

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri bakery di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung menyukai makanan praktis namun tetap berkualitas (Rahmat, 2021). Salah satu produk *bakery* yang banyak diminati adalah *cookies*, yaitu produk berbasis tepung yang memiliki tekstur renyah, variasi rasa yang beragam, dan daya simpan yang relatif lebih lama dibandingkan produk bakery lainnya. Seiring dengan perkembangan gaya hidup yang cepat, masyarakat modern menunjukkan minat yang tinggi terhadap produk makanan siap saji, termasuk produk *bakery* (Sahlan, 2022). Produk bakery tidak hanya diminati karena rasanya yang lezat, tetapi juga karena kemudahan konsumsinya di berbagai situasi, baik untuk sarapan maupun sebagai camilan (Putri, 2021).

Industri manajemen dituntut untuk mampu merancang dan menerapkan strategi pemasaran guna mempertahankan serta meningkatkan kepuasan konsumen (Kotler dan Keller, 2016). Konsumen merupakan peranan penting dalam preferensi konsumen ini. Mereka berperan dalam mengungkap tingkat kepuasan terhadap suatu produk atau biasa disebut dengan preferensi konsumen. Dalam melakukan preferensi konsumen ini perusahaan harus bisa membuat langkah yang strategis dalam membangun kepuasan konsumen. Dengan penuh produktivitas, maka perusahaan dapat memberikan kepuasan sesuai dengan harapan konsumen (Widitasari dan Mulyadi, 2023).

Salah satu kepuasan yang harus dimiliki suatu perusahaan adalah kualitas produk itu sendiri. Kualitas produk harus di rata-rata pasar. Dengan demikian, maka konsumen otomatis akan berpihak pada perusahaan tersebut. Namun, kualitas saja tidak menjamin produk akan laku keras dan memberikan kepuasan yang lebih kepada masyarakat. Untuk melakukan pembelian, konsumen tidak terlepas dari karakteristik produk, baik mengenai penampilan, gaya, mutu maupun harga dari produk tersebut. Penetapan harga oleh penjual akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian

konsumen, sebab harga yang dapat dijangkau oleh konsumen akan cenderung membuat konsumen melakukan pembelian terhadap produk tersebut (Iriani, 2010).

Cookies merupakan salah satu produk pangan olahan yang cukup diminati masyarakat karena praktis, memiliki variasi rasa, serta dapat dijadikan sebagai makanan ringan maupun oleh-oleh. Meningkatnya penggunaan bahan keju pada berbagai produk makanan juga menunjukkan adanya perubahan preferensi konsumen terhadap produk dengan cita rasa yang lebih variatif, Penelitian mengenai produk berbahan dasar keju menunjukkan bahwa preferensi konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti jenis produk, ukuran kemasan, harga, dan persepsi rasa, sehingga inovasi produk berbasis keju memiliki peluang pasar yang cukup besar (Adli dan Achmawati, 2023). Kondisi ini mendorong pelaku usaha untuk mengembangkan produk *cookies* varian keju guna meningkatkan daya tarik konsumen dan daya saing produk di pasaran.

Produk *cookies* dengan varian keju menjadi salah satu pilihan yang diminati konsumen, termasuk seperti UMKM *Cookies* Surabaya, yang terus mengembangkan produknya untuk memenuhi selera konsumen lokal. Dengan mengetahui preferensi konsumen, produsen dapat mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan keinginan pasar. Beberapa produk *cookies* varian keju yang diproduksi oleh UMKM *Cookies* Surabaya antara lain nastar keju, kastengel, dan sago keju. Ketiga produk tersebut merupakan produk yang cukup diminati oleh konsumen dan termasuk dalam kategori produk dengan tingkat penjualan yang tinggi. Dengan demikian, ketiga produk tersebut memiliki karakteristik yang berbeda baik dari segi bentuk, tekstur, maupun cita rasa, sehingga memungkinkan adanya perbedaan preferensi konsumen terhadap produk tersebut. Perbedaan karakteristik produk akan berpengaruh terhadap kecenderungan kesukaan konsumen terhadap produk pangan tersebut. Maka dari itu, dibutuhkan suatu metode analisis yang memungkinkan untuk menduga kesukaan konsumen terhadap atribut produk tertentu.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis preferensi konsumen terhadap jenis kualitas produk *cookies* yang diperjual belikan di UMKM *Cookies* Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut-atribut yang paling penting bagi konsumen dalam memilih kualitas produk *cookies* varian keju di

UMKM *Cookies* Surabaya, serta mengidentifikasi preferensi konsumen terhadap kombinasi atribut produk yang meliputi jenis produk, ukuran kemasan, harga, dan intensitasi rasa keju. Penelitian ini juga memiliki relevansi yang luas. Analisis preferensi konsumen juga dapat menjadi landasan untuk pengambilan keputusan yang efektif dalam pengembangan produk baru, perbaikan produk yang ada, dan strategi pemasaran yang lebih efektif. Berdasarkan survei preferensi konsumen yang dilakukan, penilaian responden dapat dijadikan saran atau acuan untuk menghasilkan produk yang lebih dapat diterima oleh konsumen (Warda, 2022).

Penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap suatu produk memerlukan metode yang mampu mengidentifikasi atribut produk yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah analisis konjoin. Analisis konjoin merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui nilai kepentingan relatif dari berbagai atribut produk berdasarkan preferensi konsumen (Cahyanti dan Najib, 2016). Melalui analisis konjoin, dapat ditentukan kombinasi atribut produk yang paling optimal dan paling disukai konsumen, sehingga dapat menunjukkan kontribusi masing-masing atribut terhadap keseluruhan evaluasi produk dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Metode ini juga dapat membantu pelaku usaha dalam memahami preferensi konsumen terhadap atribut produk yang ditawarkan (Haryati, 2014). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai atribut produk *cookies* varian keju yang paling disukai konsumen, meliputi jenis produk, ukuran kemasan, harga, dan intensitas rasa keju. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pelaku usaha dari UMKM *Cookies* Surabaya dalam menentukan strategi pengembangan produk serta meningkatkan daya saing di pasar.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin diperoleh dalam penelitian ini meliputi:

1. Menganalisis atribut produk *cookies* varian keju yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih produk di UMKM *Cookies* Surabaya.
2. Menganalisis preferensi konsumen terhadap produk *cookies* varian keju di UMKM *Cookies* Surabaya

C. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai preferensi konsumen terhadap *cookies* varian keju di UMKM *Cookies* Surabaya. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dalam pengembangan bagi pelaku usaha dalam pengembangan produk serta meningkatkan daya saing usaha.