

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pangan merupakan salah satu kebutuhan masyarakat yang penting dan paling mendasar, dikarenakan pangan dapat mempengaruhi keberlangsungan hidup manusia dilihat dari segi kuantitas dan kualitas pangan itu sendiri. Kebutuhan manusia terhadap pangan merupakan prioritas utama yang harus dipenuhi dan tidak dapat ditunda. Salah satu upaya dalam pemenuhan kebutuhan pangan, yang dapat dilakukan oleh suatu negara berkembang yaitu dengan ekstensifikasi pertanian. Ketersediaan pangan yang mencukupi, aman dikonsumsi, bermutu, memiliki gizi yang cukup adalah prasyarat utama yang wajib terpenuhi dalam menciptakan sumberdaya manusia yang berkualitas.

Pangan dan gizi merupakan hal yang penting dan menjadi dasar dalam peningkatan pembangunan. Kedua hal tersebut berperan dalam pewujudan sumber daya manusia yang berkualitas, sehingga dapat meningkatkan pembangunan dengan baik. Makanan merupakan bahan pangan yang telah melalui tahap pengolahan dan siap untuk dikonsumsi. Bahan pangan dapat dimanfaatkan dan diolah menjadi berbagai jenis makanan yang dapat dikonsumsi. Makanan yang disajikan dan dikonsumsi sejatinya tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan untuk membuat perut kenyang saja, namun juga harus memiliki gizi yang cukup, seimbang serta menarik dan mampu menggugah selera. Cara untuk mendapatkan keempat hal tersebut, maka makanan harus memiliki aroma yang sedap dan rasa yang nikmat serta warna yang menarik, sehingga diperlukan penambahan berbagai jenis bumbu pada makanan.

Masyarakat memiliki berbagai pola hidup yang terdiri dari adat istiadat, pola pangan dan gaya hidup. Pola konsumsi dapat mencerminkan gaya hidup masyarakat. Gaya hidup kerap dideskripsikan dengan berbagai kegiatan, ketertarikan terhadap sesuatu, dan pendapat seseorang seperti dalam kehidupan, gaya hidup seseorang biasanya selalu berubah dan tidak tetap. Dalam hal mengonsumsi makanan, memungkinkan bahwa seseorang akan mudah mengubah jenis dan macam makanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Perubahan pola konsumsi tersebut dipengaruhi oleh naik turunnya pendapatan seseorang dan juga gaya hidup yang selalu berubah-ubah.

Masyarakat memiliki gaya hidup yang berbeda-beda, ada gaya hidup yang dari kelas menengah ke bawah dan juga dari kelas menengah ke atas. Masyarakat di era modern ini, menyukai hal-hal yang praktis dan instan terutama dalam memasak serta menggunakan bumbu. Hal tersebut terlihat dari semakin banyaknya produk-produk cepat saji termasuk salah satunya yaitu bumbu instan yang dijual dengan bermacam-macam merek dagang dan jenis bumbunya. Bumbu itu sendiri memiliki beberapa jenis, seperti bumbu yang diolah sendiri, bumbu yang diracik, dan juga bumbu instan. Peranan bumbu ini sangat penting dalam memasak, dikarenakan akan menambah cita rasa dan aroma yang sedap.

Bumbu instan menjadi salah satu pilihan masyarakat dalam memasak dikarenakan penggunaan bumbu instan ini dapat menghemat waktu dan sangat praktis. Bumbu instan merupakan campuran antara beberapa bumbu dapur dan juga rempah-rempah yang kemudian diolah terlebih dahulu dan telah melalui beberapa proses. Terdapat dua jenis bumbu instan yang ada di pasaran yaitu jenis bumbu basah dan bumbu kering. Bumbu basah merupakan jenis bumbu yang

terbuat dari bahan yang masih segar dan melalui proses yang tidak terlalu rumit, sedangkan bumbu instan kering merupakan bumbu basah yang dikeringkan. Bumbu kering memiliki daya simpan yang lebih lama dibandingkan dengan bumbu basah, sebab bumbu basah lebih cepat membusuk karena tidak melalui salah satu proses pengawetan yaitu pengeringan.

Bumbu instan banyak diminati oleh ibu rumah tangga maupun ibu pekerja, ditinjau dari segi harga yang lebih ekonomis dan juga lebih praktis. Di pasar terdapat banyak merek dagang bumbu instan baik dari perusahaan besar maupun lokal, dengan berbagai kegunaan dan jenis bumbunya. Aneka bumbu instan dengan berbagai kegunaan seperti untuk sayur sop, nasi goreng, soto ayam, rawon, rendang, sayur asem, dan masih banyak lagi. Beberapa merek bumbu instan yang terdapat di pasaran yaitu Sajiku, LaRasa, Indofood, Royco Bumbu Komplit, Racik, Bamboe, Finna, dan MamaSuka. Dibandingkan dengan harga bumbu dapur dan rempah-rempah, bumbu instan memiliki harga yang lebih ekonomis.

Sikap konsumen terhadap bumbu instan baik yang berupa bumbu basah maupun kering merupakan suatu kecenderungan untuk merespon dalam bentuk rasa suka ataupun tidak suka. Dalam hal ini, sikap dianggap memiliki tiga unsur, pertama unsur kognitif atau pengetahuan dimana konsumen mengetahui tentang bumbu instan serta bagaimana konsumen memiliki kepercayaan terhadap merek bumbu instan tertentu, kedua penilaian bagaimana keunggulan dan kekurangan mengenai suatu produk bumbu instan termasuk merek produk, ketiga tindakan langsung terhadap bumbu instan. Penilaian konsumen terhadap suatu merek bumbu instan merupakan salah satu hal utama dalam pengambilan keputusan,

dimana hal tersebut menunjukkan konsumen cenderung menyukai atau tidak menyukai suatu merek bumbu instan. Menurut Kotler dan Amstoring (2012), terdapat lima tahap dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk. Tahap pertama yaitu pengenalan kebutuhan konsumen. Tahap kedua yaitu pencarian informasi mengenai produk. Tahap ketiga yaitu evaluasi alternatif. Tahap keempat yaitu keputusan pembelian. Tahap kelima yaitu perilaku pasca pembelian. Setelah konsumen melalui dari tahap pertama hingga tahap terakhir ini, dapat dilihat bahwa konsumen menyukai bumbu instan atau tidak.

Perusahaan memberikan kebebasan pada konsumen untuk memilih jenis dan merek bumbu instan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Oleh sebab itu, perusahaan perlu melakukan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli bumbu instan untuk mengetahui pola pembeliannya. Banyak merek bumbu instan yang beredar di pasaran, hal ini akan mendorong perusahaan bersaing untuk mendapatkan calon konsumen dengan beberapa strategi diantaranya adalah mengubah harga, meningkatkan kualitas produk dari segi rasa, aroma, dan kemasan, serta melakukan promosi.

### #SAJJanlezatKU



**Gambar 1.1 Bumbu Sajiku**

Sumber : Website Ajinomoto, 2023

Sajiku Bumbu Praktis merupakan salah satu merek bumbu instan yang terdapat di pasaran yang diproduksi oleh Ajinomoto, mulai diluncurkan dan dipasarkan pada tahun 1999. Bumbu instan sajiku memiliki banyak jenis varian

bumbu instan yang lengkap serta dapat menggantikan bumbu dapur dan rempah-rempah yang masih dalam bentuk utuh. Produk ini banyak digemari masyarakat karena terbuat dari rempah-rempah asli pilihan dan berkualitas, sehingga dapat memberikan rasa yang lezat serta mudah ditemukan di pasaran dan harganya terjangkau.

Tabel 1.1 Data Penjualan Bumbu Instan di Surya Mart Kabupaten Ponorogo

<b>Merek</b>	<b>Maret</b>	<b>April</b>	<b>Mei</b>	<b>Juni</b>	<b>Juli</b>
<b>Bamboe</b>	49	55	57	52	53
<b>Bango</b>	44	46	37	39	45
<b>Sajiku</b>	54	70	65	67	68
<b>Racik</b>	60	63	59	69	70

Sumber : PT. Daya Surya Sejahtera Ponorogo

Terdapat banyak merek dagang bumbu instan yang dijual di Surya Mart Kabupaten Ponorogo selain Sajiku yaitu Bamboe, Bango, dan Racik. Banyaknya pesaing dari merek bumbu instan lain membuat Sajiku harus dapat mempertahankan posisinya di pasaran, terlebih bumbu instan Sajiku merupakan salah satu pelopor pertama adanya bumbu instan.

Tabel diatas menunjukkan data penjualan dari beberapa merek bumbu instan di Surya Mart Kabupaten Ponorogo pada bulan Maret hingga Juli tahun 2022. Bumbu Sajiku memiliki jumlah penjualan yang cukup tinggi dibandingkan dengan merek bumbu instan yang lainnya, namun penjualan bumbu instan Sajiku mengalami fluktuasi di tiap bulannya.

Penelitian ini dilakukan dengan memilih bumbu instan Sajiku dikarenakan penjualan bumbu instan Sajiku yang lebih tinggi diantara beberapa merek bumbu instan yang lain. Selain itu, seiring dengan berjalannya waktu semakin banyak merek bumbu instan yang muncul di pasaran sehingga akan meningkatkan

persaingan pasar. Pada wawancara awal yang dilakukan pada konsumen Surya Mart, para konsumen mengeluhkan mengenai varian rasa dari bumbu instan Sajiku yang tidak variatif jika dibandingkan dengan bumbu instan Racik dan Bamboe yang memiliki lebih banyak varian rasa. Namun soal rasa hasil masakan, konsumen lebih memilih Sajiku karena rasanya lebih enak dibandingkan bumbu instan yang lainnya.

Sehubungan dengan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli bumbu instan merek Sajiku di Surya Mart Kabupaten Ponorogo.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang membeli bumbu instan Sajiku?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap bumbu instan Sajiku?
3. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli bumbu instan Sajiku?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen yang membeli bumbu instan Sajiku.
2. Mengetahui persepsi konsumen terhadap bumbu instan Sajiku.
3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli bumbu instan Sajiku.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam menganalisa faktor yang **mempengaruhi** keputusan konsumen dalam membeli produk.

2. Penelitian ini dapat menambah wawasan serta pemahaman peneliti tentang faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.
3. Sebagai bahan kajian dan literatur bagi pembaca serta dapat memberikan informasi bagi peneliti lain.