

BAB II

GAMBARAN UMUM BANDENG PRESTO DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Sejarah Perusahaan Bandeng Presto

Lahirnya Bandeng Presto merupakan hasil dari inovasi dalam industri kuliner yang berdampak luas. Perintis usaha Bandeng Presto adalah Hanna Budimulya, seorang pengusaha asal Juwana, Jawa Tengah, yang lahir pada 28 Juni 1953. Pada pertengahan tahun 1976, beliau bersama keluarganya menetap di Jalan Pandanaran Nomor 33, Semarang. Pada saat itu, suaminya, Agus Pradekso, bekerja sebagai sopir truk lintas kota Semarang-Jakarta. Namun, penghasilannya tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan keluarga, terutama dengan meningkatnya biaya perawatan kendaraan yang semakin besar dibandingkan pendapatan yang diperoleh. Kondisi ekonomi tersebut mendorong Hanna Budimulya untuk mencari peluang usaha tambahan guna meningkatkan kesejahteraan keluarganya.

Pada suatu kesempatan, ketika mengantar anaknya ke sekolah, Hanna Budimulya mengamati aktivitas beberapa ibu rumah tangga yang menjual berbagai barang dagangan seperti pakaian dan sepatu untuk menambah pendapatan keluarga mereka. Hal ini menginspirasi beliau untuk memulai usaha sendiri, namun saat itu beliau belum mengetahui produk apa yang akan dijual. Setelah melalui berbagai pertimbangan, beliau mendapatkan ide untuk menjual ikan bandeng pindang dengan teknik pelunakan duri menggunakan panci merek Presto, yang merupakan hadiah

ulang tahunnya pada 28 Juni 1976. Setelah melewati berbagai percobaan, akhirnya ditemukan metode yang tepat untuk melunakkan duri ikan bandeng tanpa mengurangi kualitas rasa dan tekstur ikan.

Produksi awal dimulai dengan jumlah kecil, yaitu sekitar tiga kilogram atau 12 ekor ikan bandeng, yang kemudian ditawarkan kepada ibu-ibu di lingkungan sekolah. Pada hari pertama, hanya dua ekor ikan yang berhasil terjual, tetapi hal tersebut tidak menyurutkan semangatnya. Seiring waktu, permintaan terhadap Bandeng Presto semakin meningkat. Dengan kepercayaan diri yang semakin kuat, Hanna Budimulya akhirnya membuka toko Bandeng Presto di depan rumahnya. Nama "Presto" digunakan sebagai merek dagang yang terinspirasi dari merek panci yang digunakan dalam proses produksi. Seiring dengan pertumbuhan bisnisnya, banyak tetangga yang mulai tertarik untuk berbisnis di bidang yang sama.

Melihat perkembangan usahanya yang pesat, Agus Pradekso memutuskan untuk berhenti dari pekerjaannya sebagai sopir truk dan bergabung dalam pengelolaan usaha Bandeng Presto. Setiap pagi pukul 04.00 WIB, mereka pergi ke Pasar Ikan Kobong yang berjarak sekitar 10 kilometer untuk mendapatkan bahan baku utama berupa ikan bandeng segar. Pada awalnya, produk Bandeng Presto dijual dengan harga Rp5.000 per ekor. Namun, seiring dengan meningkatnya popularitas dan permintaan konsumen, semakin banyak pesaing yang ikut menjual produk serupa. Untuk melindungi identitas dan keaslian produknya, Agus Pradekso akhirnya mendaftarkan merek dagang "Presto" secara resmi.

Saat ini, Bandeng Presto telah berkembang menjadi salah satu ikon kuliner khas Semarang yang memiliki pangsa pasar luas. Produk ini tidak hanya diminati oleh masyarakat lokal, tetapi juga telah berhasil menembus pasar internasional, seperti Hong Kong dan Amerika Serikat. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa inovasi dalam pengolahan makanan dapat menjadi peluang bisnis yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

2.2 Logo Perusahaan Bandeng Presto



Gambar 2.1 Logo Perusahaan Bandeng Presto

Sumber: Website Bandeng Presto Semarang, 2024

Logo Bandeng Presto yang berwarna kuning terinspirasi dari warna ikan bandeng segar, yang memiliki daya tarik dan dapat meningkatkan minat beli para konsumen. Terdapat tulisan “Presto” yang diambil dari merk panci yang digunakan oleh perintis usaha Bandeng Presto untuk melunakkan duri bandeng.

2.3 Visi dan Misi Perusahaan Bandeng Presto

2.3.1 Visi Perusahaan

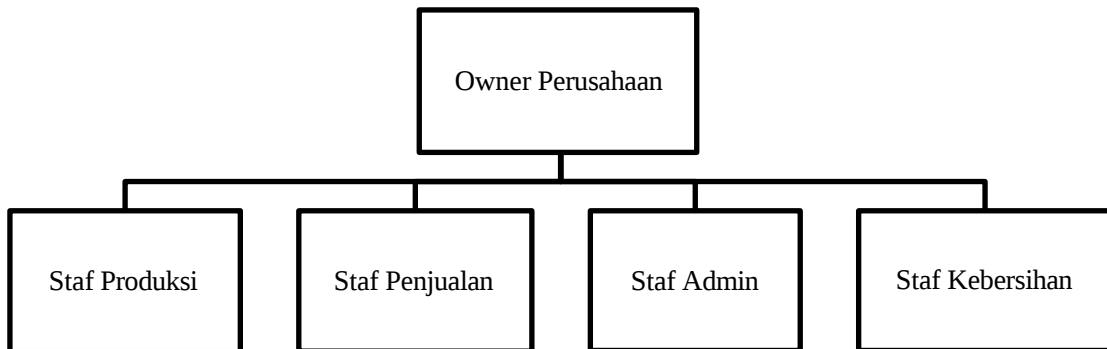
Menjadi produk unggulan yang memenuhi permintaan pasar dan layak konsumsi, mampu bersaing di masyarakat, serta membuka lapangan pekerjaan baru. Selain itu, visi ini juga fokus pada pengembangan kreativitas dalam menghadapi kehidupan yang semakin modern, meningkatkan kesejahteraan kelompok masyarakat, dan menciptakan wirausaha yang jujur, ulet, fleksibel, serta dapat dipercaya.

2.3.2 Misi Perusahaan

Bertujuan untuk membudidayakan bandeng dengan cara yang benar, mengenalkan kepada masyarakat bahwa bandeng adalah sumber protein yang tinggi dan terjangkau, serta mengolahnya dengan baik melalui percobaan dan inovasi untuk menghasilkan produk bandeng yang berkualitas.

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan Bandeng Presto Cabang Kedua

Struktur organisasi Bandeng Presto merupakan landasan yang kokoh untuk mendukung operasional perusahaan. Struktur yang terorganisir dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan yang akan saling berintegrasi untuk mencapai tujuan bersama. Setiap bagian memiliki peran yang krusial dalam menyelenggarakan proses produksi dan distribusi. Struktur organisasi perusahaan ini termasuk sederhana. Berikut ini merupakan struktur organisasi Bandeng Presto Cabang Kedua Semarang.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan Bandeng Presto Cabang Kedua

Sumber: Wawancara Bandeng Presto Semarang Cabang Kedua, 2025

2.5 Deskripsi Pekerjaan Perusahaan Bandeng Presto

1. Owner/Pemilik Perusahaan Bandeng Presto

Bertanggung jawab dalam mengambil keputusan strategis terkait operasional, pemasaran, dan pengembangan bisnis serta mengawasi seluruh kegiatan perusahaan, termasuk kualitas produk dan pelayanan.

2. Bagian Produksi

a. Staf Produksi

Berfokus pada pengolahan bahan baku (ikan bandeng), memastikan kelancaran proses dari bahan baku hingga produk akhir, serta menjaga standar kebersihan dan kualitas di setiap tahap produksi. Tugas mereka juga mencakup pengawasan terhadap produk oleh-oleh khas Semarang lainnya.

3. Bagian Penjualan

a. Staf Penjualan

Berfokus untuk melayani pembelian langsung di toko, mengelola pengiriman dan pengemasan produk kepada konsumen.

4. Bagian Admin

a. Staf Admin

Bertanggung jawab mengelola kegiatan administratif di *back office*, yang mencakup pengelolaan orderan dan menghandle pelayanan di WhatsApp, serta bertanggung jawab untuk memeriksa stok barang dan mengatur produk-produk yang masuk.

5. Bagian Kebersihan

a. Staf Kebersihan

Berfokus untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan di seluruh area toko, serta memastikan fasilitas dan lingkungan toko selalu terjaga kebersihannya.

2.6 Bidang Usaha dan Ketenagakerjaan

Bandeng Presto Semarang bergerak di bidang usaha yang memproduksi dan menjual ikan bandeng olahan dengan metode presto, yang menghasilkan tekstur daging yang lunak dan duri yang dapat dimakan. Produk ikan bandeng yang dijual meliputi empat varian, yaitu otak-otak bandeng, bandeng pepes, bandeng pindang, dan bandeng vacuum. Produk-produk tersebut dijual dalam bentuk beku (frozen) untuk dikonsumsi

setelah digoreng oleh konsumen. Selain itu, perusahaan ini juga menyediakan oleh-oleh khas Semarang lainnya, seperti moaci Gemini, tahu bakso, enting-enting gepuk, lunpia, keripik paru, jenang kudus, bakpia, carica Dieng, ganjel rel, dan cookies wisata rasa.

Dalam pembahasan mengenai bidang usaha, aspek ketenagakerjaan juga menjadi hal yang penting untuk dijelaskan. Total tenaga kerja yang bekerja di Bandeng Presto Semarang terdiri dari sekitar 20 orang di toko utama, dengan tambahan sekitar 20 orang lagi di cabang lainnya. Untuk toko Bandeng Presto, tenaga kerja hanya ada admin, penjualan, serta kebersihan. Sementara itu, bagian produksi terpusat di pabrik. Mayoritas tenaga kerja di toko ini memiliki latar belakang pendidikan SMA, dengan sebagian kecil memiliki pendidikan sarjana maupun diploma. Tanggung jawab ketenagakerjaan di toko ini meliputi pengelolaan operasional sehari-hari, seperti melayani pelanggan, mengelola pesanan, serta memastikan kebersihan dan kelancaran toko. Selain itu, perusahaan juga memastikan kesejahteraan tenaga kerja dengan memberikan pelatihan yang relevan dan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung agar seluruh operasional dapat berjalan dengan baik.

2.7 Lokasi Perusahaan Bandeng Presto

Adapun lokasi toko Bandeng Presto Semarang sebagai berikut:

1. Jl. Pandanaran No. 67-69 Semarang, Telp (024) 8313530,
+62811276900
2. Jl. Pandanaran No. 23-25 Semarang, Telp (024) 8454713,

+628112608900

3. Jl. Madukoro Raya Tawangmas Semarang, Telp +62811266017

2.8 Nilai Perusahaan Bandeng Presto

- a. Kualitas: Menjaga cita rasa khas bandeng presto yang telah menjadi ciri khas sejak awal.
- b. Kearifan Lokal: Mempertahankan resep asli yang telah diwariskan dari generasi ke generasi.
- c. Pelayanan Prima: Membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang ramah dan personal.

2.9 Produk Ikan Bandeng Presto

Tabel 2.1 Produk Ikan Bandeng Presto

Nama Produk	Gambar	Keterangan
Otak-Otak Bandeng		Olahan ikan bandeng dimana daging ikan bandeng dikeluarkan tanpa merusak kulit ikan kemudian daging ikan dicampur dengan bumbu-bumbu khas dan setelah itu dimasukkan kembali ke dalam kulit ikan tersebut, kemudian dibungkus daun pisang dan dikukus. Tahan : 1 hari (1 minggu dalam freezer) Harga : Rp 185.000/kg

Nama Produk	Gambar	Keterangan
Bandeng Pepes		Hidangan tradisional yang dibuat dari ikan bandeng yang dibumbui dengan sambal dan rempah-rempah kemudian dibungkus dengan daun pisang kemudian dikukus sehingga membuat bumbu meresap ke dalam daging ikan. Tahan : 1 hari (1 minggu dalam freezer) Harga : Rp 165.000/kg
Bandeng Pindang		Olahan bandeng yang dibuat dengan metode penggaraman kemudian dimasak dengan menggunakan steam boiler sehingga membuat duri ikan menjadi lunak. Tahan : 2 hari (1 bulan dalam freezer) Harga : • Isi 5 : Rp 130.000/kg • Isi ¾ : Rp 135.000/kg • Jumbo : Rp 170.000/kg

Nama Produk	Gambar	Keterangan
Bandeng Vacuum		Ikan bandeng pindang yang dibuat menggunakan metode penggaraman dan dimasak dengan menggunakan steam boiler kemudian dikemas menggunakan mesin vacuum dimana ikan bandeng akan tahan lama untuk penyimpanan Tahan: 4 hari (1 bulan dalam freezer) Harga : • Isi 5 : Rp 150.000/kg • Isi ¾ : Rp 155.000/kg • Jumbo : Rp 190.000/kg

Sumber: Wawancara Bandeng Presto Semarang Cabang Kedua (2024)

2.10 Karakteristik Identitas Responden

Identitas responden dijabarkan untuk menganalisis keadaan responden sebagai sampel penelitian. Teknik yang digunakan untuk memilih responden dalam riset ini adalah teknik *purposive sampling* dan *incidental sampling*. Syarat responden adalah berusia minimal 16 tahun, dan pembeli yang melakukan pengambilan keputusan dan juga sebagai konsumen yang mengonsumsi produk Bandeng Presto paling tidak 1 kali

dalam waktu 6 bulan terakhir. Identitas dari responden dijelaskan dengan maksud memberikan gambaran kondisi lapangan secara aktual. Responden riset ini memiliki jumlah dengan total 100 responden. Kuesioner dibagikan secara offline dengan mengunjungi lokasi objek penelitian tersebut dalam kurun waktu penyebaran satu bulan di pertengahan bulan November 2024 sampai pertengahan bulan Desember 2024.

Klasifikasi profil responden pada riset ini meliputi usia responden, alamat/domisili, pendidikan terakhir, pekerjaan responden, pendapatan, jenis produk Bandeng Presto yang dibeli, frekuensi pembelian produk Bandeng Presto dalam kurun waktu enam bulan.

2.10.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan bentuk fisik yang memberikan perbedaan antara gender laki-laki dan perempuan. Di dalam pengumpulan data ini, jenis kelamin dari responden memiliki tujuan agar diketahuinya perbandingan jumlah antara laki-laki dan perempuan yang bersedia menjawab kuesioner dan telah sesuai dengan kriteria yang diberikan. Perbandingan responden menurut jenis kelamin tersaji dalam Tabel 2.2

Tabel 2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Perempuan	57	57
2.	Laki-laki	43	43
Total		100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 2.2. dapat diketahui bahwa sebagian besar responden adalah perempuan dengan persentase 57%, sedangkan responden laki-laki sebesar 43%.

2.10.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian ini terbagi ke dalam berbagai kelompok usia yang masing-masing cenderung memiliki pola konsumsi yang berbeda. Pengelompokan rentang usia di bawah ini dilakukan menurut Kementerian Kesehatan (Kemenkes). Perbandingan usia responden dapat dilihat pada Tabel 2.3.

Tabel 2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	16 – 21 tahun	4	4
2.	22 – 27 tahun	21	21
3.	28 – 33 tahun	26	26
4.	34 – 39 tahun	33	33
5.	40 – 45 tahun	5	5
6.	46 – 51 tahun	9	9
7.	52 – 57 tahun	2	2
Total		100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden berada dalam rentang usia 34-39 tahun dengan jumlah frekuensi 33 orang, yang mencakup 33% dari total responden. Sementara itu, responden dengan usia paling sedikit berada dalam rentang 52-57 tahun, dengan jumlah frekuensi 2 orang, yang mencakup 2% dari total responden.

2.10.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili/Alamat

Dalam penelitian ini, responden berasal dari berbagai domisili yang menunjukkan asal atau tempat tinggal responden. Adapun dibawah ini adalah hasil data yang sudah didapatkan oleh penulis terkait jawaban responden.

Tabel 2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili/Alamat

No.	Domisili	Frekuensi	Presentase
1.	Semarang	67	67
2.	Bali	4	4
3.	Bandung	9	9
4.	Jakarta	12	12
5.	Jogja	3	3
6.	Jepara	2	2
7.	Bogor	3	3
8.	Kudus	1	1
9.	Klaten	1	1
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden berasal dari Semarang dengan jumlah 67 orang, yang mencakup 67% dari total responden. Diikuti oleh responden dari Jakarta sebanyak 12 orang dengan persentase 12%, sementara wilayah dengan jumlah responden terkecil adalah Kudus dan Klaten, masing-masing dengan persentase 1%.

2.10.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Responden dalam penelitian ini merupakan individu yang memiliki latar belakang pendidikan yang beragam, yang tercermin dari tingkat pendidikan terakhir yang telah mereka capai. Pendidikan terakhir responden ini dapat dilihat pada Tabel 2.5.

Tabel 2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1.	SMA/SMK	4	4
2.	Diploma	19	19
3.	Sarjana	77	77
Total		100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan data tersebut, sebagian besar responden dalam penelitian ini berpendidikan sarjana dengan persentase 77%, sedangkan yang paling sedikit adalah responden yang berpendidikan SMA/SMK sebesar 4%.

2.10.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden dalam penelitian ini memiliki beragam profesi atau mata pencaharian yang wajib dilakukan tiap individu demi keberlangsungan hidup mereka atau untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan hidupnya. Pekerjaan responden pada riset ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	Mahasiswa	4	4
2.	Pegawai BUMN	30	30
3.	Pegawai Swasta	24	24
4.	Wirausaha	14	14
5.	TNI/POLRI/PNS	13	13
6.	Ibu Rumah Tangga	6	6
7.	Tidak/Belum Bekerja	9	9
Total		100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan data tersebut, mayoritas pengunjung Bandeng Presto merupakan pegawai BUMN dengan jumlah 30 orang yang mencakup 30% dari total responden. Diikuti oleh pegawai swasta sebanyak 24 orang, yang mencakup 24%, sementara yang paling sedikit adalah mahasiswa, dengan jumlah 4 orang, yang mencakup 4%.

2.10.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Responden dalam penelitian ini memiliki beragam tingkat pendapatan per bulan. Pendapatan per bulan merupakan jumlah pemasukan yang diperoleh seseorang dari hasil pekerjaannya dalam satu bulan dan mencerminkan status ekonomi responden, yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Menurut Badan Pusat Statistik, tingkat pendapatan dapat dikategorikan menjadi empat golongan, dapat dilihat pada Tabel 2.7.

Tabel 2.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

No.	Nominal	Frekuensi	Persentase
1.	$\leq$ Rp 1.500.000	4	4
2.	$>$ Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000	12	12
3.	$>$ Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000	22	22
4.	$>$ Rp 3.500.000	62	62
Total		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, mengacu pada BPS (2024)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan per bulan $>$ Rp3.500.000, dengan total 62 responden (62%). Sementara itu, responden dengan pendapatan per bulan paling sedikit, yaitu $\leq$ Rp1.500.000, berjumlah 4 responden (4%).

2.10.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Produk Bandeng yang Dibeli

Karakteristik responden berdasarkan jenis produk Ikan Bandeng yang dibeli menunjukkan preferensi konsumen terhadap variasi produk, yang sesuai dengan kebutuhan atau selera konsumen. Jenis Ikan Bandeng yang dibeli dapat dilihat pada Tabel 2.8.

Tabel 2.8 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Produk Bandeng yang Dibeli

No.	Jenis Ikan Bandeng	Frekuensi	Persentase
1.	Otak-Otak Bandeng	19	19
2.	Bandeng Pepes	9	9
3.	Bandeng Pindang	2	2
4.	Bandeng Vacuum	70	70
Total		100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden, yaitu 70% membeli varian Bandeng Vacuum. Sementara itu, responden dengan pilihan varian paling sedikit adalah Bandeng Pindang, dengan jumlah 2 orang (2%).

2.10.8 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Bandeng

Presto Dalam Enam Bulan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian, menunjukkan intensitas responden dalam pembelian produk Bandeng Presto selama 6 (enam) bulan terakhir. Semakin tinggi intensitas maka konsumen semakin loyal terhadap produk Bandeng Presto.

Tabel 2.9 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk**Bandeng Presto Dalam Enam Bulan Terakhir**

Jenis Produk	Frekuensi Pembelian (1 kali)	Frekuensi Pembelian (2 – 5 kali)	Frekuensi Pembelian (>5 kali)	Total
Otak-Otak Bandeng	10	7	2	19
Bandeng Pepes	5	3	1	9
Bandeng Pindang	0	2	0	2
Bandeng Vacuum	38	30	2	70
Total	53	42	5	100

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden telah melakukan keputusan pembelian sebanyak 1 kali, dengan jumlah 53 responden (53%). Sementara itu, responden yang melakukan keputusan pembelian lebih dari 5 kali tercatat paling sedikit, yaitu sebanyak 5 responden (5%).