

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Sidoarjo dikenal sebagai salah satu daerah penghasil udang terbesar yang menjadikannya sebagai komoditas unggulan daerah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024, produksi tangkapan udang di Sidoarjo pada tahun 2023 mencapai 375,4 ton, mengalami penurunan dibandingkan tahun 2022 yang tercatat sebesar 401,2 ton. Produksi tersebut sebagian besar dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan pasar lokal maupun nasional. Udang tidak hanya dijual dalam bentuk segar, tetapi juga diolah menjadi berbagai produk turunan. Salah satu olahan bernilai ekonomis tinggi yang berasal dari udang adalah terasi udang. Produk ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan di Sidoarjo karena ketersediaan bahan baku yang melimpah serta tingginya permintaan pasar, baik di tingkat regional maupun nasional. Nilai ekonomisnya semakin tinggi karena terasi udang dapat diolah menjadi berbagai masakan khas seperti sambal terasi, bumbu masak, hingga campuran pada olahan sayuran dan lauk pauk, yang menjadikannya memiliki pasar yang luas dan berkelanjutan.

Terasi udang adalah produk hasil fermentasi udang rebon segar dengan garam, air, dan bahan tambahan lainnya hingga membentuk adonan atau pasta. Terasi udang memiliki aroma dan rasa yang khas dengan tekstur padat serta berwarna merah (Widyaningrum & Evawati, 2022). Terasi udang menjadi salah satu produk olahan hasil laut yang memiliki peran dalam kuliner Nusantara sehingga terasi bernilai ekonomi tinggi, terutama di Sidoarjo. Terasi Sidoarjo memiliki rasa yang lebih gurih dan aroma yang sangat kuat karena menggunakan bahan baku udang rebon segar. Potensi ini menjadikan terasi udang tidak hanya sebagai bagian dari kekayaan kuliner daerah, tetapi juga sebagai komoditas yang berpeluang meningkatkan daya saing UMKM lokal, seperti Qonjamadu.

Qonjamadu merupakan salah satu sentra produksi terasi udang di Sidoarjo yang telah berdiri sejak tahun 2003. Usaha ini didirikan oleh Bapak H. Sholeh dan Ibu Hj. Leny yang berlokasi di Desa Sawohan, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo. Produk Terasi Udang Qonjamadu banyak diminati konsumen karena

kualitas yang terjaga, mulai dari pemilihan udang rebon berkualitas, proses produksi yang bersih, hingga cita rasa khas yang tetap dipertahankan. Terbuat dari bahan alami tanpa pengawet, terasi ini memiliki rasa gurih, tekstur padat namun tidak lembek, serta aroma yang kuat dan autentik. Keunggulan tersebut membuatnya dipercaya konsumen karena mampu memenuhi ekspektasi terhadap kualitas dan keaslian produk. Selain cita rasa, harga yang ditawarkan juga wajar dan sebanding dengan kualitas, sehingga meningkatkan persepsi positif konsumen. Kombinasi antara mutu tinggi dan harga yang masuk akal menjadi nilai tambah yang mendorong keputusan pembelian sekaligus membangun kepuasan dan loyalitas konsumen. Keterlibatan warga sekitar dalam proses produksi turut memberikan dampak positif bagi perekonomian lingkungan setempat.

Faktor tempat juga turut mempengaruhi keputusan pembelian. Tempat penjualan yang strategis dan mudah dijangkau, serta didukung oleh kebersihan dan kenyamanan tempat usaha mampu menciptakan pengalaman berbelanja yang positif bagi konsumen. Sikap pembelian konsumen dalam membeli produk terasi udang juga dipengaruhi oleh reputasi produk dan keinginan konsumen untuk membeli produk lokal. Konsumen yang terbiasa menggunakan terasi dalam masakan cenderung lebih mudah memutuskan untuk membeli produk ini. Sikap positif terhadap kualitas dan manfaat produk membentuk keyakinan konsumen dalam memilih produk yang dianggap sesuai dengan kebutuhannya. Keyakinan tersebut mendorong konsumen untuk melakukan pembelian secara konsisten dan berulang.

Empat indikator yang digunakan dalam penelitian pada UMKM Qonjamadu meliputi produk, harga, tempat, dan sikap konsumen. Indikator produk dipilih karena kualitas, cita rasa, kemasan, dan daya simpan terasi udang menjadi faktor penting yang memengaruhi minat beli konsumen. Indikator harga digunakan untuk menilai kesesuaian antara nilai yang ditawarkan produk dengan daya beli target pasar, sehingga mampu bersaing tanpa mengurangi kualitas. Indikator tempat mencakup kemudahan akses lokasi penjualan maupun saluran distribusi, yang berpengaruh terhadap kenyamanan konsumen dalam memperoleh produk. Sementara itu, indikator sikap konsumen digunakan untuk memahami persepsi,

penilaian, dan kecenderungan perilaku konsumen terhadap terasi udang Qonjamadu, yang dapat menjadi dasar strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Pemilihan keempat indikator ini didasarkan pada relevansinya terhadap bauran pemasaran dan perilaku konsumen, sehingga dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk Qonjamadu.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian serta menentukan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi pembelian produk Terasi Udang Qonjamadu. Oleh karena itu, dilakukan penelitian berjudul “Pengaruh Produk, Harga, Tempat, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Terasi Udang Qonjamadu di Sidoarjo.” Hasil penelitian ini berdasarkan variabel paling dominan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi UMKM Qonjamadu sebagai upaya mempertahankan daya saing produk terasi udang, baik di pasar lokal maupun nasional.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang sudah dikemukakan dalam latar belakang permasalahan dalam proses penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah produk, harga, tempat, dan sikap konsumen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk terasi udang Qonjamadu di Sidoarjo?
2. Apakah produk, harga, tempat, dan sikap konsumen berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian produk terasi udang Qonjamadu di Sidoarjo?
3. Variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk terasi udang Qonjamadu di Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis dan menguji pengaruh produk, harga, tempat, dan sikap konsumen secara parsial terhadap keputusan pembelian produk terasi Qonjamadu di Sidoarjo
2. Menganalisis dan menguji pengaruh produk, harga, tempat, dan sikap konsumen secara serempak terhadap keputusan pembelian produk terasi Qonjamadu di Sidoarjo
3. Menentukan faktor yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian produk terasi Qonjamadu di Sidoarjo

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka dari hasil penelitian ini diharapkan sebagai berikut:

1. Bagi UMKM
Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Terasi Udang Qonjamadu dan membantu merancang strategi pemasaran yang menguntungkan bagi usaha.
2. Bagi Penulis
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis mengenai pengaruh produk, harga, tempat, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian, serta menjadi syarat dalam menyelesaikan Pendidikan di Politeknik Negeri Jember.
3. Bagi Akademik
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai media referensi bagi penelitian selanjutnya yang menggunakan konsep atau topik yang serupa.