

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Roti tawar merupakan produk olahan pangan terfermentasi yang terbuat dari tepung terigu dengan ragi roti atau bahan pengembang lainnya yang pembuatannya melalui pemanggang (Nugroho *et al.*, 2016). Menurut Data Statistik Konsumsi Pangan, konsumsi roti tawar pada tahun 2023 mencapai 18.411 bungkus, sedangkan pada tahun 2020 sebesar 17.733 bungkus. Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa kebutuhan roti tawar mengalami peningkatan. Konsumsi roti tawar yang meningkat setiap tahunnya terbentuk karena kondisi sosial ekonomi masyarakat dan budaya yang terus berkembang. Hal ini memunculkan suatu tren pola konsumsi pangan baru di masyarakat. Masyarakat biasanya mengkonsumsi nasi sebagai asupan karbohidrat, namun sekarang dapat mengkonsumsi roti tawar sebagai pengganti nasi dan dinilai praktis (Siregar, 2020).

Tren dalam mengkonsumsi produk roti tawar secara tidak langsung juga mempengaruhi pergerakan industri pangan secara ekonomi. Peningkatan kebutuhan masyarakat akan produk bakery menyebabkan kenaikan dalam jumlah produksi roti tawar nasional. Adanya peningkatan kebutuhan roti tawar menyebabkan peningkatan jumlah UMKM dibidang kue dan roti. Kota Malang merupakan salah satu kota dengan jumlah UMKM *bakery* terbanyak, berdasarkan data hasil survei Dinas Koperasi dan UMKM pada tahun 2023, jumlah UMKM di Kota Malang mencapai 85.200 unit yang tersebar pada lima kecamatan. Kecamatan Kedungkandang merupakan salah satu dari lima kecamatan di Kota Malang yang memiliki jumlah UMKM terbanyak dibidang *bakery*. Banyaknya UMKM roti tawar di Kecamatan Kedungkandang membuat para pembeli memiliki banyak pilihan dalam membeli produk roti tawar dengan kualitas dan harga yang beragam. Selain itu, dengan berkembangnya jumlah UMKM menyebabkan tingkat persaingan usaha antar sesama pelaku UMKM semakin ketat (Oktaviani, 2022).

Peneliti telah melakukan survei pendahuluan terhadap 40 toko roti yang tersebar pada Kecamatan Kedungkandang di Kota Malang, sedangkan dari

banyaknya toko roti tersebut terdapat 18 toko yang memproduksi roti tawar dan hanya 6 toko yang memenuhi kriteria menjadi sampel penelitian. Keadaan ini menunjukkan bahwa persaingan industri toko roti yang memproduksi roti tawar cukup ketat. Banyaknya usaha *bakery* membuat produsen saling berlomba dalam merebut pangsa pasar, sehingga untuk mempertahankan konsumen agar tidak berpaling kepada pesaing yang memiliki jenis usaha serupa maka perusahaan dituntut untuk mengetahui produk yang diminati konsumen. Pada saat ini, konsumen cenderung menyukai dan memilih produk roti tawar dengan mempertimbangkan atribut sensorinya.

Menurut Tarwendah (2017), atribut sensori adalah kumpulan kata untuk mendeskripsikan karakteristik sensori pada suatu produk pangan seperti warna, aroma, bentuk, rasa dan tekstur. Penampakan produk merupakan atribut yang paling penting pada suatu produk, dalam memilih sebuah produk konsumen akan mempertimbangkan kenampakan dari produk tersebut terlebih dahulu. Hal tersebut dikarenakan penampakan dari suatu produk yang baik cenderung akan dianggap memiliki rasa yang enak dan memiliki kualitas yang tinggi (Maligan *et al.*, 2018). Atribut sensori dapat diukur menggunakan uji organoleptik, atribut sensori dinilai mampu berkombinasi membentuk satu karakteristik produk yang mempengaruhi preferensi konsumen. Penentuan kombinasi atribut produk sangat penting dilakukan sebagai tujuan untuk penilaian preferensi oleh konsumen pada produk yang telah ditawarkan pada konsumen maupun sebagai gagasan untuk perbaikan produk maupun pengembangan produk baru (Maligan *et al.*, 2018). Menurut Erinda *et al.*, (2016), preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada.

Berdasarkan permasalahan diatas, perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis preferensi dan kepuasan konsumen terhadap produk roti tawar di Kecamatan Kedungkandang Kota Malang berdasarkan atribut sensorinya menggunakan metode ANOVA (*Analysis of Variance*). *Analysis of variance* atau ANOVA merupakan salah satu uji parametrik yang berfungsi untuk membedakan nilai rata-rata lebih dari dua kelompok data dengan cara membandingkan variansinya (Maligan *et al.*, 2018). Analisis preferensi konsumen terhadap roti tawar dilakukan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk dapat mengetahui atribut mutu

apa saja yang menjadi prioritas dalam pengembangan produk roti tawar serta metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang digunakan untuk mendapatkan informasi perihal tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk. Selain itu, kedekatan masing-masing produk diukur menggunakan analisis *Multidimensional Scalling* berdasarkan atribut organoleptik. Didalam mengolah data juga didukung dengan menggunakan aplikasi SPSS 25 untuk mengolah hasil penelitian. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dalam kegiatan pengembangan produksi, peningkatan penjualan dan pemasaran bagi industri roti tawar secara efektif dan efisien.

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut sensori pada roti tawar yang dijual di Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap roti tawar yang dijual di Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang berdasarkan atribut sensori dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

C. Manfaat Penelitian

1. Memberikan informasi kepada industri *bakery* mengenai produk roti tawar yang diinginkan konsumen berdasarkan analisis preferensinya.
2. Sebagai bahan perbaikan kinerja perusahaan serta meningkatkan usaha roti tawar di Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang dengan melihat hasil dari uji *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) berdasarkan preferensi konsumen pada atribut sensori.