

## **BAB I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam perkembangan ilmu dan teknologi pangan, inovasi pengolahan produk menjadi aspek penting yang terus dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan preferensi konsumen. Salah satu produk olahan berbasis daging yang populer di Indonesia adalah abon. Abon merupakan salah satu produk olahan yang sudah dikenal banyak orang. Menurut SNI 01|3707|1995, abon adalah suatu jenis makanan kering berbentuk khas yang dibuat dari daging ikan yang direbus dan disayat – sayat, diberi bumbu, digoreng, kemudian dipres. Produk yang dihasilkan mempunyai tekstur, aroma, dan rasa yang khas (Jusniati et al., 2018).

Daging yang umum digunakan untuk pembuatan abon adalah daging sapi atau kerbau. Meskipun demikian, semua jenis daging termasuk daging ikan dapat digunakan untuk pembuatan abon (Aditya et al., 2016). Setiap daging memiliki karakteristik unik yang mempengaruhi cita rasa, tekstur, serta kandungan gizinya. Misalnya, abon daging sapi umumnya memiliki rasa yang lebih kuat dan tekstur serat yang lebih kasar, sementara abon ayam cenderung lebih lembut, dan abon ikan menawarkan keunggulan gizi yang tinggi seperti protein dan omega-3 yang bermanfaat bagi kesehatan.

Dalam industri pangan, perkembangan teknologi pengolahan menjadi kunci penting dalam meningkatkan kualitas produk abon. Teknologi ini mencakup inovasi dalam pengeringan yang optimal, penggunaan bumbu alami tanpa pengawet, serta teknik pengemasan modern seperti vakum yang dapat memperpanjang umur simpan tanpa bahan kimia. Konsumen saat ini semakin peduli pada kandungan nutrisi produk yang mereka konsumsi, terutama bagi produk yang memiliki kandungan tinggi protein ataupun rendah lemak.

Dalam konteks teknologi pangan, memahami preferensi konsumen terhadap berbagai atribut produk menjadi sangat penting. Preferensi konsumen mengacu pada pilihan atau kecenderungan konsumen dalam memilih produk berdasarkan karakteristik atau atribut tertentu yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan dan selera mereka. Menurut Kotler (2009), preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada. Dengan memahami preferensi ini, produsen dapat lebih efektif dalam mengembangkan produk yang

tidak hanya memenuhi standar kualitas dan keamanan pangan tetapi juga sesuai dengan harapan konsumen. Preferensi konsumen menjadi indikator penting dalam menentukan bagaimana atribut-atribut seperti rasa, tekstur, kandungan gizi, dan kemasan dapat dikombinasikan untuk menghasilkan produk yang paling disukai.

Salah satu metode analisis yang dapat digunakan dalam menilai preferensi konsumen adalah metode analisis konjoin. Analisis konjoin merupakan sebuah teknik analisis yang dapat digunakan untuk menentukan tingkat kepentingan relatif berdasarkan persepsi konsumen yang dibawa oleh suatu produk tertentu dan nilai kegunaan yang muncul dari atribut – atribut produk terkait (Kotler dan Keller, 2009). Alasan menggunakan metode konjoin karena pada dasarnya metode ini digunakan untuk melihat suatu persepsi seseorang terhadap suatu barang atau jasa. Hasil dari preferensi konsumen tersebut bermanfaat untuk mengetahui atribut suatu produk yang paling disukai oleh konsumen, membantu menentukan komposisi atribut suatu produk baru, dan menganalisis atribut atribut produk baru yang sudah diluncurkan ke pasaran sehingga perusahaan dapat memperbaiki produk tersebut (S. Santoso, 2017).

Dalam penelitian ini, analisis konjoin akan digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana atribut-atribut seperti varian abon, rasa, tekstur, kandungan gizi, jenis kemasan, dan netto yg disesuaikan harga mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk abon. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memisahkan kontribusi relatif dari setiap atribut dalam membentuk preferensi konsumen, sehingga dapat diidentifikasi atribut mana yang paling penting dan bagaimana kombinasi atribut tersebut mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil dari analisis ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi produsen untuk merancang produk abon yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen, meningkatkan daya tarik produk di pasar, dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan konsumen (Kotler, 2009).

Teknik penentuan responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *judgment sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan penilaian subjektif peneliti untuk memilih responden yang dianggap paling relevan dengan tujuan penelitian. Dalam konteks penelitian ini, *judgment sampling* dilakukan dengan kriteria tertentu, seperti pengalaman responden dalam mengonsumsi abon dan berdomisili di Kota Surabaya. Pendekatan ini memungkinkan pengumpulan data yang relevan dan representatif untuk analisis

preferensi konsumen, sesuai dengan atribut produk abon yang diteliti (Sugiyono, 2014).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen masyarakat kota Surabaya terhadap produk abon menggunakan metode analisis konjoin, dengan fokus pada atribut-atribut yang relevan dalam konteks teknologi pangan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berharga bagi produsen dalam pengembangan produk abon yang lebih inovatif dan sesuai dengan preferensi konsumen, serta berkontribusi pada peningkatan kualitas dan daya saing produk di industri pangan.

#### **B. Tujuan penelitian**

1. Menganalisis atribut dan level yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk abon di Kota Surabaya.
2. Menganalisis atribut yang menjadi kepentingan utama konsumen dalam memilih produk abon.

#### **C. Manfaat penelitian**

1. Memberikan wawasan kepada produsen abon mengenai preferensi konsumen terhadap atribut produk abon dari aspek teknologi pangan.
2. Membantu pengembangan inovasi dalam teknologi pengolahan abon yang lebih baik.