

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Agroindustri pada dasarnya adalah industri yang berbasis pertanian guna menambah nilai dari menambah nilai dari suatu komoditas pertanian dan menyempurnakan hasil pertanian. Nilai tambah yang diberikan agroindustri selain dapat mempertahankan dan menambah kualitas hasil pertanian juga dapat menambah nilai ekonomisnya dengan memberikan perlakuan yaitu pengolahan menjadi suatu produk. Agroindustri merupakan penggerak utama perkembangan sektor pertanian, terlebih dalam masa yang akan datang posisi pertanian merupakan sektor andalan dalam pembangunan nasional sehingga peranan agroindustri akan semakin besar. dan menyediakan peralatan dalam proses tersebut sehingga terbentuk suatu produk . Sedangkan Menurut Nandika (2017) kegiatan pertanian industrial atau agroindustri merupakan bidang industri petanian yang dapat memberikan dampak positif terhadap PDB (Produk Domestik Bruto). Berikut adalah data produk domestik bruto empat tahun terakhir berdasarkan lapangan usaha pertanian, kehutanan dan perikanan atas dasar harga berlaku.

Tabel 1.1 Produk Domestik Bruto Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku (Miliar Rp)

Lapangan Usaha	2016	2017	2018	2019
Pertanian, Kehutanan & Perikanan	1.671.597,8	1.787.963,2	1.900.803,6	2.013.626,9

Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia, 2020

Peningkatan sektor agroindustri dinilai penting untuk menciptakan lapangan kerja dan peluang pendapatan serta meningkatkan kualitas dan permintaan produk pertanian. Salah satu bentuk produk dari agroindustri adalah olahan makanan, terdapat banyak variasi makanan, selain makanan pokok yang kita kenal, produk olahan lainnya berupa jajanan tradisional. Berkembangnya

agroindustri yang mengolah produk yang sama di suatu daerah, tidak menutup kemungkinan produk tersebut menjadi produk khas pada suatu daerah tersebut.

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia tahun 2015, pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan dan bahan lainnya digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan dan/atau pembuatan makanan dan minuman. Dari definisi tersebut, Sedangkan definisi pangan lokal menurut PP tersebut yaitu makanan yang dikonsumsi oleh masyarakat setempat sesuai dengan potensi dan kearifan lokal.

Perkembangan industri kecil dan menengah mendapat tantangan yang semakin besar akibat semakin kuatnya globalisasi. Usaha kecil dan menengah juga berperan dalam pembangunan ekonomi nasional dan mendistribusikan hasil-hasil pembangunan serta merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi. Perkembangan Usaha Kecil Menengah saat ini semakin meningkat khususnya dalam bidang kuliner seiring dengan berkembangnya dunia bisnis, teknologi dan informasi yang cukup pesat. Perkembangan tersebut menjadi suatu kemudahan dalam mengakses setiap informasi bagi setiap kalangan masyarakat guna memudahkan dalam kegiatan pemasaran (*marketing*). Seiring dengan perkembangan tersebut, Usaha Kecil Menengah atau sering disebut UMKM juga semakin menjamur, khususnya pada industri olahan makanan tradisional dimana semakin majunya zaman maka eksistensi dari produk jajanan tradisional ini semakin berat, meskipun perkembangan usaha kecil semakin meningkat namun produsen jajanan tradisional harus dapat beradaptasi sesuai dengan preferensi atau selera konsumen.

Preferensi adalah proses merangking seluruh hal yang dapat dikonsumsi dengan tujuan memperoleh preferensi atas suatu produk maupun jasa (Frank, 2011). Preferensi konsumen ialah keputusan pemilihan konsumen antara suka atau tidak suka terhadap suatu produk (barang atau jasa). Preferensi menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai produk pilihan yang ada, dan preferensi tersebut dapat diketahui dengan menggunakan atribut-atribut produk yang ada (Wijayanti, 2011). Menurut Dama et al. (2021), konsumen akan mendasarkan harapannya kepada informasi yang mereka dapatkan dan kemudian mempertimbangkan ciri fisik (atribut) produk sebelum membeli.

Atribut produk adalah unsur-unsur pada produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk ini bisa berupa warna, kemasan, mutu dan lain sebagainya. Pada dasarnya keputusan konsumen untuk membeli dan mengonsumsi suatu produk tertentu sangat dipengaruhi oleh atribut yang melekat pada produk tersebut, karena tidak mungkin seorang konsumen membeli suatu produk tanpa mengetahui atribut atau keunggulan produk tersebut.

Kabupaten Gresik merupakan daerah pesisir yang terletak di bagian utara Provinsi Jawa Timur. Selain Ikan Bandeng yang menjadi komoditas unggulan, Kabupaten Gresik juga mempunyai beberapa jajanan khas antara lain pudak, jubung dan ayas. Jajanan tersebut banyak dijual di beberapa UMKM lingkungan Pasar Gresik. Rasanya yang khas, kemasan yang unik serta harga yang relatif murah, jajanan tradisional khas Gresik ini sering dijadikan buah tangan ketika melancong ke Kabupaten Gresik. Tidak hanya menjadi buah tangan, jajanan ini juga sering dijadikan sebagai hantaran pernikahan dan berbagai acara formal.

Berbagai macam kalangan masyarakat dari usia belia hingga usia lanjut menyukai jajanan tradisional khas Kabupaten Gresik tersebut. Dalam penelitian ini, konsumen yang diteliti dalam usia remaja. Menurut Dinkes (2009) *dalam*

(Isdiana & Sugiarti, 2018), remaja adalah suatu periode transisi dari anak-anak menuju dewasa. Masa Remaja Awal rentang umur berkisar 12-16 tahun, sedangkan remaja akhir berkisar 17-25 tahun. Menurut Badan Pusat Statistik (2020), terjadi peningkatan jumlah penduduk usia remaja (10 – 24 tahun) pada lima tahun terakhir khususnya di Kabupaten Gresik. Berikut merupakan tabel jumlah penduduk remaja Kabupaten Gresik tahun 2016 – 2020.

Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Remaja Kabupaten Gresik Tahun 2016 – 2020

Tahun	Jumlah
2016	306 799
2017	309 274
2018	311 481
2019	313 382
2020	315 118

Sumber : Data Diolah, Lampiran 9

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Health Education Authority (2013) dalam Hastiningsih (2018) usia 15-34 tahun adalah konsumen terbanyak yang memilih menu *fast food*. Walaupun di Indonesia belum ada data pasti, keadaan tersebut dapat digunakan sebagai cermin dalam tatanan masyarakat Indonesia, bahwa rentang usia tersebut merupakan golongan pelajar dan usia muda dimana masih memiliki banyak aktivitas fisik yang dilakukan. Menurut Amaliyah et al. (2021), individu seorang remaja mengalami perkembangan secara fisik, psikologi dan pola identifikasi dari masa anak-anak menjadi dewasa serta mengalami perubahan. Usia remaja merupakan periode transisi yang terbuka terhadap segala bentuk perubahan kondisi yang terjadi di sekitarnya. Sejalan dengan bertambahnya usia, pengetahuan dan pergaulan yang semakin meluas, maka remaja mulai mengenal berbagai ragam jajanan yang diujakan di luar rumah. Keberadaan remaja, diharapkan menjadi salah satu cara mempertahankan kebudayaan dengan cara mempunyai pengetahuan mengenai

berbagai macam jajanan tradisional khas Gresik serta mengkonsumsi jajanan tradisional khas Gresik. Kegiatan tersebut dapat melestarikan keberadaan UMKM jajanan khas Gresik melalui sikap dan penilaian para konsumen remaja tersebut.

Konsumen khususnya usia remaja cenderung menyukai produk jajanan dengan ciri atau kualitas tertentu, namun konsumen tidak selalu mendapatkan yang sesuai dengan keinginannya. Dengan terus meningkatnya produksi dan pasar produk jajanan tradisional khas Gresik saat ini serta prospeknya di masa mendatang, maka sangat menarik untuk dilakukan suatu penelitian terhadap produk jajanan tradisional khas Gresik. Untuk membantu produsen agar dapat memproduksi jajanan tradisional khas Gresik yang paling baik dan diinginkan konsumen serta dapat berinovasi terhadap produknya, maka yang akan dikaji adalah mengenai preferensi konsumen remaja yaitu pilihan kelebihsukaan seseorang usia remaja terhadap suatu produk yang dikonsumsi berdasarkan evaluasi terhadap berbagai atribut yang terdapat pada produk tersebut. Dengan penelitian ini, diharapkan dapat diketahui gambaran produk jajanan tradisional khas Gresik yang sesungguhnya dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen remaja serta inovasi apa yang diharapkan konsumen remaja terhadap jajanan tradisional khas Gresik sehingga dapat ditentukan perencanaan pengembangan produknya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, masalah penelitian yang perlu dijawab dalam penelitian ini antara lain :

1. Bagaimana tingkat keakuratan prediksi model hasil analisis *conjoint*?

2. Bagaimana urutan atribut produk jajanan tradisional khas Gresik berdasarkan tingkat kepentingan menurut preferensi konsumen remaja produk jajanan tradisional khas Gresik di Kabupaten Gresik?
3. Bagaimana kombinasi level atribut produk jajanan tradisional khas Gresik yang paling sesuai dengan preferensi konsumen remaja di Kabupaten Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis keakuratan kombinasi atribut yang diestimasi dengan keadaan aktual mengenai preferensi konsumen remaja terhadap jajanan tradisional khas Gresik.
2. Untuk menjelaskan urutan atribut produk jajanan tradisional khas Gresik berdasarkan tingkat kepentingan menurut preferensi konsumen remaja terhadap jajanan tradisional khas Gresik di Kabupaten Gresik.
3. Untuk menjelaskan kombinasi level atribut produk jajanan tradisional khas Gresik yang paling sesuai dengan preferensi konsumen remaja di Kabupaten Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini yaitu :

1. Jika beberapa faktor diatas baik ditinjau dari kepentingan konsumen maupun kepentingan produsen dapat diketahui dan diuraikan maka dapat diketahui pula bagaimana prespektif jajanan pasar lokal di masa mendatang apakah bisa terus berkembang ataukah malah menjadi suram.
2. Bagi UMKM, melalui hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dalam melakukan evaluasi dalam menjalankan aktivitas usaha.
3. Sebagai referensi dalam penelitian berikutnya