

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ledre merupakan makanan ringan berbentuk gulungan seperti *egg roll* dengan panjang sekitar 20 cm dan diameter 1,5 cm. Ledre terbuat dari tepung beras, tepung tapioka, dan pisang raja yang diratakan atau diedre kemudian digulung hingga berbentuk seperti silinder. Hastuti *et al.* (2018) menyatakan bahwa ledre memiliki sifat sensori yang unik jika dibandingkan dengan semprong dan *egg roll*. Ledre memiliki rasa dan aroma khas pisang raja, tekstur yang renyah dan mudah hancur, serta berwarna krem kecokelatan. Kini varian ledre pisang bermacam-macam dan dijual dalam banyak varian berat bersih sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Varian ledre yang kini beredar antara lain original, waluh, coklat, kacang hijau, durian, keju, susu, stroberi, susu, dan nangka.

Ledre adalah salah satu buah tangan khas Bojonegoro berupa bentuk makanan ringan. Ledre sempat berada pada masa kejayaan antara tahun 1970 – 1980an, namun mengalami penurunan hingga tahun 2000-an (Kurnia, 2024). Setyaningrum (2023) menyatakan bahwa kepamoran ledre kembali bersinar mulai tahun 2000-an hingga saat ini walaupun sempat mengalami penurunan drastis pada tahun 2020 hingga 2023 karena adanya pandemi Covid-19. Camilan legendaris ini merupakan usaha turun temurun dari nenek moyang sejak tahun 1940-an dan telah ditetapkan menjadi Warisan Budaya Tak Benda (WBTB) Kabupaten Bojonegoro pada tahun 2021 oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia.

Ledre menjadi ikon atau ciri khas Bojonegoro sehingga Bojonegoro mendapat julukan Kota Ledre. Namun, popularitas ledre hanya terlokalisasi di Bojonegoro dan sekitarnya sehingga belum banyak masyarakat di luar Kabupaten Bojonegoro yang mengetahui camilan khas ini jika dibandingkan dengan oleh-oleh khas daerah lain. Tidak hanya itu, dunia industri kuliner di Indonesia berkembang pesat sehingga persaingan antar produk kuliner semakin meningkat. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, bisnis kuliner di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. Data oleh Badan Pusat Statistik (2023) menunjukkan bahwa laju pertumbuhan PDRB penyedia akomodasi makan dan minuman pada tahun 2023 meningkat 13,38% dari tahun sebelumnya.

Peningkatan persaingan tersebut juga dialami oleh UMKM ledre. Saat ini tercatat beberapa merek produk ledre yang tersebar di toko oleh-oleh antara lain *Anyar Mas*, *Ledre Ny. Seger*, *Ledre Special Ithuk*, *Ledre Super*, *Ledre Ny. Sabar*, *Cap Dua Pisang*, *Ledre Ny. Alim Yuwono*, *Ledre Hore*, *Prima Rasa*, serta *Ledre Ny. Khusnul Machfoer*. Tidak hanya merek, toko oleh-oleh khas Bojonegoro juga semakin banyak bermunculan di Kabupaten Bojonegoro. Adapun beberapa toko oleh-oleh yang sering menjadi pemberhentian baik wisatawan maupun masyarakat setempat untuk membeli oleh-oleh, yakni Moro Tresno, Dadi Tresno, dan Pusat Oleh-Oleh Ny. Khusnul Machfoer. Ketiga toko oleh-oleh ini paling banyak dikunjungi karena letaknya yang cukup strategis yakni di tengah kota (Dadi Tresno) dan perbatasan daerah Jawa Timur dan Jawa Tengah (Moro Tresno dan Pusat Oleh-Oleh Ny. Khusnul Machfoer).

Berdasarkan informasi-informasi tersebut, evaluasi mengenai preferensi konsumen terhadap produk oleh-oleh, yakni ledre, perlu untuk dilakukan. Sejalan dengan studi Oktaviani (2022) yang menyatakan bahwa semakin meningkatnya persaingan, pelaku UMKM ledre perlu untuk melakukan evaluasi terhadap preferensi konsumen agar keberlangsungan usaha tersebut tetap dapat bertahan dan mampu bersaing dengan produk UMKM lainnya. Preferensi konsumen merupakan tindakan-tindakan konsumen yang menunjukkan kecenderungan terhadap suatu pilihan diantara beberapa pilihan yang ditawarkan. Preferensi konsumen berkaitan dengan perilaku konsumen dalam mempertimbangkan keputusan pembelian suatu produk atau jasa.

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi preferensi dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian, salah satunya adalah atribut sensoris. Nilai atau atribut sensoris merupakan karakteristik sensoris pada suatu produk pangan meliputi warna, aroma, rasa, tekstur, dan kenampakan yang dideskripsikan melalui kata-kata. Menurut Munarko *et al.* (2023), karakteristik sensori menjadi salah satu parameter penting dalam pengambilan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk pangan. Atribut sensori saling berkaitan dan mampu mempengaruhi preferensi konsumen. Campo *et al.* (2017) menyatakan bahwa pendapat seseorang terhadap kenampakan suatu produk dipengaruhi oleh bentuk dan warna dari produk tersebut. Maligan *et al.* (2018) menambahkan bahwa indra pengecap dipengaruhi oleh indra pengelihat

karena kenampakan dari sebuah makanan dapat memberikan rangsangan pada otak sehingga dapat memberikan respon harapan mengenai rasa produk tersebut.

Tidak hanya keputusan pembelian, Safitri dan Triastuti (2022) menyatakan bahwa kualitas produk mampu mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk tersebut. Tarwendah *et al.* (2017) menambahkan bahwa kualitas produk yang mampu memenuhi harapan konsumen dapat diketahui melalui pengujian sifat sensoris. Sejalan dengan studi oleh Firdauzi *et al.* (2023) yang menyatakan bahwa dengan menggunakan metode *Importance-Perfomance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) mampu menganalisis tingkat kepuasan konsumen dan atribut yang perlu diperbaiki pada kinerja produk dan pelayanan di sebuah agroindustri. Harapan dan kinerja dari atribut sensoris dapat diketahui dengan pengujian *Importance-Performance Analysis* didukung dengan *Customer Satisfaction Index* sehingga didapatkan rekomendasi-rekomendasi perbaikan terkait kinerja atau kualitas produk dan tingkat kepuasan konsumen.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, analisis preferensi konsumen perlu untuk dilakukan agar produk ledre mampu bertahan dalam persaingan industri pangan yang kian meningkat. Semakin baik kualitas suatu produk pangan, maka tingkat kepuasan dan keputusan pembelian akan meningkat. Selain itu, penggiat usaha ledre diharapkan dapat menjadikan hasil analisis sebagai evaluasi dan rekomendasi untuk terus melakukan perbaikan dan peningkatan terhadap kualitas produk. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti melakukan analisis atribut sensoris terhadap keputusan pembelian konsumen dan tingkat kepuasan pada beberapa varian produk ledre di Kabupaten Bojonegoro.

B. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi dan menganalisis karakteristik konsumen yang mampu mempengaruhi preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen pada beberapa varian ledre di Kabupaten Bojonegoro
2. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh atribut sensoris terhadap keputusan pembelian pada beberapa varian ledre di Kabupaten Bojonegoro.
3. Mengidentifikasi dan menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap beberapa varian ledre yang dijual di Kabupaten Bojonegoro.

C. Manfaat Penelitian

1. Sebagai informasi kepada penggiat usaha ledre melalui analisis preferensi konsumen yang telah dilakukan.
2. Sebagai bahan masukan dan evaluasi mengenai perbaikan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk ledre di Kabupaten Bojonegoro.
3. Menjadi informasi dan wawasan tambahan bagi penulis dan pembaca.