

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri makanan dan minuman adalah salah satu sektor andalan menurut Kementerian Perindustrian RI (2019) sektor ini dapat memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Kondisi perkembangan industri di Indonesia saat ini mulai bangkit kembali dengan ditandai adanya kenaikan PDB atau Produk Domestik Bruto di bidang industri makanan dan minuman dari tahun 2020 ke tahun 2021 sebesar 2,54% setelah mengalami fluktuatif pada kurun waktu 2018-2020 seperti yang terdapat pada Tabel 1.

Tabel 1. Laju Pertumbuhan PDB Industri Makanan dan Minuman Indonesia Tahun 2018-2021

Laju Pertumbuhan PDB Industri Makanan dan Minuman Indonesia (%)			
2018	2019	2020	2021
7,91	7,78	1,58	2,54

Sumber: BPS RI (2021)

Manusia yang membutuhkan pemenuhan kebutuhan sandang pangan dan papan, pangan termasuk dalam kategori *basic needs* atau kebutuhan pokok. Industri makanan dan minuman merupakan salah satu dari enam belas subsektor industri kreatif. Perkembangan industri makanan yang semakin berkembang menggugah minat para pengusaha untuk melakukan ekspansi ke industri makanan, misalnya makanan atau oleh-oleh khas dari daerah.

Salah satu kearifan lokal yang masih kental adalah kekhasan masakannya yang harus dilestarikan keberadaannya agar tidak tergerus oleh modernisasi yang terus berlanjut. Makanan khas merupakan salah satu bentuk budaya yang bersifat kedaerahan, spesifik dan beragam, yang mencerminkan potensi alam dari masing-masing daerah. Biasanya makanan khas masih menggunakan teknik produksi atau pengolahan yang sederhana dan bahan-bahan lokal, biasanya membutuhkan biaya yang relatif murah. Makanan khas merupakan identitas yang dapat menjadi ciri suatu daerah atau masyarakat dengan cara yang mudah diingat dan sebagian besar diwariskan. Menurut Dewi (2011) makanan tradisional termasuk dalam kearifan lokal, karena mengandung nilai-nilai budaya dan filosofi suatu daerah tertentu.

Makanan bukan hanya sarana untuk memenuhi kebutuhan gizi, tetapi juga sarana untuk mempertahankan hubungan sosial. Bisa juga dijual dan dipromosikan untuk mendukung sektor pariwisata yang bisa menopang pendapatan daerah. Perkembangan industri makanan di Kabupaten Pemalang terjadi seiring dengan bertambahnya jumlah pengusaha yang memulai usaha makanan. Industri makanan semakin berkembang seiring permintaan konsumen yang juga meningkat. Berkembangnya industri makanan inilah yang menjadikan munculnya UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Pemalang untuk berlomba-lomba membuat produk makanan, salah satunya makanan khas atau oleh-oleh khas sebagai sebuah bisnis yang menjanjikan. Produk oleh-oleh yang dikembangkan UMKM ini antara lain ogel-ogel, bakpia, dodol, dan lain-lain.

Keberadaan UMKM tidak dapat dielakkan lagi di masyarakat saat ini. Keberadaannya sangat mendukung kegiatan distribusi pendapatan masyarakat. Selain itu kemampuan untuk menciptakan kreativitas yang sesuai dengan upaya melestarikan dan mengembangkan tradisi dan budaya masyarakat setempat. Tabel 2. menunjukkan jumlah UMKM yang bergerak di bidang industri makanan dan minuman di Kabupaten Pemalang.

Tabel 2. Data UMKM Makanan dan Minuman Kabupaten Pemalang tahun 2019-2021

Data UMKM Makanan dan Minuman di Kabupaten Pemalang		
Tahun	Jumlah (orang)	
2019	667	
2020	1.006	
2021	1.491	

Sumber : Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Jateng (2021)

Produk turunan agroindustri di Kabupaten Pemalang terbuat dari bahan baku yang dihasilkan dari produk pertanian berasal dari Kabupaten Pemalang sendiri dan dari berbagai wilayah yang ada di Indonesia. Adapun contoh-contoh produk oleh-oleh khas warga Kabupaten Pemalang seperti dodol nanas madu, sari nanas madu, keripik nanas madu, *cocktail* nanas, kue apem, kue kamir, ogel-ogel, dan lain-lain. Makanan ringan khas Kabupaten Pemalang belum familiar seperti makanan khas oleh-oleh dari daerah lain seperti kripik pisang di Lampung, pie susu di Bali, dan olahan apel di Malang.

Pelaku bisnis perlu untuk mengamati serta mengikuti perubahan minat karena sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada saat membeli. Banyaknya usaha yang bermunculan tentu konsumen menjadi faktor utama yang digunakan sebagai tolak ukur dalam keberhasilan suatu produk di pasaran. Umar (2015) Kepuasan konsumen adalah emosi yang dirasakan konsumen setelah membandingkan apa yang mereka terima dengan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, kepuasan konsumen adalah umpan balik yang diberikan konsumen setelah membeli atau mengkonsumsi suatu produk.

Kepuasan Konsumen digunakan sebagai media evaluasi sadar atau evaluasi kognitif kinerja produk antara produk yang baik dan sebaliknya. Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting bagi sebuah bisnis karena konsumen adalah kunci utama kesuksesan sebuah perusahaan. Konsumen yang puas dengan suatu produk lebih cenderung untuk membelinya lagi dan menceritakan pengalaman mereka menggunakannya kepada orang lain. Oleh-oleh menjadi salah satu alternatif jika sanak saudara, kerabat atau teman ingin membawa makanan khas saat mengunjungi kota atau wisata tertentu. CV. Aneka Usaha Cipta Jaya yang bergerak dalam produksi oleh-oleh khas yaitu ogel-ogel dengan kualitas dan harga yang terjangkau. Pada Tabel 3 berikut disajikan daftar harga produk ogel-ogel.

Tabel 3. Daftar Harga Produk Ogel-Ogel

Daftar Harga Produk Ogel-Ogel pada CV. Aneka Usaha Cipta Jaya	
Jenis Kemasan	Harga
100gr	Rp9.000
200gr	Rp17.000
Stoples 400gr	Rp40.000
Box 100gr x 5 pcs	Rp45.000
Box 200gr x 5 pcs	Rp85.000

Sumber: CV. Aneka Usaha Cipta Jaya (2022)

CV. Aneka Usaha Cipta Jaya memproduksi ogel-ogel 1,3 kwintal dalam sekali produksi dengan beberapa variasi berat per kemasan yaitu 100 gram, 200 gram, dan juga 400 gram, pada saat sebelum masa pandemi Covid 19 produksi dapat berlangsung setiap hari, namun pada masa pandemi pada tahun 2020 sampai

tahun 2021 produksi dilakukan sebanyak tiga kali dalam seminggu. Saat ini setelah masa pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat selesai proses produksi ogel-ogel sudah kembali dilakukan setiap hari. Pada Tabel 4. disampaikan jumlah produksi ogel-ogel pada tiga tahun terakhir.

Tabel 4. Perkembangan Jumlah Produksi Ogel-ogel Tahun 2019-2022

Jumlah Produksi Per Tahun				
Tahun	2019	2020	2021	2022
Jumlah (Kwintal)	624	468	156	455

Sumber: CV. Aneka Usaha Cipta Jaya (2022)

*Data per Januari - Agustus 2022

Penjualan produk ogel-ogel pada tahun 2020 mengalami penurunan penjualan dibandingkan tahun 2019 hal itu disebabkan terjadinya pandemi Covid-19, dan semakin menurun pada tahun 2021 akibat terjadinya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yaitu dengan penutupan jalan menuju pusat kota sehingga menyebabkan sulitnya mobilitas masyarakat dan mengakibatkan penurunan penjualan. Tahun 2022 penjualan mulai naik kembali karena telah diberhENTIKANNYA PPKM dan telah diperbolehkan kembali mudik lebaran. Turun dan naiknya penjualan ogel-ogel dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Perkembangan Jumlah Penjualan Produk Ogel-ogel Tahun 2019-2022

Tahun	Jumlah Penjualan Per Tahun (pcs)			Jumlah Penerimaan Per Tahun (Rp)			Total Penerimaan Per Tahun (Rp)
	100g	200g	400g	100g	200g	400g	
2019	235.591	159.763	-	Rp2.120.319.000	Rp2.715.971.000	-	Rp4.836.290.000
2020	146.100	70.050	-	Rp1.314.900.000	Rp1.190.850.000	-	Rp2.505.750.000
2021	37.498	16.749	-	Rp337.482.000	Rp284.733.000	-	Rp622.215.000
2022	151.660	113.220	3114	Rp1.364.940.000	Rp1.924.740.000	Rp124.560.000	Rp3.413.900.000

Sumber: CV. Aneka Usaha Cipta Jaya (2022)

*Data per Januari - Agustus 2022

Membahas sebuah usaha tentu ada pesaing usaha yang bergerak dalam bidang sejenis khususnya oleh-oleh khas ini. Produk ogel-ogel dari CV. Aneka Usaha Cipta Jaya tidak memiliki pesaing yang memproduksi produk serupa, pesaing yang ada adalah perusahaan yang memproduksi produk oleh-oleh yang lain. CV. Aneka Usaha Cipta Jaya tidak menganggap perusahaan yang memproduksi produk ole-oleh lain sebagai pesaing melainkan perusahaan tersebut diajak untuk bermitra sebagai partner dalam pemasaran produk. Berkaitan dengan

hal itu perusahaan tetap perlu memperhatikan kepuasan konsumen guna meningkatkan nilai penjualan produk ogel-ogel. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap produk ogel-ogel perlu dilakukan penelitian tentang kepuasan konsumen terhadap produk ogel-ogel di CV. Aneka Usaha Cipta Jaya yang dapat dijadikan tolak ukur peningkatan kualitas baik produk maupun sistem pemasaran untuk menunjang keberhasilan penjualan produk di masyarakat.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik konsumen produk ogel-ogel di CV. Aneka Usaha Cipta Jaya secara umum?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk ogel-ogel di CV. Aneka Usaha Cipta Jaya?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi dan mengetahui karakteristik umum dari konsumen produk ogel-ogel di CV. Aneka Usaha Cipta Jaya.
2. Menganalisis dan mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk ogel-ogel di CV. Aneka Usaha Cipta Jaya.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi CV. Aneka Usaha Cipta Jaya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dalam meningkatkan produk yang ditawarkan guna meningkatkan kepuasan konsumen dan menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam merencanakan dan memilih strategi pemasaran perusahaan.
2. Bagi kalangan akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya khususnya penelitian tentang analisis kepuasan konsumen.

