

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan industri di era modern ini berjalan semakin kompetitif, salah satunya adalah industri makanan. Industri makanan memiliki potensi menjadi salah satu kekuatan dalam pertumbuhan ekonomi nasional, mengingat hingga tahun 2020 jumlah penduduk Indonesia sangat tinggi yaitu mencapai 270, 20 juta jiwa. Daya beli masyarakat yang dihasilkan masyarakat Indonesia juga cukup tinggi sehingga turut meningkatkan konsumsi rumah tangga hingga 2,02 % pada tahun 2021 menurut Badan Pusat Statistik. Daya beli yang tinggi menjadikan banyak usaha baru yang tumbuh dan berkembang menguasai pangsa pasar.

Persaingan bisnis yang ketat dalam industri makanan membuat para pelaku usaha berlomba-lomba dalam berinovasi dan berkeaktifitas dalam membentuk suatu produk, salah satunya produk makanan ringan. Pelaku usaha selalu berusaha meningkatkan kualitas produknya mulai dari persaingan cita rasa, tekstur, maupun kemasan. Pemasaran merupakan aspek yang sangat diperhatikan, berbagai strategi dimaksimalkan dalam rangka menarik perhatian para konsumen. Persaingan usaha yang semakin bervariasi menumbuhkan diferensiasi produk makanan yang beragam dan membuat konsumen memiliki banyak pilihan.

UD Vira merupakan merek makanan ringan yang sudah lama berdiri dan bersaing dalam meraih pangsa pasar. UD Vira terletak di daerah Sukorambi, tepatnya di Dusun Kerajan, Jl. Mujahir Gang. Sersan Basuni No 93 Jember. Persaingan bisnis yang semakin ketat membuat UD Vira mulai berinovasi dengan membuat berbagai varian produk seperti mie lidi, stik putih, kerupuk tahu, dan kerupuk gurih. Produk beragam yang dimiliki UD Vira menjadi salah satu kekuatan untuk strategi kelancaran sebuah usaha. Stik putih merupakan produk olahan UD Vira yang paling laris dipasaran kemudian disusul oleh produk makaroni ABC di urutan kedua. Makaroni merupakan produk yang paling awal didirikan dan menjadi salah satu keunggulan tersendiri bersama dengan produk stik putih.

Makaroni merupakan salah satu makanan yang disukai oleh banyak orang dari berbagai kategori usia. Makaroni ini menjadi camilan favorit bagi anak-anak

disekolah karena harganya yang ekonomis serta rasanya yang gurih. Makaroni yang diperjualbelikan adalah makaroni kering dan renyah yang dilengkapi dengan taburan bumbu bubuk yang lezat. Produk makaroni ini juga memiliki beberapa varian rasa, diantaranya antara lain rasa pedas dan asin. Produk makaroni ABC produksi UD Vira memiliki dua jenis ukuran yaitu 100 gram dan 200 gram yang dijual dengan harga Rp. 1000 dan Rp. 2000 tiap kemasannya. Produk pesaing dari makaroni ABC ini terdiri dari beberapa merk seperti makaroni kuda mas, makarina, dan makaroni ngehe. Harga produk makaroni ABC memiliki harga yang sama dengan kompetitor yang menawarkan produk dengan level yang sama seperti makaroni kuda mas dengan harga sekitar Rp.2000. Harga produk makaroni lain yang tersedia dipasaran seperti makarina memiliki harga yang lebih mahal yakni sekitar Rp.12.000 karena mereka menawarkan produk makaroni premium dengan bahan kemasan dan bahan lainnya yang lebih mahal.

Makaroni ABC merupakan salah satu produk yang berpotensi menjadi unggulan dibandingkan produk lain di UD Vira. Posisi pertama yang menjadi produk unggulan UD Vira masih dikendalikan oleh produk stik putih. Sejarah pembentukan UD Vira memperlihatkan bahwa makaroni ABC merupakan produk yang paling awal dibentuk dan menjadi unggulan sebelum akhirnya dibentuklah produk stik putih dan kemudian produk makaroni mulai mengalami keadaan *stagnant* atau kurang berkembang dari segi penjualan. Produksi per bulan yang dihasilkan oleh produk stik putih akhirnya melampaui produk makaroni karena permintaan konsumen yang semakin naik. Produksi yang dihasilkan produk makaroni berkisar 5 ton per bulan. Penjualan produk makaroni hanya mampu meraup omset sebesar 60 jutaan per bulan sedangkan produk stik putih yang masih tergolong baru dapat meraih omset lebih dari 100 juta per bulan.

Keadaan penjualan produk makaroni ABC yang tidak kunjung mengalami peningkatan yang pesat membuat para pelaku usaha UD Vira harus segera mengambil tindakan inovasi produk supaya dapat bersaing dengan kompetitor yang semakin berkembang dan tentunya kembali menjadi produk *best seller* di UD Vira. Perkembangan produk makaroni ABC di pasaran tidak lepas dari peran Konsumen yang besar. Pelaku usaha UD Vira dituntut untuk memperhatikan kualitas produk

dan pemasaran seiring perubahan selera konsumen yang begitu dinamis terhadap atribut makanan ringan. Penilaian sikap dan kinerja atribut makaroni dapat dijadikan sebagai acuan dalam program strategi pemasaran produk yang berkualitas dan berdaya saing.

Pemilihan produk makaroni saat ini sudah menjadi perhatian besar bagi masyarakat. Makaroni dengan berbagai jenis sudah tersebar merata dengan berbagai merek baru yang bermunculan. Posisi persaingan bisnis tersebut membuat UD Vira hendaknya mulai menyiapkan amunisi baru dengan melakukan banyak perbaikan. Perbaikan kualitas produk akan lebih mudah ditentukan melalui penilaian konsumen. Sikap dan penilaian para konsumen akan sangat menentukan keberlangsungan suatu produk, hal tersebut dikarenakan, sikap yang ditentukan dapat dijadikan evaluasi dan tolak ukur keberhasilan suatu produk dari segi penilaian konsumen. Tidak jarang para pelaku usaha sering melakukan interaksi kepada para konsumen untuk mengetahui sikap mereka terhadap produk yang dipasarkan. Interaksi yang dilakukan pun juga beragam, mulai dari kritik dan saran yang mereka buka pada media sosial maupun mendatangi beberapa pelanggan untuk menilai produk mereka.

Penelitian ini penting untuk dilakukan sebagai upaya untuk membantu pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas produknya melalui interaksi yang diberikan antara produsen dan konsumen melalui penilaian produk dan sikap konsumen. Penilaian sikap dari para konsumen memberikan peluang para pelaku usaha UD Vira untuk mengevaluasi hasil kinerja mereka melalui kinerja atribut pada produk. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi atribut yang memengaruhi sikap konsumen pada produk Makaroni ABC pada UD Vira di Kabupaten Jember.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan uraian pada latar belakang yang telah dirumuskan terdapat beberapa permasalahan diantaranya adalah strategi berikut:

1. Bagaimana sikap konsumen terhadap atribut produk makaroni ABC pada UD vira di Kabupaten Jember ?

2. Bagaimana Kinerja atribut Makaroni ABC pada UD Vira di Kabupaten Jember ?
3. Bagaimana Implementasi sikap dan kinerja atribut terhadap keberlangsungan usaha produk makaroni ABC UD Vira ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah yang telah disampaikan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menguji dan menganalisis sikap konsumen terhadap atribut produk macaroni ABC pada UD Vira di Kabupaten Jember
2. Menguji dan menganalisis Kinerja atribut Makaroni ABC pada UD Vira di Kabupaten Jember.
3. Menganalisis Implementasi sikap dan kinerja atribut terhadap keberlangsungan usaha produk makaroni ABC UD Vira.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Perusahaan  
Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi serta referensi yang dapat bermanfaat bagi UD Vira dalam mengoptimalkan kelebihan yang sudah ada dan membenahi beberapa atribut yang dinilai memiliki nilai rendah dalam rangka meningkatkan kualitas produknya.
2. Bagi peneliti Selanjutnya  
Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk lebih mendalami tentang perilaku konsumen produk camilan yang di produksi oleh UD Vira.
3. Bagi Akademisi  
Kebermanfaatan penelitian ini bagi akademisi adalah sebagai implementasi dari teori dan ilmu pengetahuan yang sudah didapatkan waktu perkuliahan.

Hasil penelitian dapat diaplikasikan dalam rangka pengembangan karir untuk kepentingan riset.