

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Singkong merupakan salah satu jenis umbi-umbian yang tumbuh subur di Indonesia. Sebagai hasil pertanian, singkong memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai unit bisnis karena manfaatnya yang beragam. Secara umum, komoditas pertanian bersifat mudah rusak, sehingga perlu segera dikonsumsi atau diolah lebih lanjut. Singkong segar memiliki daya simpan yang terbatas dan nilai jual yang relatif rendah. Namun, melalui proses pengolahan yang optimal, seperti diubah menjadi keripik singkong dan produk olahan lainnya, komoditas ini dapat meningkatkan nilai ekonomi yang lebih besar. Hal tersebut berpotensi memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi petani, masyarakat, serta pelaku industri (Ikuemonisan et al. 2020).

Proses pengolahan dalam bidang agroindustri dapat meningkatkan nilai tambah suatu komoditas pertanian. Agroindustri sendiri merupakan sektor yang terintegrasi dalam pengembangan industri pertanian (Fan et al. 2023). Keberadaan agroindustri memungkinkan transformasi produk pertanian primer menjadi produk olahan, sekaligus mengubah pola kerja dengan nilai tambah rendah menjadi sistem kerja industri modern yang menghasilkan nilai ekonomi lebih tinggi (Supriyati & Suryani 2016). Saat ini, banyak pelaku usaha di sektor makanan yang mengembangkan inovasi terhadap singkong, baik dalam hal bentuk maupun cita rasa. Keripik singkong memiliki daya simpan yang cukup lama, bahkan hingga beberapa bulan, hal tersebut berpotensi memberikan prospek ekonomi yang menjanjikan.

Kabupaten Sumenep adalah salah satu wilayah yang mengembangkan sektor agroindustri, termasuk dalam pengolahan singkong menjadi keripik singkong. Pengolahan ini bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk serta memberikan keuntungan ekonomi yang lebih optimal. Salah satu produk yang dihasilkan adalah keripik singkong merek Moris, yang diproduksi di Desa Saronggi, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur. Keripik singkong merupakan salah satu produk makanan ringan yang banyak digemari konsumen, karena rasanya yang renyah serta harga yang ditawarkan relative murah, selain itu dapat dijadikan sebagai alternative yang tepat untuk menemani waktu bersantai bersama teman maupun keluarga. Sejalan permintaan konsumen yang semakin meningkat, keripik singkong Moris kini dikembangkan dalam berbagai varian rasa, yaitu keripik singkong original dengan citarasa cenderung asin gurih dan keripik singkong pedas manis.

Seiring dengan pertumbuhan industri makanan di Sumenep, tingkat persaingan usaha juga semakin meningkat. Hal ini turut berpengaruh pada industri keripik singkong Muris di Kabupaten Sumenep. Oleh karena itu, pelaku industri dituntut untuk memahami preferensi dan kebutuhan konsumen guna mendorong keputusan pembelian ulang terhadap produk mereka (Haryono & Octavia 2020). Keputusan konsumen untuk kembali membeli keripik singkong didasarkan pada berbagai pertimbangan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Faktor yang memengaruhi keputusan ini tidak hanya terbatas dari satu aspek saja, melainkan melibatkan berbagai elemen yang perlu diperhatikan agar dapat meningkatkan daya tarik produk serta memperkuat loyalitas konsumen.

Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk keripik singkong dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, seperti loyalitas pelanggan, kualitas layanan, dan tingkat kepuasan konsumen (Indah & Rahmadani 2019). Persaingan yang semakin ketat akibat banyaknya produsen keripik singkong menjadi tantangan bagi pelaku usaha, karena jumlah produk yang dapat terjual di pasar menjadi lebih terbatas (Haryono & Octavia 2020). Oleh karena itu, produsen keripik singkong perlu menyusun pendekatan strategi yang efektif untuk mempertahankan keberlangsungan dan meningkatkan daya saing secara optimal dalam industri tersebut.

Dalam rangka menjaga daya saing dan meningkatkan daya saing pasar, penting bagi produsen keripik singkong Moris untuk terus mengikuti tren dan kebutuhan konsumen serta memperhatikan aspek-aspek seperti inovasi rasa, kualitas produk, harga yang kompetitif, layanan yang baik, dan loyalitas pelanggan. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh produsen keripik singkong adalah jumlah produk yang dapat dijual terbatas. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang cerdas dan pemahaman yang mendalam tentang preferensi konsumen diperlukan untuk mengoptimalkan penjualan.

Penelitian tentang preferensi konsumen terhadap keripik pisang, ubi, dan produk olahan ubi jalar mengungkapkan temuan penting. Konsumen lebih fokus pada harga, rasa lezat, tekstur renyah, aroma dan kemasan kecil (250 gram). Temuan serupa ditemukan dalam preferensi produk olahan ubi jalar orange, di mana rasa, harga, jenis produk, dan cara pembelian menjadi prioritas. Studi ini menghasilkan 16 kombinasi atribut berbeda. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai bagaimana konsumen membuat

keputusan belanja berdasarkan atribut khusus dalam konteks pemilihan produk pangan (Agatha et al. 2020; Azhari 2016; Ihwah et al. 2014; Ramla 2021).

Penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap atribut-atribut keripik singkong merek Turbo Sakti, yang menggunakan metode analisis deskriptif, telah menghasilkan sejumlah temuan yang signifikan. Dalam menentukan pilihan produk, konsumen cenderung mengutamakan beberapa karakteristik utama, seperti cita rasa, bentuk yang memanjang, ketebalan yang tipis, tekstur yang renyah, ukuran besar (500 gram), serta kemasan dengan label sablon. Selain itu, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa tekstur, kemasan, dan merek memiliki peran penting dalam penentuan preferensi konsumen. Faktor kerenyahan, ketebalan, dan adanya sedikit rasa pahit menjadi penilaian yang dominan. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan berharga mengenai preferensi konsumen terhadap berbagai atribut produk, mulai dari aspek rasa hingga kemasan, yang dapat menjadi panduan dalam melakukan pengembangan produk yang selaras dengan preferensi dan ekspektasi konsumen (Diana and Hayati 2021; Pangestu et al. 2022; Rossi 2016).

Penelitian ini mempunyai aspek serupa dengan penelitian sebelumnya karena keduanya mengupas preferensi konsumen terhadap keripik. Namun, terdapat perbedaan pada penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, terutama dalam hal metode analisis data yang digunakan. Pada penelitian ini, data dianalisis dengan menggunakan metode *Exploratory Factor Analysis* (EFA). Sementara penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan analisis purposive sampling dengan analisis konjoin. Melalui penerapan metode analisis faktor, penelitian ini bertujuan untuk mengurangi kompleksitas data

dengan menggabungkan variabel-variabel yang memiliki korelasi tinggi ke dalam sejumlah faktor yang lebih sedikit dan dapat diinterpretasikan. Selain metode analisis data terdapat perbedaan dalam jenis variabel yang digunakan. variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasa, harga, dan kemasan. Sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan variabel rasa dan tekstur pada keripik singkong, serta objek dan lokasi penelitian yang akan diteliti.

1.2 Perumusan Masalah

Merujuk pada uraian latar belakang diatas, perumusan masalah penelitian ini dapat disajikan sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi konsumen terhadap keripik singkong Muris?
2. Apa saja faktor yang berperan mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih keripik singkong muris?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan preferensi konsumen terhadap keripik singkong Muris.
2. Menganalisis faktor-faktor dalam preferensi konsumen terhadap keripik singkong Muris.

1.4 Manfaat penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian diatas, penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan rekomendasi kepada produsen untuk mengembangkan produk keripik singkong Muris dalam menentukan varian baru dan penyempurnaan resep.
2. Bisa dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya tentang preferensi konsumen.

1.5 Definisi Operasional

Definisi operasional disusun dengan tujuan untuk memastikan bahwa permasalahan yang diteliti tetap terfokus pada ruang lingkup yang telah ditentukan oleh peneliti. Definisi operasional pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Preferensi konsumen terhadap Keripik singkong Muris yang diproduksi di Desa Saronggi, Kabupaten Sumenep.
2. Keripik singkong merupakan jenis camilan yang diolah dari bahan dasar singkong yang diiris tipis dan diproses melalui teknik pengolahan tertentu hingga menghasilkan tekstur yang renyah.
3. Konsumen merupakan individu atau kelompok yang menggunakan atau mengonsumsi barang atau jasa dalam kegiatan ekonomi.
4. Kualitas produk adalah atribut atau karakteristik yang menentukan daya saing suatu produk dalam memenuhi atau melebihi ekspektasi, kebutuhan, dan persyaratan pelanggan atau pengguna.
5. Kemasan adalah media untuk memberikan informasi tentang produk Keripik Singkong Muris kepada konsumen. Informasi yang tertera pada kemasan meliputi merek produk, nama produk, deskripsi produk, petunjuk penggunaan, tanggal kedaluwarsa.

6. Harga adalah besarnya nilai rupiah perkemasan keripik Muris atau jumlah yang harus dibayar oleh konsumen kepada penjual atau produsen untuk mendapatkan produk atau layanan tertentu.
7. Rasa original adalah adalah rasa makanan dalam bentuk paling sederhana, tanpa tambahan apa pun yang dapat mengubah atau menghadirkan karakteristik rasa yang baru.
8. Rasa bumbu balado adalah rasa yang sudah dicampur dengan bumbu atau saus balado. Bumbu balado merupakan perpaduan cabai merah besar, bawang merah, bawang putih, serta berbagai rempah lainnya. Bumbu ini umumnya memiliki cita rasa yang unik, yakni perpaduan pedas, manis, asam, dan gurih yang kuat.

