

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Sejarah Perusahaan

Sejarah Sari Roti dimulai sejak tahun 1995 silam. Pada saat itu didirikan sebuah perusahaan penanaman modal asing yang bernama PT Nippon Indosari Corporation. Selanjutnya pada tahun 1996 perusahaan mulai beroperasi secara komersil dengan membuat roti bermerek Sari Roti. Pada tahun ini pula perusahaan mulai mengoperasikan pabrik pertamanya yang berada di Cikarang Jawa Barat.

Seiring dengan perkembangan perusahaan dan semakin banyaknya permintaan akan roti Sari Roti, pada tahun 2001 PT Nippon Indosari Corporation mulai meningkatkan kapasitas produksinya dengan menambahkan lagi 2 buah lini mesin yaitu mesin untuk roti tawar dan juga mesin roti manis. Barulah pada tahun 2003 PT Nippon Indosari Corporation mengubah namanya menjadi PT Nippon Indosari Corpindo.

Pada tahun 2005 PT Nippon Indosari Corpindo mulai mengoperasikan pabrik baru di Pasuruan. Barulah pada tahun 2008 perusahaan kembali membuka pabrik yang ke 3 di daerah Cikarang Jawa Barat. Berselang 2 tahun kemudian atau tepatnya pada tanggal 28 Juni tahun 2010, perusahaan mulai melakukan penawaran umum saham perdananya di Bursa Efek Indonesia. Penawaran saham di Bursa Efek Indonesia tersebut memiliki kode emiten ROTI.

Setelah melakukan penawaran saham di BEI, PT Nippon Indosari Corpindo mulai melebarkan sayapnya ke berbagai tempat di Indonesia, salah satunya di tandai dengan dibukanya 2 pabrik roti baru di Semarang dan juga di Medan pada tahun 2011. Berselang 1 tahun kemudian, Sari Roti kembali membuka pabrik ke enamnya di Cibitung Jawa Barat. Selain itu pula mereka kembali menambahkan masing-masing 1 mesin pembuat roti di 3 pabrik sebelumnya yaitu di Pasuruan, Semarang, dan juga Medan.

Tahun 2013 Sari Roti kembali memiliki pabrik baru di Makassar dan juga Palembang. Tentu saja tujuan utama dari pembukaan pabrik baru tersebut untuk memenuhi permintaan pasar di wilayah Sulawesi dan juga Sumatera. Berjangka 1 tahun, atau pada tahun 2014, pembuat roti ini juga kembali mengoperasikan 2 buah pabrik dengan kapasitas ganda di Purwakarta dan juga di Cikande.

2.2 Visi dan Misi PT. Nippon Indosari, Tbk

Visi PT. Nippon Indosari, Tbk menjadi perusahaan roti terbesar di Indonesia dengan menghasilkan dan mendistribusikan produk – produk berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau bagi rakyat Indonesia.. PT. Nippon Indosari Tbk memiliki Misi membantu meningkatkan kualitas hidup bangsa Indonesia dengan memproduksi dan mendistribusikan makanan yang bermutu tinggi, sehat, halal, dan aman bagi pelanggan.

2.3 Logo PT. Nippon Indosari, Tbk

Logo adalah sebuah lambang atau simbol khusus yang digunakan untuk mewakili suatu perusahaan atau organisasi. Sebuah logo yang unik didesain dan diciptakan secara khusus oleh perusahaan sebagai identitas atau pembeda dari perusahaan kompetitor atau pesaing. Karena difungsikan sebagai identitas sebuah perusahaan maka logo harus divisualisasikan secara unik agar mudah diingat serta relevan sehingga mampu memberikan penjelasan mengenai apa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Gambar 2.1
Logo Sari Roti



Sumber: <http://www.sariroti.com/>

2.4 Produk PT. Nippon Indosari, Tbk

Segmentasi Produk Sari Roti memberikan segmentasi pasarnya pada semua kalangan masyarakat. Mulai dari anak-anak hingga orang tua. Target pendistribusian roti yaitu pasar modern, dan keagenan.

Sari Roti memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan roti di Indonesia, yang meliputi roti tawar, *sweet* roti, roti sobek, sandwich, dan dorayaki. Berkat fokus dan investasi pada portofolio merek, PT Nippon Indosari Corpindo Tbk meraih penghargaan Best of the Best Top 50 dari Forbes Indonesia pada tanggal 25 November 2013.

1. Roti Tawar

Gambar 2.2

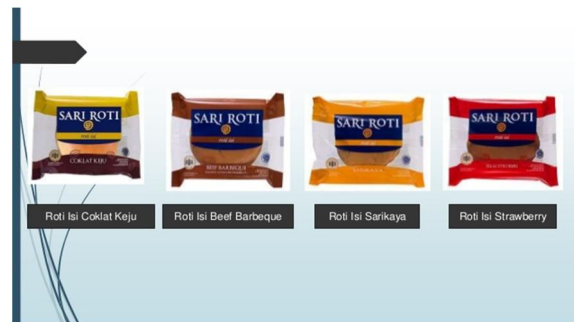


Sumber: <http://www.sariroti.com/>

Produk *roti tawar* dari Sari Roti mulai diproduksi tahun 1996, produk ini merupakan produk andalan Sari Roti. Produk ini memiliki beberapa varian seperti *roti tawar kulit*, *roti tawar tanpa kulit*, dan *roti tawar gandum* dengan harga Rp 16.000, 00.

2. *Sweet Roti*

Gambar 2.3



Sumber: <http://www.sariroti.com/>

Produk *sweet roti* dari Sari Roti mulai diproduksi tahun 1996, Produk ini memiliki jumlah varian rasa paling banyak dari produk Sari Roti lain, Varian rasa *sweet roti* adalah coklat, keju, coklat keju, strawberry, mocha, srikaya, dan *beef barbeque* dengan harga Rp 8.500, 00.

3. *Sandwich*

Gambar 2.4



Sumber: <http://www.sariroti.com/>

Produk *sandwich* sering disebut dengan Sari Roti mini, karena memiliki ukuran kecil roti tawar isi krim. Varian krim *sandwich* Sari Roti adalah krim coklat, krim keju, krim kacang, dan krim klasik dengan harga Rp 4.500, 00.

4. *Dorayaki*

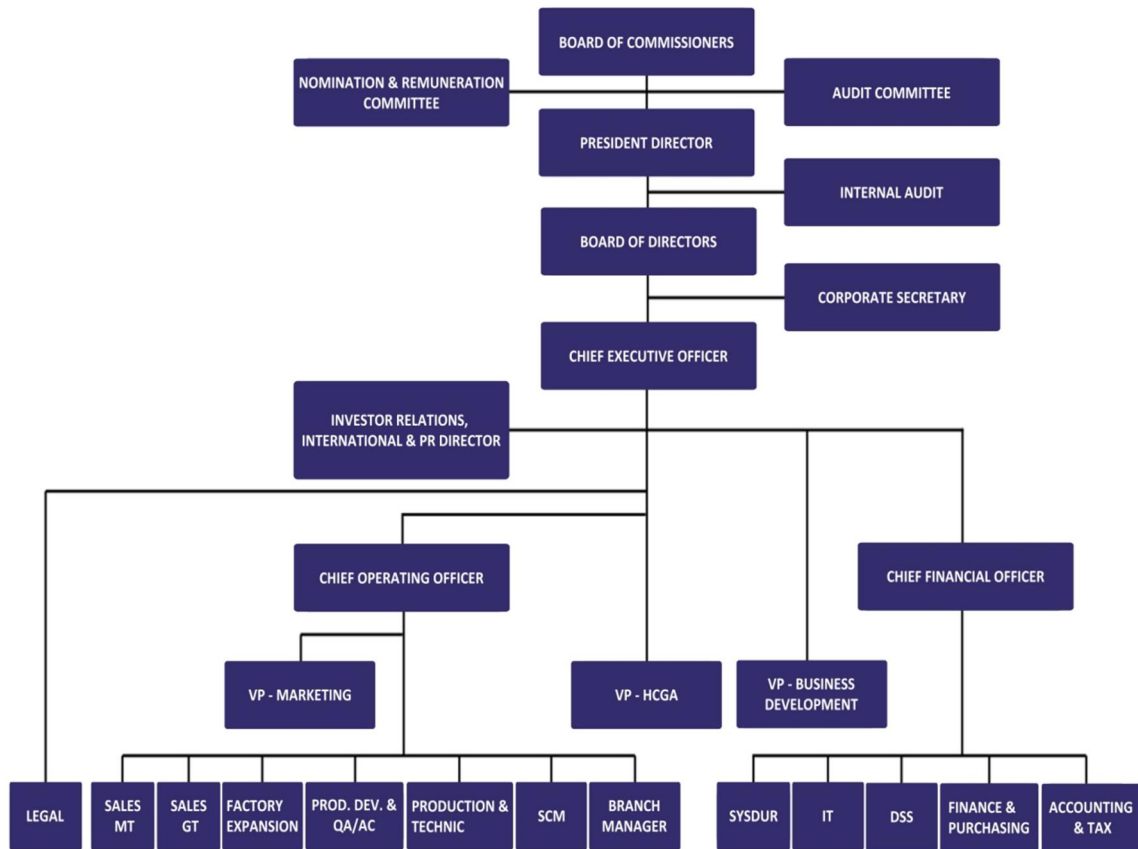
Gambar 2.5



Sumber: <http://www.sariroti.com/>

Produk *dorayaki* adalah produk terbaru dari Sari Roti, produk *dorayaki* berbeda dengan produk Sari Roti lain karena merupakan kue dengan bentuk bundar yang diisi dengan selai. Varian rasa *dorayaki* hanya ada 3 yaitu coklat, strawberry, dan srikaya dengan harga Rp 5.000, 00.

2.5 Struktur Organisasi PT. Nippon Indosari, Tbk.



Sumber: <http://www.sariroti.com/>

2.6 Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen produk Sari Roti di Kota Semarang. Berdasarkan data dari 100 responden yang mengkonsumsi produk Sari Roti melalui survei metode pengumpulan data dengan kuesioner, diperoleh identitas responden tentang usia, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan/uang saku, dan sejak kapan menjadi konsumen Sari Roti, adalah sebagai berikut:

2.6.1 Usia Responden

Usia yang dimaksud dalam penelitian ini adalah usia responden Sari Roti saat dilakukan penelitian. Data mengenai usia responden konsumen produk Sari Roti di Kota Semarang adalah sebagai berikut ini.

Tabel 2.1
Usia Responden

No.	Usia	Responden	%
1.	18 – 23	89	89
2.	24 – 29	4	4
3.	≥ 30	7	7
Jumlah		100	100

Sumber: hasil jawaban responden yang diolah 2018

Berdasarkan keterangan pada Tabel 2.1 diatas dapat diketahui sebagian besar usia responden adalah 18-23 tahun sebanyak 89 orang atau 89%, sedangkan usia 24-29 tahun sebanyak 4 orang atau 4%, dan sisanya adalah responden usia ≥ 30 tahun sebanyak 7 orang atau 7%.

2.6.2 Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan data primer yang dikumpulkan oleh peneliti, maka diperoleh profil responden berdasarkan jenis kelamin seperti yang disajikan pada tabel di bawah ini. Data mengenai jenis kelamin responden konsumen produk Sari Roti di Kota Semarang adalah sebagai berikut ini.

Tabel 2.2
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Responden	%
1.	Laki-Laki	46	46
2.	Perempuan	54	54
Jumlah		100	100

Sumber: hasil jawaban responden yang diolah 2018

Berdasarkan keterangan pada Tabel 2.2 di atas dapat diketahui responden laki-laki sebanyak 46 orang atau 46%, sedangkan responden perempuan sebanyak 54 orang atau 54%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari konsumen Sari Roti adalah perempuan.

2.6.3 Pendidikan Responden

Pendidikan responden yang dikategorikan dalam penelitian ini adalah pendidikan konsumen produk Sari Roti di kota Semarang yaitu pendidikan akhir dan pendidikan yang sedang ditempuh. Rincian data mengenai pendidikan responden konsumen Sari Roti di kota Semarang dapat dilihat pada Tabel 2.3.

Tabel 2.3
Pendidikan Responden

No.	Jurusan	Responden	%
1.	SMA	2	2
2.	D3	5	5
3.	Mahasiswa	49	49
4.	S1	42	42
5.	S2	2	2
Jumlah		100	100

Sumber: hasil jawaban responden yang diolah 2018

Berdasarkan keterangan pada Tabel 2.3 diatas dapat diketahui responden sedang menempuh pendidikan SMA sebanyak 2 orang atau 2%, dan mahasiswa sebanyak 49 orang atau 49%. Sedangkan pendidikan responden yang telah lulus yaitu D3 sebanyak 5 orang atau 5%, S1 sebanyak 91 orang atau 91%, dan pendidikan S2 sebanyak 2 orang atau 2%.

2.6.4 Pendapatan atau Uang Saku Responden

Pendapatan atau uang saku yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendapatan baik dari hasil pekerjaan pokok dan pekerjaan sampingan responden maupun penghasilan pemberian orangtua. Data mengenai pendapatan atau uang saku responden konsumen produk Sari Roti di Kota Semarang adalah sebagai berikut ini.

Tabel 2.4
Pendapatan atau Uang Saku Responden

No.	Pendapatan/uang saku	Responden	%
1.	a. <500.000	2	2
2.	b. 500.000 - 1.000.000	10	10
3.	c. <1.000.000 - 2.000.000	45	45
4.	d. >2.000.000	43	43
Jumlah		100	100

Sumber: hasil jawaban responden yang diolah 2018

Berdasarkan keterangan pada Tabel 2.4 di atas dapat diketahui mayoritas responden memiliki pendapatan atau uang saku <1.000.000 - 2.000.000 yaitu sebanyak 45 orang atau 45%, sedangkan yang memiliki pendapatan atau uang saku 500.000 - 1.000.000 sebanyak 10 orang atau 10%, yang memiliki pendapatan atau uang saku <500.000 sebanyak 2 orang atau

2%, dan sisanya adalah responden yang memiliki pendapatan atau uang saku >2.000.000 sebanyak 43 orang atau 43%.

2.6.5 Menjadi Pelanggan Sari Roti

Pelanggan Sari Roti dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian berulang produk Sari Roti dari varian roti tawar, *sweet bread*, dan roti sobek untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Produk Sari Roti mulai dijual di Kota Semarang sejak tahun 1995. Data responden mengenai kapan mulai menjadi pelanggan Sari Roti Semarang adalah sebagai berikut ini.

Tabel 2.5
Menjadi Pelanggan Sari Roti

No.	Menjadi Pelanggan Sari Roti	Responden	%
1.	>1 tahun	98	98
2.	<1 tahun	2	2
Jumlah		100	100

Sumber: hasil jawaban responden yang diolah 2018

Berdasarkan keterangan pada Tabel 2.5 di atas dapat diketahui data responden tentang sejak kapan mulai menjadi pelanggan produk Sari Roti di Kota Semarang baik dari varian roti tawar atau varian lain, pelanggan produk Sari Roti lebih dari 1 tahun sebanyak 98 orang atau 98% dan pelanggan kurang dari 1 tahun sebanyak 2 orang atau 2%.