

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian memiliki andil yang cukup besar dalam ekonomi nasional di Indonesia. Sub sektor pertanian yang selama ini diandalkan oleh pemerintah Indonesia sebagai salah satu pendapatan negara adalah perkebunan. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2004 tentang perkebunan, pengertian perkebunan adalah segala kegiatan yang mengusahakan tanaman tertentu pada tanah dan atau media tumbuh lainnya dalam ekosistem yang sesuai, mengolah dan memasarkan barang dan jasa hasil tanaman tersebut, dengan bantuan ilmu pengetahuan dan teknologi, permodalan serta manajemen untuk mewujudkan kesejahteraan bagi pelaku usaha perkebunan dan masyarakat.

Perkebunan yang terdapat di Indonesia terdiri dari dua macam yaitu perkebunan rakyat dan perkebunan besar. Perkebunan rakyat yaitu perkebunan yang diselenggarakan oleh rakyat dalam skala kecil dan perkebunan besar merupakan perkebunan yang pengelolaannya dilakukan dalam skala besar terdiri dari perusahaan pemerintah dan perusahaan swasta. Salah satu komoditas perkebunan yang sangat populer di Indonesia adalah kelapa. Perkebunan kelapa banyak dijumpai di Indonesia karena tanaman

kelapa mempunyai kemampuan beradaptasi dengan lingkungan dan sangat cocok tumbuh di Indonesia.

Data BPS tahun 2013 menyebutkan sebanyak 111 perusahaan perkebunan besar komoditas kelapa di Indonesia. Produksi kelapa di Indonesia menempati urutan terbesar ke tiga setelah produksi sawit pada urutan pertama dan produksi inti sawit pada urutan ke dua. Pada tahun 2012 produksi kelapa di Indonesia terakhir tercatat yaitu sebanyak 3.176,2 ribu ton. Jumlah tersebut terdiri dari perkebunan rakyat sebesar 40,7 ribu ton dan perkebunan besar sebesar 3.135,5 ribu ton.

Tanaman tropika yang menyebar luas di seluruh pantai tropika ini merupakan tanaman yang serba guna karena hampir semua bagian dari kelapa dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Pemanfaatan tanaman kelapa oleh masyarakat Indonesia seperti batang dan daun pada kelapa biasanya dipergunakan untuk pembuatan rumah. Tempurung kelapa dapat dimanfaatkan sebagai bahan bakar bagi masyarakat. Sabut kelapa dapat dimanfaatkan untuk berbagai kerajinan tangan seperti anyaman dan keset. Selain hal yang telah disebutkan sebelumnya, kelapa juga populer di Indonesia karena selera masyarakat Indonesia yang menyukai berbagai olahan berbahan kelapa. Umumnya masyarakat Indonesia mengonsumsi kelapa untuk dijadikan santan kelapa yang digunakan sebagai bahan dasar masakan untuk makanan dan minuman.

Penggunaan kelapa dalam masakan Indonesia sudah berlangsung sangat lama dan masih digunakan sampai sekarang. Bagian kelapa yang dimanfaatkan

untuk masakan adalah daging buah kelapa itu sendiri. Biasanya daging buah kelapa itu diparut kemudian diperas secara tradisional dengan tangan oleh masyarakat Indonesia sehingga menghasilkan santan. Masyarakat Indonesia sangat umum menggunakan santan kelapa sebagai bahan dasar yang dicampurkan ke dalam masakan karena memberikan rasa gurih yang lezat.

Jumlah penduduk di suatu wilayah akan mempengaruhi jumlah konsumsi pada wilayah tersebut. Jumlah penduduk yang banyak akan mempengaruhi jumlah konsumsi secara menyeluruh. Dalam tiga tahun terakhir penduduk Indonesia mengalami peningkatan yaitu pada tahun 2011 sebanyak 241.990.700 jiwa. Pada tahun berikutnya yaitu tahun 2012 meningkat sebanyak 1,42 persen menjadi 245.425.200 jiwa. Pada tahun 2013 mengalami peningkatan kembali sebanyak 1,38 persen, sehingga jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2013 sebanyak 248.818.100 jiwa (BPS, 2013). Peningkatan jumlah penduduk Indonesia akan meningkatkan pula jumlah konsumsi penduduk Indonesia itu sendiri. Peningkatan jumlah konsumsi penduduk Indonesia terutama terjadi pada permintaan bahan kebutuhan pangan. Santan merupakan salah satu bahan kebutuhan pangan yang populer di Indonesia.

Data BPS tahun 2013 menunjukkan konsumsi per kapita seminggu komoditi kelapa di Indonesia pada bulan Maret 2012 yaitu sebanyak 0,133 butir. Pada September 2012 mengalami penurunan konsumsi sebesar 0,75 persen sehingga jumlah konsumsi menjadi 0,132 butir. Pada bulan Maret 2013 konsumsi kelapa yaitu 0,117 butir yang artinya mengalami penurunan yaitu

sebesar 11,36 persen. Persentase total penurunan jumlah konsumsi kelapa oleh masyarakat di Indonesia selama satu tahun yaitu dari Maret 2012 hingga Maret 2013 yaitu sebesar 12,03 persen.

Penurunan jumlah kelapa yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia diasumsikan karena perubahan *trend* yang terjadi pada masyarakat. Kelapa yang dikonsumsi masyarakat biasanya dijadikan santan kelapa sebagai bahan dasar makanan. Adat budaya yang masih kental pada masyarakat Indonesia menjadikan santan kelapa sebagai bahan masakan yang sangat dibutuhkan pada kehidupan sehari-hari terutama pada hari-hari besar di Indonesia. Hal ini artinya santan kelapa tidak dapat tergantikan oleh bahan makanan lain pada masakan Indonesia. Konsumsi santan kelapa yang diperas langsung dari buah kelapa mulai digeser oleh produk santan kelapa kemasan yang banyak beredar di pasaran. Hal tersebut diperkirakan merupakan sebab penurunan jumlah konsumsi kelapa oleh masyarakat.

Jumlah konsumsi kelapa di masyarakat perkotaan dan perdesaan di Provinsi Lampung terdapat perbedaan. Menurut data BPS tahun 2013 konsumsi kelapa pada daerah perdesaan yaitu sebesar 0,7547 butir per kapita sebulan. Masyarakat perkotaan mengonsumsi kelapa lebih sedikit daripada masyarakat perdesaan yaitu sebesar 0,3613 butir per kapita sebulan. Rendahnya jumlah konsumsi kelapa pada masyarakat perkotaan diakibatkan oleh perubahan *trend* pada masyarakat perkotaan yang lebih cepat terjadi.

Perubahan *trend* dalam mengonsumsi kelapa yang umumnya dijadikan santan kelapa terjadi karena perubahan pola pikir masyarakat. Perubahan pola pikir

masyarakat terutama terjadi pada daerah perkotaan yang lebih mengutamakan kegiatan yang efisien. Mengonsumsi santan kelapa yang dibuat langsung dari buah kelapa memberikan kepuasan tersendiri bagi yang mengonsumsinya. Hal tersebut karena santan yang didapat lebih banyak dan lebih terjamin kualitasnya. Namun hal tersebut sekarang ini dirasakan kurang efisien. Hal ini dikarenakan pemerasan santan kelapa dengan cara tradisional atau dengan tangan memerlukan banyak waktu dan tenaga. Santan kelapa yang dihasilkan pun memiliki jangka waktu penyimpanan yang singkat atau mudah rusak. Hal ini yang mendasari pergeseran ke penggunaan santan kelapa kemasan. Masyarakat kota yang umumnya memiliki banyak aktivitas lebih mengutamakan kepraktisan dalam setiap kegiatannya. Sehingga menyebabkan produk santan kelapa kemasan menjadi pilihan yang tepat bagi mereka. Kemudahan dalam memperoleh produk santan kelapa kemasan juga mempunyai andil besar dalam pemilihan produk ini.

Banyaknya produksi kelapa di Indonesia diiringi dengan besarnya minat masyarakat Indonesia terhadap konsumsi santan kelapa serta perubahan pola pikir masyarakat dan perkembangan teknologi mengakibatkan bermunculannya perusahaan-perusahaan yang tertarik pada bisnis santan kelapa kemasan. Produk santan kelapa kemasan yang beredar di pasaran terutama di Kota Bandar Lampung antara lain santan Kara, santan Sun Kara, santan Cocomas, dan santan Bumaz.

Santan Kara dan Sun Kara diproduksi oleh PT Pulau Sambu Group. PT Pulau Sambu Group (PSG) didirikan pada tahun 1983 di Guntung di Provinsi

Riau. Santan Kara dan Sun Kara memiliki perbedaan diantara keduanya. Santan Kara merupakan santan murni tanpa campuran dengan kualitas terbaik. Santan Sun Kara merupakan santan kualitas nomor dua. Perbedaan lainnya yaitu dalam hal harga dimana santan Sun Kara harganya lebih murah dibandingkan santan Kara dengan rasa yang hampir sama.

Pendistribusian santan kelapa siap pakai ini dilakukan oleh PT Kara Santan Pertama yang beralamat di Jl Baruna I Pelabuhan Sunda Kelapa Jakarta. PT Kara Santan Pertama berdiri pada tahun 1991 yang sebelumnya adalah merupakan anak cabang dari PT Sambu Group. Pada tahun 1995 PT Kara Santan Pertama menetapkan diri sebagai perusahaan yang mandiri tetapi tetap sebagai distributor terhadap PT Sambu Group.

Produk santan kemasan lain yang beredar di Kota Bandar Lampung adalah santan Cocomas dan santan Bumaz. PT Cocomas Indonesia merupakan produsen produk santan murni (*coconut cream*) kemasan kotak (Cocomas) dan santan murni (*coconut cream*) kemasan bantal (Bumaz). Cocomas Indonesia awalnya berdirinya bernama PT Maju Jaya Permai. Perusahaan berdiri pada tahun 1985 dan berkedudukan di Pekanbaru. Pada tanggal 15 Agustus 2001 perusahaan melakukan pergantian nama menjadi PT Cocomas Indonesia. Pada tanggal 29 September 2001 kedudukan PT Cocomas Indonesia yang semula di Pekanbaru dipindahkan ke Jakarta untuk mendukung kelancaran usaha. Di pasar dalam negeri PT Cocomas Indonesia menguasai 10 persen dari pangsa pasar. Walaupun didistribusikan secara

nasional produk santan Cocomas Indonesia hanya menguasai pangsa pasar yang besar untuk wilayah Bali dan Batam.

Produk santan kelapa kemasan yang banyak beredar di pasaran Kota Bandar Lampung adalah produk santan kelapa yang diproduksi oleh PT Sambu Group yaitu santan Kara dan Sun Kara. Oleh karena itu, peneliti menggunakan santan Sun Kara sebagai produk yang akan digunakan dalam penelitian ini. Hal itu dikarenakan produk santan Sun Kara pemasarannya lebih menyebar dibandingkan dengan santan Kara. Untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga santan Sun Kara lebih dipilih oleh konsumen rumah tangga.

Enseval Putera Megatrading Tbk merupakan distributor utama santan Sun Kara di Lampung. Tercatat jumlah penjualan santan Sun Kara untuk Kota Bandar Lampung terus meningkat setiap tahunnya. Tahun 2012 santan Sun Kara yang masuk ke Bandar Lampung yaitu sekitar 15 ribu karton per bulan. Mengalami peningkatan pada tahun 2013 yaitu sekitar 15 ribu karton sampai 20 ribu karton per bulan. Tahun 2014, rata-rata penjualan santan Sun Kara mencapai sekitar 20 ribu karton sampai 25 ribu karton per bulan. Santan Sun Kara yang didistribusikan ke Kota Bandar Lampung selalu habis akibat tingginya permintaan barang tersebut.

Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya (Mowen dan Minor, 2001). Kepuasan konsumen adalah salah satu tujuan utama dari suatu perusahaan. Tingginya permintaan

terhadap santan Sun Kara di Kota Bandar Lampung diduga karena kepuasan yang didapatkan konsumen selama dan setelah mengonsumsi produk ini.

Konsumen yang mendapatkan kepuasan akan memberikan sikap positif terhadap pemakaian santan Sun Kara. Sikap positif yang dapat ditunjukkan konsumen diantaranya yaitu perilaku pembelian ulang, keterkaitan, keterikatan emosi, rekomendasi dan loyalitas merek pada konsumen.

Loyalitas merek atau kesetiaan merek adalah sejauh mana seorang pelanggan menunjukkan sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tertentu, dan berniat untuk terus membelinya di masa depan (Mowen dan Minor, 2001). Kepuasan dan loyalitas mempunyai hubungan yang terkait namun belum tentu saling mendorong satu dengan yang lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penting untuk dilakukan penelitian mengenai pola konsumsi, permintaan, kepuasan, dan loyalitas santan Sun Kara untuk konsumen ibu rumah tangga di Kota Bandar Lampung.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pola konsumsi santan Sun Kara oleh konsumen ibu rumah tangga di Kota Bandar Lampung?
2. Apa sajakah faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan santan Sun Kara oleh konsumen ibu rumah tangga di Kota Bandar Lampung?

3. Bagaimana elastisitas permintaan santan sun Kara oleh konsumen ibu rumah tangga di Kota Bandar Lampung?
4. Apakah konsumen merasa puas setelah mengonsumsi santan Sun Kara di Kota Bandar Lampung?
5. Bagaimana loyalitas konsumen santan Sun Kara di Kota Bandar Lampung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka dengan ini peneliti telah menentukan tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui pola konsumsi santan Sun Kara oleh konsumen ibu rumah tangga di Kota Bandar Lampung.
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan santan Sun Kara oleh konsumen ibu rumah tangga di Kota Bandar Lampung.
3. Mengetahui elastisitas permintaan santan sun Kara oleh konsumen ibu rumah tangga di Kota Bandar Lampung?
4. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen santan Sun Kara di Kota Bandar Lampung.
5. Mengetahui loyalitas konsumen santan Sun Kara di Kota Bandar Lampung.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Produsen yaitu sebagai bahan pertimbangan dalam perencanaan produksi.
2. Pemasar yaitu sebagai bahan pertimbangan dalam strategi pemasaran yang digunakan untuk mengembangkan pemasaran produk.
3. Peneliti selanjutnya yaitu sebagai bahan referensi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.