

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian di Indonesia didukung oleh berbagai sektor, salah satu sektor yang memberikan kontribusi yang besar adalah sektor pertanian. Apabila potensi yang dimiliki sektor pertanian dapat dikelola dengan baik, maka pertanian di Indonesia dapat menjadi lebih maju. Menurut berita pada website resmi Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2020) Pisang merupakan buah tropis yang sangat populer dan berpotensi ekonomi cukup tinggi untuk dikelola secara intensif dan berorientasi agribisnis. Dari sisi produksi dan jumlah konsumsi, pisang merupakan tanaman pangan terpenting keempat dunia setelah gandum, padi, dan jagung (Budilaksono, 2020). Pemanfaatan daging buah diharapkan dapat memberikan nilai gizi tambahan pada pisang

Pisang (*Musaceae*) sebagai sumber energi yang kaya akan karbohidrat sebesar 22-32% dari bobot daging buah. Selain itu, daging pisang kaya akan vitamin A, B6 dan C juga mineral khususnya *kalium*, *magnesium*, *fosfor* dan *folat* (Adebayo Oyetoro, Ogundipe dan Adeeko, 2016). Tanaman pisang merupakan salah satu kekayaan alam asli Asia Tenggara. sendiri dalam analisa bisnis tertuju pada buahnya meskipun dalam tanaman pisang sendiri terdapat berbagai manfaat lainnya, pisang yang memiliki nama latin (*Musa paradisiaca L*). Jenis pisang banyak sekali ditemukan, antara lain pisang kepok, pisang ambon, pisang raja, pisang kapas, pisang susu dan masih banyak jenis pisang lainnya serta pisang dapat diolah menjadi beberapa produk makanan yang menarik untuk dikonsumsi. Pada umumnya di Indonesia tanaman pisang tumbuh secara sendirinya di pekarangan atau tegalan rumah. Minimnya akan fasilitas, pengetahuan dan lain sebagainya membuat pisang seakan tidak familiar dikalangan masyarakat Indonesia sendiri sehingga nilai ekonomisnya pun tidak nampak karena panen

tidak menentu yang merupakan penyebab utamanya pisang dianggap tanaman liar yang menguntungkan tanpa adanya budidaya. Pisang juga merupakan salah satu komoditas hortikultura unggulan Indonesia dan salah satu sentra primer keragaman pisang, baik pisang segar, olahan dan pisang liar. Banyaknya keragaman ini, memberikan peluang Indonesia untuk memanfaatkan dan memilih jenis pisang yang secara komersial dibutuhkan konsumen. Salah satu komoditas Indonesia yang memiliki potensi besar namun selama ini masih sedikit diperhatikan adalah buah pisang.

(Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2021) Pada Tahun 2017 produksi pisang berada di angka 7.603.405 ton dan pada Tahun 2018 produksi pisang menurun 6.775.475 ton. Sedangkan pada Tahun 2019 dan 2020 meningkat sebesar 7.907.545 ton dan 8.059.615 meningkatnya jumlah produksi dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tahun	Produksi (Ton)	Pertumbuhan (%)
2017	7.603.405	2,00%
2018	6.775.475	2,04%
2019	7.907.545	1,96%
2020	8.059.615	1,92%

Sumber: (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2021)

Pisang (*Musa Paradisiaca L*) merupakan komoditas buah yang paling banyak diproduksi dan dikonsumsi di Indonesia. Pisang merupakan jenis buah yang tidak mengenal musim. Dengan kemampuan hidupnya yang tinggi dan perkembangbiakannya yang tergolong cepat menyebabkan ketersediaan buah pisang melimpah ruah dengan berbagai jenis, seperti buah pisang ambon, kapas, tanduk, kapok, dan pisang nangka. Olahan pisang yang mencuri perhatian konsumen akhir-akhir ini adalah bisnis pisang coklat. Bisnis ini mulai banyak diminati oleh konsumen, karena memberikan variasi lain dari olahan pisang. Selain itu pisang coklat ini banyak diminati karena konsumen yang penasaran dengan rasanya (Aini, 2018). Olahan pisang modern diharapkan mampu menarik untuk

dinikmati serta terjaminnya kualitas dan mutu dari pisang itu sendiri. Usaha-usaha yang dapat dilakukan untuk mempertahankan mutu sekaligus menarik daya jual pisang. Salah satu usaha yang memiliki persaingan ketat saat ini adalah usaha di bidang olahan pisang. Bisnis olahan pisang coklat merupakan bisnis baru yang banyak diminati oleh konsumen. (Dede Zaki 2017) mengemukakan tantangan dalam memasuki persaingan bisnis saat ini semakin tinggi. Untuk menghadapi ketatnya persaingan dalam dunia bisnis ini diperlukan sebuah inovasi agar dapat memiliki keunggulan bersaing dengan pelaku bisnis lain, terutama pada bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM di Indonesia sendiri telah mengalami perkembangan yang begitu pesat.

Pelaku bisnis pisang coklat jumlahnya semakin meningkat dan memunculkan persaingan yang ketat antar kompetitornya. Di Surabaya, jumlah merek dan produk pisang sangat banyak dan beraneka ragam. Diantaranya adalah Bozz Gedang, Papa Banana, Banana Boss, Iki Gedang, Banagirl.id, Mafia Gedang, dan masih banyak lagi (Julia, 2019) Salah satu metode yang efektif untuk menambah daya tarik penjualan dan pengolahan pisang adalah menggunakan pengemasan. Melihat potensi sumber daya alam khususnya dalam bidang pertanian yaitu buah pisang. Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya khususnya memiliki perananan penting dalam mengupayakan pengolahan pisang untuk diolah menjadi olahan pisang yang beragam untuk dijual, salah satunya adalah inovasi produk olahan pisang coklat dan berbagai macam toping lainnya, dengan bahan utamanya adalah pisang jenis, pisang raja (*Musa textilia*). Salah satu produsen olahan pisang coklat yang sekarang digemari adalah produk Mafia Gedang. Mafia Gedang sendiri merupakan merk dagang waralaba dari produk olahan pisang yang tersebar di hampir seluruh Indonesia, Mafia Gedang yang saat ini banyak digemari masyarakat Kota Surabaya dan para kalangan masyarakat Indonesia.

Harga dari Mafia Gedang sendiri adalah Rp. 25.000 / Pack dikarenakan melonjaknya antusiasme penikmat pisang coklat Mafia Gedang serta *Value Brand* dipengaruhi oleh penjualannya melalui media online tiktok yang sekarang dapat diakses pada semua orang. Sedangkan untuk olahan pisang coklat yang lain masih berada pada harga kisaran Rp. 18.000 / Pack sampai dengan Rp. 20.000 / Pack dan belum melakukan promosi melalui media online sehingga masyarakat belum mengetahui produk olahan pisang coklat, harga dari olahan pisang tersebut dapat dilihat melalui Tabel berikut:

Tabel 1.2 Daftar Harga Olahan Pisang di Surabaya

No.	Nama Produk Olahan Pisang Coklat	Harga / Pack
1.	Mafia Gedang	Rp. 25.000 / Pack
2.	Iki Gedang	Rp. 20.000 / Pack
3.	Banana Boss	Rp. 20.000 / Pack
4.	Papa Banana	Rp. 19.000 / Pack
5.	Bozz Gedang	Rp. 18.000 / Pack
6.	Banagirl.id	Rp. 18.000 / Pack

Sumber: (Julia, Kompetitor Olahan Pisang Coklat Di Kota Surabaya. 2019)

Mafia Gedang adalah salah satu usaha yang sangat baru. Mafia Gedang ini merupakan inovasi produk pertanian yang memiliki bentuk seperti pisang coklat pada umumnya dan memiliki rasa yang khas coklat lumer didalamnya selain itu Mafia Gedang memiliki berbagai varian rasa seperti *yakuza*, *escobar*, *king latina*, *alpachino*, *los zetas* dan berbagai rasa yang lainnya. Saat ini Mafia Gedang sendiri sudah mendirikan sekitar 276 *Booth* yang meliputi *Booth Outdoor*, *Indoor* Dan *Kotainer* yang tersebar di seluruh Indonesia, serta Mafia Gedang saat ini sudah sudah bisa dibeli menggunakan pengiriman online Grab, Gojek, Shopee dan Traveloka, Mafia Gedang sendiri juga melayani pembelian secara langsung. Namun saat ini konsumen dari Mafia Gedang sangatlah luas mengingat pemasaran dari Mafia Gedang di pasarkan menggunakan media teknologi sosial media sehingga konsumen dari pisang dari berbagai kalangan dan daerah sehingga perlu dilakukannya menganalisis preferensi konsumen yang akan

memberikan gambaran bagi pemilik usaha preferensi konsumen merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk yang dikonsumsi. Preferensi konsumen juga merupakan nilai-nilai yang diperhatikan konsumen dalam menentukan sebuah pilihan. Pengambilan keputusan pembelian merupakan proses pembelian yang dilalui oleh seorang konsumen akhir yang dimulai dari timbulnya rasa butuh sampai kepada perasaannya setelah melakukan pembelian (Kotler & Armstrong, 2001; Mashur Razak, 2016:205).

Keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu produk atau jasa merupakan aspek yang penting bagi pemasar. Keputusan tersebut sekaligus menunjukkan seberapa efektif sebuah program pemasaran yang direncanakan oleh para pemasar berhasil mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Tingkat persaingan bisnis serta semakin kompleksnya variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen, membuat proses untuk memahami perilaku keputusan pembelian konsumen menjadi semakin rumit. Variabel masukan yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan meliputi usaha-usaha pemasaran komersial, maupun berbagai pengaruh non-komersial dari lingkungan sosio-budaya para konsumen. Berbagai variabel proses keputusan dipengaruhi oleh bidang psikologis konsumen, termasuk golongan yang diminati (atau merk-merk dalam kategori produk tertentu yang dipertimbangkan dalam menetapkan pilihan yang akan dibeli). Secara keseluruhan, bidang psikologis mempengaruhi pengenalan konsumen terhadap kebutuhan, pencarian informasi sebelum pembelian, dan penilaian berbagai alternatif (Mashur Razak, 2016:203). Selama ini bahwa prospek Mafia Gedang yang sangat menjanjikan sebagai peluang usaha inovasi produk pertanian, konsumen yang sudah menyebar di beberapa lokasi di Kota Surabaya dan diluar Kota Surabaya sehingga perlu menganalisis lebih dalam lagi tentang Preferensi Konsumen Mafia Gedang. Berdasarkan latar

belakang tersebut, maka saya tertarik untuk meneliti tentang **PREFERENSI KONSUMEN PRODUK OLAHAN PISANG COKLAT (STUDI KASUS DI “MAFIA GEDANG” KOTA SURABAYA).**

1.2 Rumusan Masalah

Tingginya pisang yang tidak mengenal musim. Dengan kemampuan hidupnya yang tinggi dan perkembangbiakannya yang tergolong cepat menyebabkan ketersediaan buah pisang melimpah. Pemanfaatan buah pisang saat ini masih sebatas dikonsumsi sebagai buah segar sehingga tidak dapat disimpan terlalu lama dan akhirnya membusuk. Saat ini konsumen dari Mafia Gedang sangatlah luas mengingat pemasaran dari Mafia Gedang di pasarkan menggunakan media teknologi sosial media sehingga konsumen dari pisang dari berbagai kalangan dan daerah sehingga perlu di lakukannya menganalisis preferensi konsumen yang akan memberikan gambaran bagi pemilik usaha preferensi konsumen merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk yang dikonsumsi. Preferensi konsumen juga merupakan nilai-nilai yang diperhatikan Konsumen dalam menentukan sebuah pilihan. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dibuat rumusan sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut olahan pisang mafia gedang di kota Surabaya?
2. Atribut apa yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli produk olahan pisang mafia gedang di Kota Surabaya?
3. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap atribut olahan pisang Mafia Gedang di kota Surabaya?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan sebagai wadah untuk menerapkan teori – teori

yang diperoleh selama dibangku perkuliahan serta menjadi bahan acuan untuk dilakukan penelitian lebih mendalam yang berhubungan dengan kinerja dan Prefensi Konsumen.

2. Sebagai tambahan referensi yang dapat dijadikan ilmu dan pengetahuan utamanya bagi mahasiswa dan civitas akademika pada umumnya.
3. Bagi produsen olahan pisang coklat Mafia Gedang sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi dalam menentukan Preferensi Konsumen, khususnya dalam olahan pisang coklat.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat dirumuskan tujuan yang hendak dicapai. Tujuan tersebut antara lain:

1. Menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut olahan pisang Mafia Gedang di kota Surabaya.
2. Mengidentifikasi atribut apa yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli produk olahan pisang mafia gedang di Kota Surabaya.
3. Menganalisis kepuasan konsumen terhadap atribut olahan pisang Mafia Gedang di kota Surabaya.