkatan kualitas produk roti Arsila Bakery, yang kemudian menetapkan tujuan penelitian, memaparkan signifikasi

penelitian, definisi operasional, tinjauan pustaka yang membahas penelitian-penelitian serupa yang pernah dilakukan penelitian-penelitian lain dari aspek yang berbeda.

Pada bab dua landasan teori, penulis menyajikan teori-teori yang berkaitan tentang pengertian persepsi konsumen yang mencakup beberapa stimuli yang mempengaruhi persepsi konsumen, pengertian kualitas produk, serta pengertian produksi yang meliputi sistem produksi dan proses produksi.

Pada bab tiga metode penelitian, dimana penulis menguraikan tentang bagaimana penelitian ini akan dilakukan meliputi jenis, sifat dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data yang di tulis, data dan sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data serta tahapan penelitian.

Selanjutnya pada bab empat penulis menyajikan laporan hasil penelitian yang dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif pada bab tiga, meliputi gambaran umum lokasi penelitian pada toko roti Arsila Bakery Banjarmasin, identitas responden, analisis deskripsi variabel penelitian.

Bab kelima adalah bab terakhir sebagai penutup. Dalam bab ini terbagi dua sub bab. Sub bab pertama berisi simpulan dari semua pembahasan yang telah diuraikan. Selanjutnya sub bab kedua dikemukakan beberapa saran-saran yang dianggap perlu.

Agar sempurna karya ilmiah berbentuk skripsi ini, penulis menyebutkan semua literatur sebagai biografi yang menjadi sumber data dari penelitian ini. Selanjutnya dilampirkan beberapa lampiran yang dirasa perlu.