

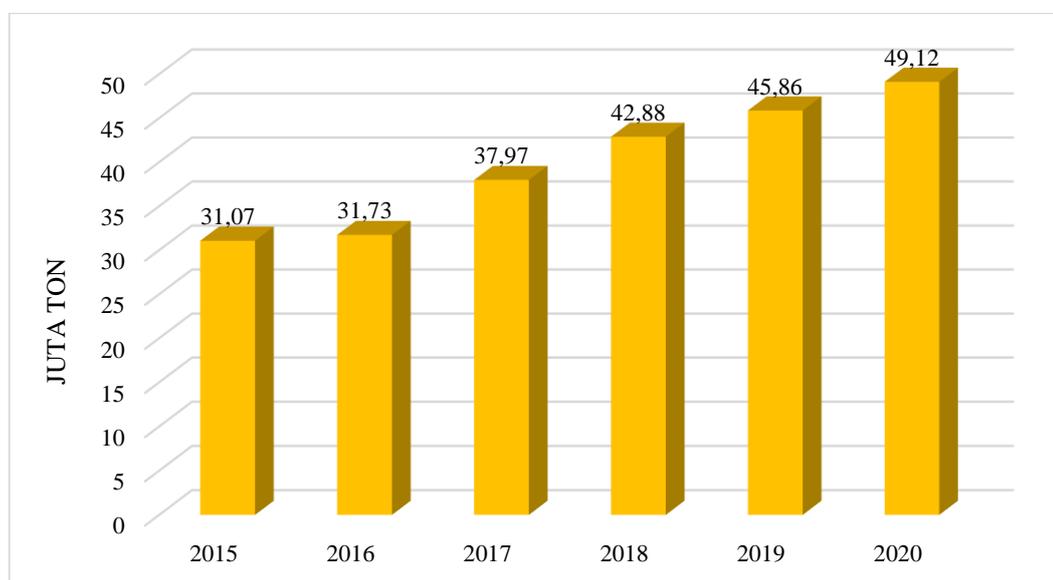
## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bahan kebutuhan pokok merupakan barang yang menyangkut hajat hidup orang banyak dengan skala pemenuhan kebutuhan yang tinggi serta menjadi faktor pendukung kesejahteraan masyarakat. Bahan kebutuhan pokok terdiri dari beberapa bahan makanan dan kebutuhan lainnya yang berperan penting dalam kehidupan masyarakat karena bahan kebutuhan pokok sangat dibutuhkan dalam pemenuhan kebutuhan setiap hari. Berikut adalah daftar nama anggota bahan kebutuhan pokok sesuai dengan keputusan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-Dag/Per/3/2017 Tentang Pendaftaran Pelaku Usaha Distribusi Barang Kebutuhan Pokok yang terdiri dari beras, kedelai bahan baku tahu dan tempe, cabe, bawang merah, gula, minyak goreng, tepung terigu, daging sapi, daging ayam ras, telur ayam ras. (Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-Dag/Per/3/2017, 2017).

Minyak goreng merupakan salah satu dari bahan kebutuhan pokok. Lebih dari 70 persen minyak goreng yang ada di Indonesia terbuat dari minyak sawit. Minyak goreng merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Minyak goreng yang dikonsumsi sehari-hari sangat erat kaitannya dengan kesehatan. Pada umumnya terdapat dua jenis minyak goreng yaitu, minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan. Perbedaan minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan terletak pada penyaringannya yang berpengaruh terhadap kualitas minyak goreng (Franko dkk., 2021).

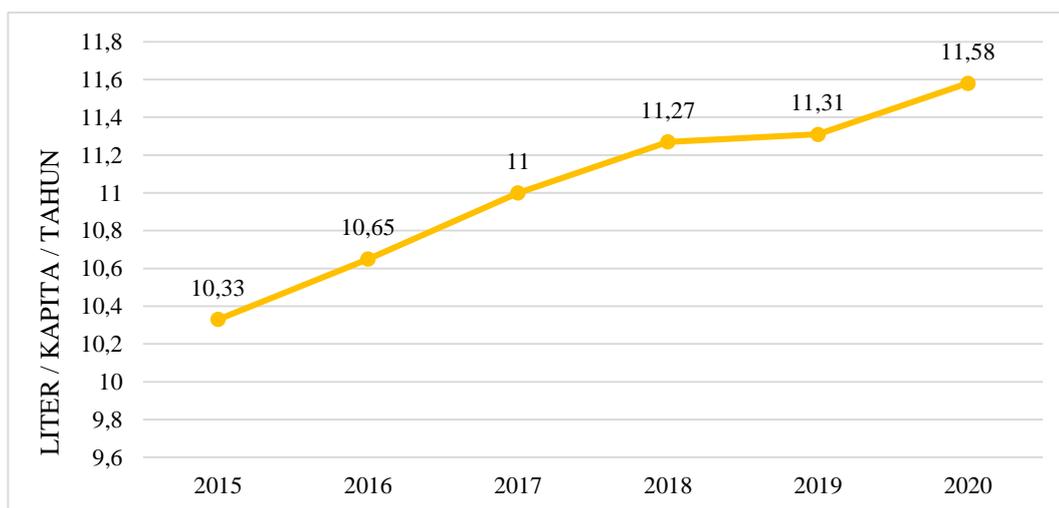
Minyak goreng curah hanya melalui satu kali proses penyaringan, berwarna kuning keruh dan didistribusikan dalam bentuk non kemasan, serta ditempatkan di jerigen besar atau drum, baru kemudian dijual literan kepada konsumen minyak goreng yang kemudian dijual kembali ke pasar tanpa menggunakan merek dan label produk. Sementara minyak goreng kemasan bermerek melalui dua sampai empat penyaringan, bewarna kuning jernih dan dikemas dengan label serta merek tertentu, baru kemudian ditawarkan ke pasar dengan menggunakan kemasan khusus seperti plastik atau reffil, botol, dan jerigen yang terdapat label mengenai merek perusahaan produsen, dan informasi mengenai segala sesuatu tentang produk tersebut. Perbedaan dalam proses produksi juga mengakibatkan kandungan kadar lemak dan asam oleat pada minyak goreng curah juga lebih tinggi dibandingkan minyak goreng kemasan bermerek yang mengakibatkan dampak yang kurang baik bagi kesehatan (Shavana dkk., 2014).



Gambar 1.1 Produksi Kelapa Sawit di Indonesia Tahun 2015-2020

Sumber : BPS Distribusi Perdagangan Komoditas Minyak Goreng Indonesia, 2021

Gambar 1.1 menunjukkan produksi kelapa sawit di Indonesia tahun 2015-2020. Dimana potensi akan hasil produksi *Crude Palm Oil* di Indonesia sangat besar apabila digunakan sebagai bahan baku untuk produk-produk minyak baik untuk makanan maupun non makanan. Serta dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat juga mengakibatkan meningkatnya jumlah produksi kelapa sawit di Indonesia dari tahun ke tahun. Data produksi yang telah dihimpun oleh Direktorat Jenderal Perkebunan, Kementerian Pertanian merupakan kelapa sawit dalam wujud produksi *Crude Palm Oil (CPO)*. Perkembangan produksi minyak sawit (*CPO*) dari tahun 2015 sampai dengan 2020 cenderung mengalami peningkatan per tahun. Produksi minyak sawit (*CPO*) pada tahun 2020 diperkirakan mengalami peningkatan sebesar 7,10 % dibanding tahun 2019 menjadi 49,12 juta ton. Hal tersebut berkaitan dengan perkembangan produksi kelapa sawit dalam bentuk *CPO* di Indonesia selama periode 2015 – 2020 dengan mengalami peningkatan dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 9,75 % per tahun (Setianto, 2021).



Gambar 1.2 Perkembangan Rata-rata Konsumsi Minyak Goreng Sawit di Indonesia Tahun 2015 – 2020

Sumber : BPS Distribusi Perdagangan Komoditas Minyak Goreng Indonesia, 2021

Gambar 1.2 menunjukkan perkembangan konsumsi minyak goreng sawit di Indonesia selama periode 2015 – 2020 dalam liter/kapita/tahun, khususnya dalam konsumsi minyak goreng sawit di tingkat rumah tangga. Pada tahun 2015, tercatat konsumsi minyak goreng sawit dalam rumah tangga sebesar 10,33 liter/kapita/tahun. Angka ini meningkat menjadi 11,58 liter/kapita/tahun pada tahun 2020. Perkembangan rata-rata konsumsi minyak goreng sawit di tingkat rumah tangga di Indonesia selama periode 2015 - 2020 mengalami peningkatan sebesar 2,32 persen per tahun.

Pada tahun 2022 merupakan tahun dimana perkembangan minyak goreng di Indonesia mengalami kelangkaan. Dimana permintaan akan minyak goreng yang tinggi, dan ternyata tidak dapat dipenuhi oleh penawaran sehingga terjadi kelangkaan yang pada akhirnya menaikkan harga minyak goreng di pasaran. Beberapa berita di media menyatakan bahwa kelangkaan terjadi karena adanya permintaan yang melonjak di pasar dunia sehingga ketersediaan di dalam negeri sebagian besar dialihkan untuk kebutuhan ekspor. Bahkan, pada bulan Februari-April 2022 sempat terjadi kekosongan di pasar maupun di beberapa toko retail dan swalayan begitu juga di Gota Minimarket dimana minyak goreng begitu sulit dicari dan diperoleh oleh masyarakat. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa kebutuhan masyarakat terhadap minyak goreng sangat penting dan tidak dapat disepelekan.

Gota Minimarket merupakan salah satu swalayan di kota Surabaya yang menjual berbagai produk kebutuhan konsumen. Satu diantaranya adalah minyak goreng kemasan dengan berbagai jenis merek yang dijual dengan harga yang terjangkau. Dimana masing – masing merek memiliki atribut dan keunggulannya tersendiri yang membedakan dengan merek lainnya. Gota Minimarket juga

menerapkan strategi pemasaran berupa diskon setiap akhir pekan pada beberapa produk yang di jual, tidak terkecuali pada produk minyak goreng kemasan.

Saat ini seiring dengan meningkatnya minat konsumsi masyarakat terhadap minyak goreng juga terdapat peningkatan jumlah merek minyak goreng kemasan yang beredar di pasar. Hal ini diungkapkan oleh Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan bahwa saat ini setidaknya terdapat 425 merek minyak goreng kemasan yang beredar di pasaran. Dengan 225 produsen dimana satu produsen dapat memproduksi berbagai merek. Keunggulan yang ditawarkan tiap merek minyak goreng yang ada di pasaran ini bertujuan untuk menarik minat konsumen agar mau membeli dan menggunakan produk yang dihasilkan. Persaingan minyak goreng yang semakin ketat di pasar mengharuskan produsen untuk berfikir keras agar dapat meningkatkan fungsi kemasan untuk dapat memberikan daya tarik kepada konsumen melalui aspek artistik, warna, grafis, bentuk maupun desainnya (Setianto, 2021).

Dengan banyak nya merek yang beredar di pasaran ini dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menentukan merek minyak goreng kemasan mana yang akan digunakan. Hal tersebut juga terjadi di Gota Minimarket dimana banyak nya merek yang beredar ini dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam proses pembelian minyak goreng kemasan yang akan digunakan. Merek dan kemasan berfungsi untuk membedakan minyak goreng satu dengan minyak goreng yang lainnya (Ningsih, 2017). Merek melambangkan lambang, istilah, nama, desain, serta asosiasi yang maksudnya untuk mengenali barang atau jasa dari sesuatu penjual maupun perkumpulan pedagang dan pembedakan mereka dari kompetitor (Dwihapsari dan Murni, 2017).

MINYAK GORENG		
Brand	TBI	
Bimoli	37.90%	TOP
Filma	12.60%	TOP
Sania	10.20%	TOP
Tropical	10.00%	
Sunco	8.20%	

Sumber: Top Brand Award ([www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com))

Gambar 1.3 Top Brand Award Minyak Goreng Tahun 2023

Sumber : Top Brand Award, 2023

Gambar 1.3 menunjukkan Top Brand Award Minyak Goreng di Indonesia, dimana minyak goreng merek Bimoli menempati urutan pertama dengan Top Brand Index sebesar 37,90 %, urutan kedua minyak goreng merek Filma dengan 12,60 %, urutan ketiga minyak goreng merek Sania dengan 10,20 %, urutan keempat minyak goreng merek Tropical dengan 10,00 %, urutan kelima minyak goreng merek Sunco dengan 8,20 %. Dari kelima Top Brand Award merek minyak goreng diatas, kelima merek minyak goreng kemasan tersebut juga terdapat di Gota Minimarket yang kemudian menjadi bagian dari atribut merek yang nantinya akan dilakukan analisis tentang preferensi konsumen terhadap minyak goreng kemasan berdasarkan atributnya, agar dapat mengetahui dan meningkatkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Dengan adanya keragaman produk minyak goreng kemasan, membuat para konsumen melakukan pertimbangan sebelum mengambil keputusan untuk

melakukan pembelian, sehingga mengakibatkan konsumen akhirnya harus membentuk pilihan selektif, untuk mendapatkan minyak goreng mana yang akan dikonsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Posisi persaingan akan penawaran dan permintaan minyak goreng kemasan di pasar sangat ketat dan dapat memicu para produsen untuk melakukan berbagai cara agar dapat menarik para konsumen melalui upaya dengan melakukan peningkatan peran merek maupun kemasan yang unik atau berbeda. Perilaku konsumen akan berubah seiring dengan banyaknya kompetitor produsen pada produk yang sejenis. Hal ini dikarenakan banyaknya variasi produk yang ditawarkan dapat memberikan peluang bagi konsumen dalam memilihnya. Berdasarkan hal tersebut maka inovasi produk akan signifikan ditempuh oleh para produsen dalam memenangkan persaingan (Nurhasana., 2021).

Maka dari itu informasi mengenai preferensi konsumen diperlukan untuk mengetahui keinginan dari konsumen itu sendiri. Preferensi konsumen merupakan analisis yang bertujuan untuk mengetahui apa yang disukai dan yang tidak disukai konsumen, serta untuk menentukan urutan kepentingan dari suatu atribut produk maupun produk itu sendiri. Mengetahui tentang preferensi konsumen dapat menguntungkan bagi pihak yang terlibat dalam proses penjualan karena dapat lebih mudah menyediakan apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen serta mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut-atribut apa saja yang menjadi dasar pemilihan pembelian produk minyak goreng kemasan oleh konsumen. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti mengambil judul “Analisis Preferensi Konsumen Minyak Goreng Kemasan di Gota Minimarket”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik konsumen minyak goreng kemasan di Gota Minimarket ?
2. Atribut apa yang menjadi preferensi konsumen minyak goreng kemasan di Gota Minimarket ?
3. Bagaimana urutan atribut berdasarkan tingkat kepentingan minyak goreng kemasan di Gota Minimarket ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen minyak goreng kemasan di Gota Minimarket.
2. Untuk mengetahui atribut apa yang menjadi preferensi konsumen minyak goreng kemasan di Gota Minimarket.
3. Untuk mengetahui urutan atribut berdasarkan tingkat kepentingan minyak goreng kemasan di Gota Minimarket.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis, penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan yang berkaitan dengan preferensi konsumen terhadap minyak goreng kemasan.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi bagi pihak perusahaan mengenai minyak goreng kemasan yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen berdasarkan preferensi

konsumen terhadap atribut dan menjadi bahan pertimbangan dalam menetapkan minyak goreng kemasan yang dijual.

3. Bagi akademisi dan peminat masalah pemasaran, penelitian ini dapat memberikan sumber informasi yang berkaitan dengan preferensi konsumen terhadap minyak goreng kemasan.