

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara penghasil ubi kayu terbanyak keempat dunia yaitu sebanyak 19 hingga 20 juta ton pertahun. Ubi kayu berpotensi untuk dikembangkan karena dapat tumbuh sepanjang tahun, bahkan di lahan dengan ketersediaan nutrisi rendah dan tanah kering. Ubi kayu memiliki produk turunan yang salah satunya tape yang diolah menjadi prol tape (Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur, 2021).

Kabupaten Jember merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi komoditas ubi kayu. Potensi tersebut terlihat dari tingkat produksi ubi kayu di Kabupaten Jember yang terbilang cukup besar. Para petani dan masyarakat terdorong untuk mengolah ubi kayu lebih lanjut agar tercipta suatu nilai tambah yang nantinya akan meningkatkan pendapatan. Masyarakat berupaya memanfaatkan ubi kayu untuk agroindustri karena melimpahnya jumlah produksi. Perkembangan agrobisnis khususnya industri pertanian dapat meningkatkan pendapatan dan perekonomian daerah. Berkembangnya industri bisnis olahan ubi kayu tentu menimbulkan persaingan bisnis. Perusahaan tidak hanya harus dapat berinovasi menciptakan produk yang cocok bagi masyarakat, namun juga harus berupaya menciptakan strategi pemasaran yang tepat. Pemasaran memiliki peran pokok dalam peta bisnis suatu perusahaan dan berkontribusi terhadap strategi produk.

Olahan makanan dari ubi kayu salah satunya adalah prol tape yang memiliki rasa manis dan tekstur yang lembut. Menurut Giyatri dan Mulyatiningsih (2020) prol tape merupakan makanan yang cukup disukai masyarakat Indonesia. Rasa manis prol tape berasal dari tape itu sendiri dan tambahan gula, serta didapat dari hasil proses fermentasi. Fermentasi dapat meningkatkan nilai gizi pada ubi kayu. Pertumbuhan bakteri baik (probiotik) dalam usus dapat ditingkatkan dengan makanan hasil fermentasi, selain itu sistem kekebalan tubuh yang ada pada manusia juga dapat ditingkatkan dengan makanan berprobiotik ini.

Pengolahan tape menjadi prol tape dilakukan oleh perseorangan maupun perusahaan karena prosesnya yang terbilang cukup mudah. Salah satu perusahaan yang memproduksi prol tape khas Jember adalah UD Primadona. Berdasarkan klasifikasinya dalam UU No 20 tahun 2008, UD Primadona merupakan UMKM yang tergolong usaha kecil karena pendapatan tahunan rata-ratanya yaitu Rp 1.200.000.000,00. UD. Primadona merupakan salah satu pusat oleh-oleh sekaligus produsen pertama produk olahan singkong di kabupaten Jember yang beroperasi sejak tahun 1982 dengan produk unggulan suwar-suwir, prol tape, dan brownies tape. Prol Tape Primadona merupakan salah satu produk agroindustri yang diolah secara inovatif oleh UD. Primadona dari bahan singkong menjadi produk cake sehingga produk tersebut menjadi sangat terkenal sebagai makanan khas oleh – oleh Kota Jember dan menjadi produk andalannya. Prol tape sudah ada sejak zaman Belanda, dan namanya juga tidak berubah hingga saat ini. Produk tersebut saat dimakan langsung pecah didalam mulut atau ngeprol, sehingga dinamakan kue prol. Prol tape memiliki banyak jenis rasa seperti original, keju, keju kenari, dan keju kismis.

UD Primadona memiliki 3 pertokoan yang letaknya di Jalan Trunojoyo No 137 Jember, Jalan K.H Wahid Hasyim No 40 Jember dan Pertokoan Central Square Jalan Sumatera Sumbersari Jember. UD Primadona bukanlah satu-satunya perusahaan yang menghasilkan prol tape khas Jember, ada beberapa *home industry* yang juga menghasilkan produk sejenis yang menjadi pesaing UD Primadona diantaranya yaitu Purnama Jati, Elza Putra, Cita Rasa, Aisyah Bakery dan UD Mutiara Rasa. Tidak hanya itu, produk prol tape yang dijual dipertokoan di wilayah Jember juga banyak yang berasal dari kota Bondowoso.

Kelezatan prol tape banyak diminati oleh konsumen, hal ini ditunjukkan dengan data penjualan UD. Primadona tahun 2022 bahwa penjualan prol tape sebesar 53.42 %, suwar suwir sebanyak 38.76 %, dan brownies tape sebanyak 7.82 % dari total unit/kotak ketiga produk tersebut. Dari data tersebut terlihat bahwa prol tape UD. Primadona merupakan produk yang paling disukai pelanggan.

Persaingan terhadap penjualan produk prol tape UD Primadona ditunjukkan dengan penjualan prol tape UD Primadona yang berfluktuatif dan tidak selalu naik. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UD Primadona dapat diketahui jumlah penjualan prol tape UD Primadona Jember meningkat, namun beberapa kali mengalami penurunan. Terlihat di data penjualan prol tape selama tahun 2023 yaitu pada Januari sebanyak 432 pcs, Februari sebanyak 479 pcs, Maret sebanyak 355 pcs, April sebanyak 391 pcs, Mei sebanyak 384 pcs dan Juni sebanyak 428 pcs. Konsumen menjadi bebas memilih produk prol tape yang dirasa sesuai dengan selernya.

Penjualan prol tape yang cukup fluktuatif selama 6 bulan terakhir membuat perusahaan perlu mencari solusi agar tidak terjadi kerugian yang semakin berlanjut. Hasil wawancara dengan pemilik UD Primadona, menjelaskan upaya yang dilakukan yaitu dengan menciptakan *brand image*, *word of mouth* yang positif dan penetapan harga yang baik.

Suatu perusahaan penting untuk mengambil keputusan yang tepat dalam menyusun strategi pemasaran, hal ini dilakukan untuk meningkatkan minat beli konsumen dengan memahami dan mengenali kebutuhan serta keinginan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2018) seseorang apabila merasakan manfaat mengkonsumsi produk tersebut lebih besar dibanding pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membeli produk tersebut akan semakin tinggi. Sebaliknya, seseorang apabila justru merasakan manfaatnya lebih kecil dibanding pengorbanannya, maka ia akan menolak membeli produk tersebut dan cenderung beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis.

Perilaku konsumen dalam menentukan minat beli pada suatu produk sering kali diawali dan dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya yaitu *brand image*. *Brand image* yang melekat pada suatu perusahaan ataupun merek akan memberikan beberapa manfaat. Konsumen dengan *image* positif terhadap suatu *brand* lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian. Perusahaan dapat mengembangkan lini produk dengan memanfaatkan *image* positif yang telah terbentuk terhadap *brand* produk lama, sehingga kebijakan *family branding* dan *leverage branding* dapat dilakukan (Sutisna, 2016). Faktor lain selain *brand*

image, yang juga dapat mempengaruhi minat beli konsumen adalah *word of mouth*. Pelanggan yang telah membeli suatu produk akan berbicara pada orang lain mengenai produk yang telah ia beli, jadi iklan melalui kegiatan ini sangat sederhana namun menjadi jurus jitu untuk menjual suatu produk (Sunyoto, 2019). Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen yaitu harga. Menurut Tjiptono (2019) harga juga mampu menggambarkan *positioning* nilai merek perusahaan, sehingga memiliki daya tawar dan dapat dipasarkan dengan baik untuk dapat dijual dengan harga tinggi dan mencapai keuntungan yang optimal. Penetapan harga yang tepat harus diperhatikan oleh perusahaan, karena penetapan harga yang dipersepsikan tepat oleh konsumen dan sesuai dengan kualitasnya akan membuat minat beli konsumen akan semakin tinggi.

Strategi tersebut mampu meningkatkan minat beli konsumen dibuktikan terhadap produk prol tape UD Primadona Jember melalui *brand image*, *word of mouth* dan harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan penelitian menggunakan variabel independen dan variable dependen yang sama. Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan pembaharuan atau novelty agar hasil yang diperoleh akurat pada objek yang diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah *brand image*, *word of mouth* dan harga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen pada produk prol tape di UD Primadona Jember?
2. Apakah *brand image*, *word of mouth* dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen pada produk prol tape di UD Primadona Jember?
3. Variabel manakah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap minat beli konsumen pada produk prol tape di UD Primadona Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image*, *word of mouth* dan harga secara parsial terhadap minat beli konsumen pada produk prol tape di UD Primadona Jember.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image*, *word of mouth* dan harga secara simultan terhadap minat beli konsumen pada produk prol tape di UD Primadona Jember.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap minat beli konsumen pada produk prol tape di UD Primadona Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini antara lain yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Pemilik UD Primadona Jember

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan strategi pemasaran guna dapat meningkatkan minat beli konsumen pada produk yang dijualnya terutama prol tape melalui *brand image*, *word of mouth* dan harga.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan untuk pengembangan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh *brand image*, *word of mouth* dan harga terhadap minat beli konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi penelitian sejenis yang melakukan penelitian berkaitan dengan *brand image*, *word of mouth*, harga dan minat beli konsumen.