

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Malang merupakan kota yang memiliki berbagai sumber daya seperti pertanian, pendidikan dan tempat wisata. Kota Malang menjadi salah satu tujuan destinasi wisata, khususnya wisatawan yang berasal dari daerah Jawa Timur (Octastefani, 2020). Pariwisata Kota Malang dapat menjadi salah satu sumber pendapatan daerah yang memiliki potensi, sehingga hal ini menjadi sesuatu yang penting untuk dijaga dan ditingkatkan.

Pariwisata Kota Malang memiliki berbagai macam sektor dan jenis wisata, salah satu yang memiliki potensi adalah wisata belanja, khususnya produk makanan (Sunaryo, 2019). Produk makanan di Kota Malang banyak berbahan dasar buah dan tempe yang diolah agar bertahan lebih lama dengan dibuat menjadi camilan. Salah satu produk camilan yang diproduksi yaitu produk keripik buah.

Potensi sumber daya perkebunan di Kota Malang, memungkinkan masyarakat Kota Malang untuk berinovasi menciptakan UMKM pengelolaan hasil perkebunan. UMKM yang bergerak pada industri keripik buah merupakan salah satu jenis usaha yang berkembang di Kota Malang (Rasyidi, 2016), dimana perkembangan yang terjadi membuat UMKM keripik buah dituntut untuk berinovasi agar memiliki daya saing yang tinggi. UMKM keripik buah harus mampu menciptakan strategi yang efektif agar produk mereka memiliki nilai tambah sehingga mampu menambah daya saing dari produk mereka.

Penelitian ini mengacu pada salah satu penelitian yang dilakukan oleh (Maulana et al., 2022), karena memiliki urgensi yang sama yaitu meningkatkan daya saing dari produk. Hasil penelitian menunjukkan usulan pengembangan dari prioritas karakteristik pengembangan produk yang dilakukan, untuk meningkatkan daya saing dan nilai dari produk. Daya saing pada produk perlu ditingkatkan dalam mempertahankan eksistensi sebuah produk.

Pengembangan produk adalah salah satu strategi sebagai solusi menghadapi suatu persaingan (Agustini et al., 2021). Pengembangan produk membantu sebuah produk untuk brevolusi, dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan permintaan dari konsumen. Hasil dari pengembangan sebuah produk ditunjukkan dengan meningkatnya keunggulan kompetitif suatu perusahaan atau produk yang dikembangkan (Azkiya, 2016). Pengembangan produk juga bertujuan memperbaiki atau meningkatkan nilai produk.

Aspek kesehatan merupakan salah satu nilai yang diberikan oleh produk keripik buah. Produk keripik buah dikenal sebagai makanan atau camilan dengan kandungan gizi yang cukup tinggi (Maryono, et.al., 2024), sehingga camilan ini lebih sehat dibandingkan dengan produk camilan konvensional. Hasil wawancara penelitian menunjukkan konsumen dari keripik buah memiliki daya tarik berupa komposisi dari produk keripik buah seperti gizi, protein dan kalori yang lebih ringan sehingga aspek ini menjadi standar pengembangan yang ingin dilakukan.

Dasar pengembangan yang digunakan adalah teori tingkatan produk, dimana menurut (Kotler, 2016) korelasi dari tingkatan produk yang ditawarkan maka semakin besar pula keunggulan kompetitif dari produk tersebut. Penjelasan tentang

teori tingkatan produk ini berhubungan dengan yang masalah yang terjadi pada UMKM yang menjadi objek pada penelitian yang dilakukan, dimana permasalahan berbentuk keritik atau saran dari konsumen tentang indikator penilaian dari tingkatan produk. Data didapat dari perusahaan yang ditunjukkan pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Bukti Keluhan Konsumen Keripik Buah

Data Keluhan Konsumen		
A.	So.Kressh.id	
No.	Daftar Keluhan	Jumlah
1	Kripik tidak krispi	12 orang
2	Warna kripik tidak cerah	3 orang
3	Tekstur kripik jambu terlalu keras	10 orang
4	Rasa kripik nangka pahit	8 orang
5	Ketahanan tekstur kripik tidak lama	6 orang
B.	Kendedes Seleka	
1	Tekstur kripik apel tertalu lembut	5 orang
2	Rasa kripik nangka memiliki rasa pahit	3 orang
3	Varian rasa kripik tidak bervariasi	7 orang
4	Aroma kripik nangka tidak berbau buah	2 orang
5	Kripik buah nangka pecah-pecah	8 orang
C.	Erdiansyah Chips	
1	Tekstur kripik nangka telalu keras	6 orang
2	Varian rasa kripik buah sedikit	3 orang
3	Rasa kripik buah pahit	2 orang
4	Kripik buah pecah - pecah	8 orang

Sumber: CV. Kejaye Food (2024), Keripik Buah Kendedes (2024), Erdiansyah Chips (2024), Google Review (2024), data diolah (2024).

Data pada Tabel 1.1 menunjukkan keluhan konsumen terhadap kekurangan dari fitur keripik buah yang dikonsumsi. Fitur yang diberikan oleh keripik buah berupa warna, rasa, varian rasa, dan tekstur menjadi permasalahan yang harus diperbaiki. Fitur produk tersebut menentukan pengalaman konsumsi konsumen, sehingga produk keripik buah memerlukan pengembangan produk untuk memperbaiki kemampuan fitur yang lemah sehingga mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

Metode penelitian ini menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Metode AHP dipilih dikarenakan metode ini mampu menguraikan permasalahan menjadi sebuah hierarki yang disederhanakan dan mempermudah untuk memilih alternatif pengembangannya. Permasalahan pada penelitian ini memerlukan solusi berupa menentukan kriteria dan alternatif solusi dari pengembangan yang akan dilakukan.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, penelitian ini akan bertujuan untuk mencari pengembangan produk keripik buah dari UMKM keripik buah di Malang yang dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Analisis diperlukan untuk mencari pengembangan yang paling baik untuk produk keripik buah UMKM Malang.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang muncul berdasarkan latar belakang yang sudah ditulis, sebagai berikut:

1. Kriteria prioritas tingkatan produk apa yang dibutuhkan produk keripik buah UMKM di Kota Malang?
2. Sub-kriteria prioritas tingkatan produk apa yang dibutuhkan produk keripik buah UMKM di Kota Malang?
3. Kriteria prioritas tingkatan produk apa yang diperlukan masing-masing UMKM keripik buah di Kota Malang?
4. Produk UMKM keripik buah manakah yang terbaik di Kota Malang berdasarkan kriteria prioritas tingkatan produk?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, diperlukan batasan masalah pada penulisan penelitian ini agar tidak keluar dari topik pembahasan, maka batasan penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada tiga UMKM keripik buah di Kota Malang yaitu CV. Kejaye Food (Sokressh.id), Keripik Buah Kendedes (Kendedes Selekt), dan UMKM Erdiansyah *Chips* (Erdiansyah *Chips*).
2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan pengembangan produk terbaik adalah *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yang dikenalkan oleh Saaty (1980).

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kriteria prioritas tingkatan produk yang dibutuhkan produk keripik buah UMKM di Kota Malang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis sub-kriteria prioritas tingkatan produk yang dibutuhkan produk kripik buah UMKM di Kota Malang.
3. Untuk mengetahui kriteria prioritas tingkatan produk masing-masing UMKM keripik buah di Kota Malang.
4. Untuk menganalisis produk UMKM keripik buah yang terbaik di Kota Malang.

E. Manfaat Penelitian

Terdapat tiga manfaat dari penelitian ini terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, yang diharapkan sebagai berikut:

1. Manfaat bagi pemilik perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat juga bagi Pemilik perusahaan perusahaan dalam menentukan kebijakan pengembangan yang akan dilakukan.

2. Manfaat bagi tim produksi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi sebagai suatu acuan untuk menentukan pengembangan produk pada produk keripik buah

3. Manfaat bagi penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi ilmu pengetahuan untuk referensi penelitian selanjutnya dalam bidang operasional yang berkaitan dengan pemilihan produk keripik buah terbaik menggunakan metode AHP. Penelitian ini diharapkan berguna bagi mahasiswa tingkat sarjana yang melakukan penelitian dengan topik yang sama.