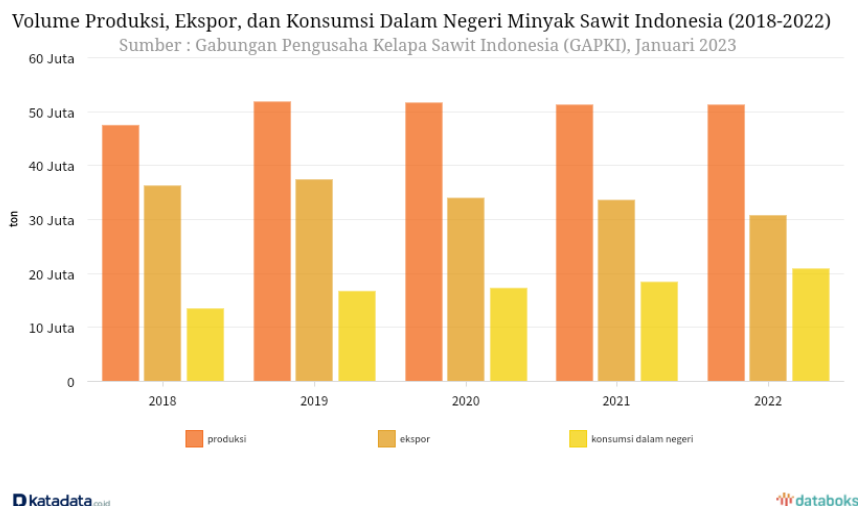


I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Minyak goreng merupakan salah satu produk turunan minyak nabati dari komoditas kelapa sawit yang banyak digunakan untuk kehidupan sehari-hari. Produk ini merupakan salah satu dari sembilan bahan pokok yang dikonsumsi hampir seluruh masyarakat Indonesia, karena termasuk dalam komoditas strategis. Penggunaan minyak goreng sebagai bahan pengolahan suatu makanan begitu luas. Masyarakat cenderung lebih menyukai makanan yang digoreng daripada makanan yang direbus karena beranggapan bahwa makanan yang digoreng memiliki rasa yang lebih gurih dan enak. Menurut survey analisis Badan Ketahanan Pangan, komoditas minyak goreng selalu mengalami pertumbuhan produksi yang cukup tinggi sebagai bahan pangan penting. Hal tersebut dikarenakan oleh banyaknya konsumsi minyak goreng di Indonesia rata-rata perkapita tiap tahunnya selalu mengalami kenaikan. Konsumsi minyak goreng tertinggi di Indonesia terjadi pada tahun 2022, seperti yang terlihat pada gambar 1.1 berikut



(Sumber: www.katadata.co.id)

Gambar 1.1 Grafik Produksi dan Konsumsi Minyak Sawit di Indonesia pada Tahun 2018-2022

Grafik diatas menunjukkan bahwa konsumsi minyak goreng rata-rata perkapita tiap tahunnya mengalami kenaikan dan konsumsi tertinggi terjadi pada tahun 2022. Menurut laporan Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia (Gapki), pada 2022 konsumsi minyak sawit dalam negeri mencapai 20,9 juta ton. Hal tersebut membuktikan bahwa konsumsi masyarakat terhadap minyak goreng sawit di Indonesia selalu mengalami peningkatan tiap tahunnya sebagai bahan pangan penting.

Minyak goreng kelapa sawit terbagi dalam dua jenis, yaitu minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan yang bermerek. Minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan yang bermerek merupakan minyak goreng hasil dari proses industri namun berbeda dari kualitas prosesnya. Minyak goreng kemasan yang bermerek penyaringannya dilakukan 3-4 kali, sedangkan minyak goreng curah hanya dilakukan penyaringan sederhana sebanyak satu kali penyaringan. Sehingga jika dilihat dari warnanya sangat berbeda, minyak goreng kemasan yang bermerek bewarna lebih jernih di bandingkan dengan minyak goreng curah yang berwarna kuning keruh.

Seiring dengan semakin tingginya tingkat pendidikan dan tingkat ekonomi masyarakat, peralihan pola konsumsi masyarakat dari minyak goreng curah ke minyak goreng bermerek pun semakin besar. Minyak goreng yang dikemas dalam botol atau plastik kemasan dengan *brand* dianggap lebih bersih dan higienis oleh masyarakat daripada minyak goreng yang dijual eceran oleh pedagang yang ditempatkan di dalam jerigen dan drum. Terlebih lagi dengan adanya kebijakan pemerintah mengenai minyak goreng wajib kemasan yang diatur dalam peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 9/M-Dag/PER/2/2016, dan mengalami

perubahan menjadi peraturan menteri perdagangan (Permendag) Nomor 36 Tahun 2020. Kebijakan ini mewajibkan penggunaan minyak goreng wajib kemasan untuk dikonsumsi oleh seluruh masyarakat Indonesia, dengan minyak goreng kemasan sederhana yang dikeluarkan oleh pemerintah yakni Minyakita.

Peraturan pemerintah yang mengatur mengenai kewajiban penggunaan minyak goreng kemasan yang bermerek dan juga pengetahuan konsumen mengenai kualitas produk minyak goreng yang baik, ternyata tidak menutup kemungkinan bahwa masih banyak pula konsumen yang tetap mengkonsumsi minyak goreng curah. Menteri Perdagangan Indonesia Enggartiasto Lukita mengungkapkan bahwa dari 5,1 juta ton kebutuhan konsumsi minyak goreng dalam negeri sebesar 50% masih dikonsumsi dalam bentuk minyak goreng curah dimana belum terjamin kebersihannya, baik dari sisi produksi maupun sisi distribusi. Dari hal tersebut diketahui bahwa sikap dan perilaku konsumen dalam hal memilih produk minyak goreng berbeda satu dengan yang lainnya dan selalu berubah sehingga perlu untuk dipelajari lebih lanjut mengenai perilaku konsumen dalam memilih minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan untuk dikonsumsi. Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Sikap dan Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Minyak Goreng Curah dan Kemasan di Pasar Tradisional Pucang Surabaya”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik konsumen minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan kemasan di Pasar Tradisional Pucang Surabaya?

2. Bagaimana sikap konsumen terhadap minyak goreng curah dan kemasan atas atribut harga, warna, kejernihan, aroma, ukuran yang bervariasi, dan kemudahan memperoleh di Pasar Tradisional Pucang Anom Surabaya?
3. Apakah norma subjektif berpengaruh mendorong niat dan perilaku konsumen dalam memilih minyak goreng curah dan kemasan?
4. Bagaimana perilaku konsumen terhadap pembelian produk minyak goreng curah dan kemasan di Pasar Tradisional Pucang Anom Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, tujuan penelitian diperoleh sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen minyak goreng curah dan kemasan di Pasar Tradisional Pucang Surabaya.
2. Menganalisis sikap konsumen dalam memilih produk minyak goreng curah dan kemasan atas atribut harga, warna, kejernihan, aroma, ukuran yang bervariasi, dan kemudahan memperoleh di Pasar Tradisional Pucang Surabaya.
3. Menganalisis norma subjektif terhadap perilaku konsumen dalam memilih minyak goreng curah dan kemasan.
4. Menganalisis perilaku konsumen terhadap pembelian produk minyak goreng curah dan kemasan di Pasar Tradisional Pucang Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak antara lain:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan pertimbangan bagi para produsen minyak goreng agar dapat mengembangkan strategi

bisnis dan pemasaran dengan mengenali sikap dan perilaku konsumen dalam memilih minyak goreng.

2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan inspirasi atau sebagai bahan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang terkait dengan sikap dan perilaku konsumen.
3. Sebagai bahan informasi ilmiah untuk memperluas wawasan pihak lain yang berkepentingan di bidang analisis sikap dan perilaku konsumen minyak goreng.