

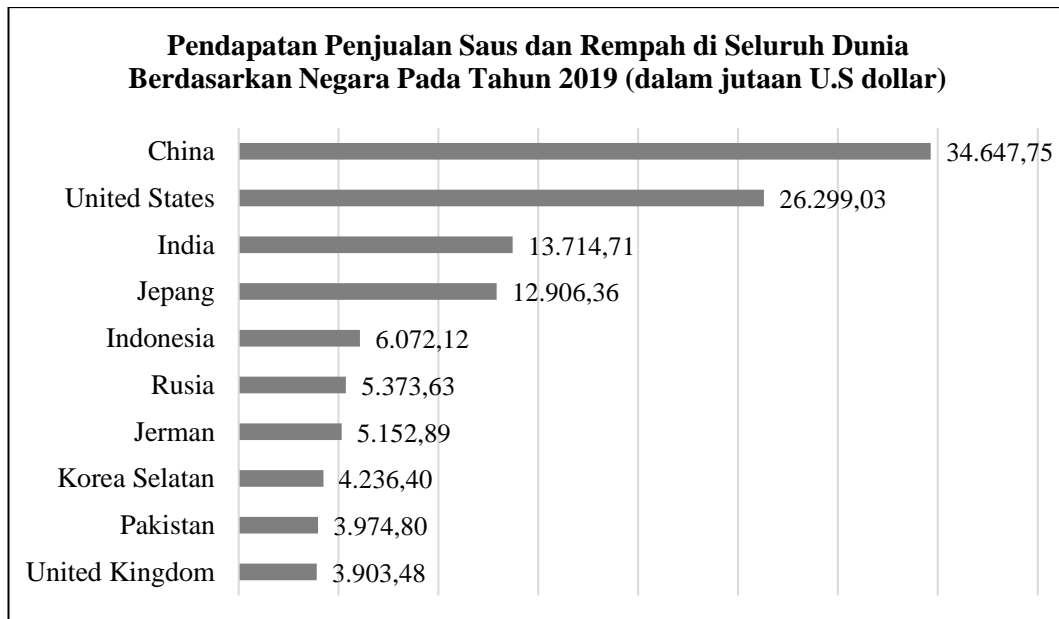
## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Cabai rawit merupakan salah satu komoditas pertanian yang memiliki harga fluktuatif di Indonesia. Salah satu penyebab fluktuasi harga tersebut adalah meningkatnya pasokan cabai rawit di pasaran. Saat musim panen tiba, para petani akan memanen cabai rawit secara massal sehingga ketersediaan cabai rawit di pasaran akan meningkat. Harga cabai pada tahun 2021 mengalami dua kali penurunan, dari harga RP 52.550 pada bulan April menjadi Rp 24.400 pada bulan Oktober. Hal ini menyebabkan harga cabai rawit cenderung turun dikarenakan banyaknya persediaan yang tersedia di pasaran. Oleh sebab itu, diperlukan alternatif pengembangan pengolahan cabai menjadi produk lain yang dapat dikonsumsi. Salah satu alternatif yang dapat meningkatkan nilai ekonomi dapat dicapai melalui pengolahan cabai menjadi produk yang memiliki nilai tambah yaitu sambal kemasan.

Penelitian Oloruntoba 2020, Indonesia menduduki 5 besar sebagai negara dengan pasar saus dan rempah di seluruh dunia. Hal ini menunjukkan besarnya peluang pasar saus di Indonesia. Sambal di mata masyarakat sebagai suatu pelengkap pada saat makan, baik sarapan, makan siang maupun makan malam yang menciptakan sensasi pedas pada makanan utama. Dengan adanya kemasan yang praktis dan mudah dibawa, produk sambal kemasan dapat menjadi pilihan yang lebih praktis dan efisien bagi konsumen, terutama dalam memenuhi kebutuhan kuliner saat bepergian atau berwisata. Sambal kemasan juga memiliki daya tahan yang lebih lama dibandingkan dengan sambal dalam bentuk mentah. Hal ini memungkinkan produsen sambal kemasan untuk menjual produk mereka ke pasar

yang lebih luas, baik itu melalui penjualan langsung maupun melalui *platform online*.



Gambar 1.1 Pendapatan Penjualan Saus dan Rempah di Seluruh Dunia Berdasarkan Negara pada Tahun 2019 (dalam jutaan U.S dollar)  
Sumber : Oloruntoba (2020)

Pasar sambal kemasan di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang pesat seiring dengan perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen. Sebagai salah satu komoditas kuliner khas Indonesia, sambal kemasan menjadi salah satu produk unggulan dalam industri makanan dan minuman. Hal ini menyebabkan konsumen memiliki banyak kemudahan dalam mendapatkan dan memproses makanan secara efisien tanpa menghabiskan waktu yang berlebihan. Oleh karena itu, produsen makanan terus berusaha mengembangkan produk makanan baru dan inovatif untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam memilih jenis saus sambal, masyarakat memiliki banyak alasan dan pertimbangan yang menjadi dasar untuk membelinya. Berbagai atribut seperti rasa, kemasan, jenis saus sambal, merek, komposisi, masa berlaku, dan faktor lainnya mempengaruhi pembelian produk saus sambal.

Sehingga, masyarakat menjadi memiliki selera yang beragam dalam mengkonsumsi saus sambal tersebut. Dalam persaingan pasar sambal kemasan banyak merek sambal kemasan bermunculan dengan berbagai variasi harga, ukuran kemasan, dan lain sebagainya. Ketersediaan beragam merek saus sambal di pasaran memberikan kebebasan pada konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan keinginan mereka.

Kota Surabaya memiliki persaingan pasar sambal kemasan yang ketat, hal ini dibuktikan dengan banyaknya merk sambal kemasan yang tersedia. Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan, ditemukan sebanyak 9 produsen sambal kemasan yang terdapat di Kota Surabaya antara lain, Sambal Bu Sandra, Sambal Cuk, Dibumbuin, Sambal Njewer, Sambal Kringz, Sambal Naknan, Dapoer Ashedap, Sambel DD, dan Sambal Bu Rudy. Setiap merk sambal kemasan tersebut memiliki beragam variasi sambal kemasan yang ditawarkan kepada para konsumennya.

Sambal Bu Rudy merupakan produsen sambal yang telah berdiri sejak tahun 2000 dan masih dapat tetap bertahan hingga saat ini. Walaupun banyaknya persaingan pada produk sambal kemasan, sambal kemasan Bu Rudy masih dapat menjual dengan stabil. Hal ini dikarenakan citra Sambal Bu Rudy yang dikenal sebagai sambal oleh-oleh khas kota Surabaya. Rata-rata penjualan sambal kemasan Bu Rudy pada bulan Oktober 2022 hingga Februari 2023 45.8000 pcs dengan penjualan tertinggi pada bulan Desember 2022 yang disebabkan periode libur akhir tahun.

Tabel 1.1 Penjualan Sambal Kemasan Merek Bu Rudy Pada Pusat Oleh - Oleh Bu Rudy Surabaya (Oktober 2022 – Februari 2023)

Bulan	Rata-rata Penjualan (Pcs)
Oktober	40.000
November	43.000
Desember	60.000
Januari	42.000
Februari	44.000

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Produsen sambal kemasan di Kota Surabaya memiliki banyak variasi rasa sambal sebagai contoh Sambal Bu Sandra memiliki 12 variasi rasa sambal kemasan, Sambal CUK memiliki 17 variasi sambal kemasan, dan Dibumbuin memiliki 14 variasi rasa sambal kemasan. Sambal kemasan Bu Rudy hanya memiliki 3 variasi rasa sambal kemasan yakni sambal bajak, sambal ijo, dan sambal bawang. Walau saat ini penjualan sambal kemasan Bu Rudy masih stabil, tetapi perlu diwaspadainya para pesaing yang memiliki diversifikasi produk. Diversifikasi produk dapat membantu produsen untuk menyesuaikan produk mereka dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. diversifikasi produk merupakan suatu kebijakan dalam strategi perusahaan untuk memenuhi selera dan kebutuhan konsumen melalui penganekaragaman produk dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas dengan jalan menciptakan produk atau jasa baru tanpa bergantung pada satu jenis produknya saja. Produk yang beranekaragam akan membuat konsumen percaya bahwa berbagai kebutuhannya dapat terpenuhi oleh pengusaha itu. Semakin beragam produk yang ditawarkan kepada konsumen, semakin besar ketertarikan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan (Hermawan, 2015).

Dalam upaya untuk mempertahankan keberhasilannya dan tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Pusat Oleh – Oleh Bu Rudy yang hanya memiliki 3 diversifikasi produk dapat menggunakan cara lainnya seperti dengan cara memahami proses keputusan pembelian konsumen serta preferensi dan tingkat kepentingan atribut produk sambal kemasan yang mereka tawarkan. Dengan mengetahui hal ini, perusahaan dapat mengarahkan strategi pemasaran mereka dengan lebih tepat, memperbaiki atribut produk yang kurang memuaskan, dan memanfaatkan keunggulan yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan lebih baik.

Sebelum membeli dan mengonsumsi sesuatu, terlebih dahulu seseorang mengambil keputusan mengenai produk apa, kapan, bagaimana dan dimana produk tersebut dibeli, keamanan suatu produk sehingga produsen perlu memahami proses pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk (Ezra dan Ngabdul, 2020). Proses keputusan pembelian merupakan serangkaian langkah yang diambil oleh konsumen mulai dari pengenalan produk, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga pembelian. Memahami proses ini akan memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, termasuk preferensi dan kebutuhan yang mereka miliki. Produsen sambal kemasan dapat mempelajari mengenai perilaku konsumen saat melakukan proses pembelian produk. Dari data tersebut, produsen dapat memperbaiki kelemahan dalam proses pembelian produk yang dapat membuat konsumen beralih ke merek lain. Sehingga, produsen juga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dan efisien yang sesuai dengan preferensi keputusan pembelian konsumen.

Produsen sambal kemasan juga dapat memenangkan keunggulan kompetitif dengan cara optimalisasi produk yang sudah dimiliki dengan mengetahui preferensi tingkat kepentingan atribut yang dimiliki oleh produk. Preferensi konsumen terhadap atribut produk menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Atribut-atribut yang melekat pada produk dapat memengaruhi preferensi konsumen dalam memilih sambal kemasan. Melalui pemahaman tentang preferensi atau kesukaan konsumen dapat digunakan produsen dan pemasar sebagai pertimbangan untuk dapat memuaskan konsumen dengan menyediakan sambal kemasan sesuai dengan yang diinginkan konsumen dikarenakan tingkat preferensi mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian (Sifaq et al., 2020). Dengan memahami preferensi ini, produsen sambal kemasan Bu Rudy dapat mengarahkan upaya mereka untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mengoptimalkan penjualan produk mereka.

Produsen dapat melihat bagaimana kualitas atribut produk yang dihasilkan, mencari kekurangan yang masih ada, dan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki produk tersebut. Konsumen terlebih dahulu mempertimbangkan ciri-ciri fisik (atribut) yang melekat pada produk tersebut sebelum mereka memutuskan untuk membeli suatu produk (Firmansyah, 2018). Tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap atribut produk menjadi indikator penting untuk mengevaluasi kepuasan produk. Dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen, perusahaan harus memahami atribut-atribut mana yang dianggap penting oleh konsumen dan sejauh mana atribut tersebut memenuhi harapan mereka. Melalui evaluasi tingkat kepentingan dan kepuasan atribut produk, produsen sambal

kemasan Bu Rudy dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan meningkatkan daya saing produk sambal kemasan mereka.

Dengan memahami preferensi dan tingkat kepentingan atribut produk dari perspektif konsumen, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi pemasaran mereka, memperbaiki kualitas produk, dan meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan. Dalam hal ini, optimalisasi produk menjadi penting untuk memenangkan keunggulan kompetitif pada pasar karena konsumen akan selalu memilih produk yang berkualitas dan sesuai dengan preferensi konsumen. Dengan melakukan evaluasi produk secara teratur, produsen dapat memastikan bahwa produk yang dihasilkan selalu memenuhi standar kualitas dan dapat memenangkan persaingan pasar.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penting dilaksanakan penelitian yang berjudul “Preferensi Konsumen Sambal Kemasan Merek Bu Rudy (Studi Kasus pada Pusat Oleh – Oleh Bu Rudy Surabaya)” dalam konteks industri makanan dan minuman, terutama dalam pemahaman tentang perilaku konsumen dan pengembangan produk yang sesuai dengan preferensi mereka. Dengan menggali lebih dalam tentang proses keputusan pembelian, preferensi, dan kepuasan konsumen terhadap atribut produk sambal kemasan merek Bu Rudy, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan dan masyarakat bisnis terkait preferensi konsumen sehingga dapat menjadi langkah dalam mengembangkan strategi perusahaan kedepannya yang berdasarkan perilaku konsumen.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah proses keputusan yang dilakukan konsumen dalam pembelian sambal kemasan merk Bu Rudy?
2. Bagaimanakah preferensi konsumen terhadap atribut produk sambal kemasan merk Bu Rudy?
3. Bagaimanakah tingkat kepentingan dan kepuasan atribut produk sambal kemasan merk Bu Rudy?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian Berdasarkan rumusan masalah tersebut, diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan proses keputusan yang dilakukan konsumen dalam pembelian sambal kemasan merk Bu Rudy.
2. Menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut produk sambal kemasan merk Bu Rudy.
3. Menganalisis tingkat kepentingan dan kepuasan atribut produk sambal kemasan merk Bu Rudy.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari pelaksanaan penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa dapat mengaplikasikan pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku perkuliahan dengan kondisi yang sebenarnya di lapangan dan sebagai sarana untuk memperoleh pengalaman kerja guna meningkatkan



kemampuan diri. Selain itu, mahasiswa dapat menyajikan pengalaman-pengalaman dan data-data yang diperoleh selama penelitian ke dalam sebuah Laporan Penelitian.

2. Bagi produsen sambal kemasan Bu Rudy

Bagi produsen sambal kemasan Bu Rudy dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memperluas target pasar yang didasarkan oleh preferensi konsumen sambal kemasan dan sebagai dasar pertimbangan untuk penentuan strategi pemasaran sambal kemasan.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Sebagai sarana pengenalan instansi pendidikan Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Selain itu, laporan penelitian dapat digunakan sebagai tambahan referensi yang dapat dijadikan perbendaharaan ilmu dan pengetahuan terutama tulisan mahasiswa.