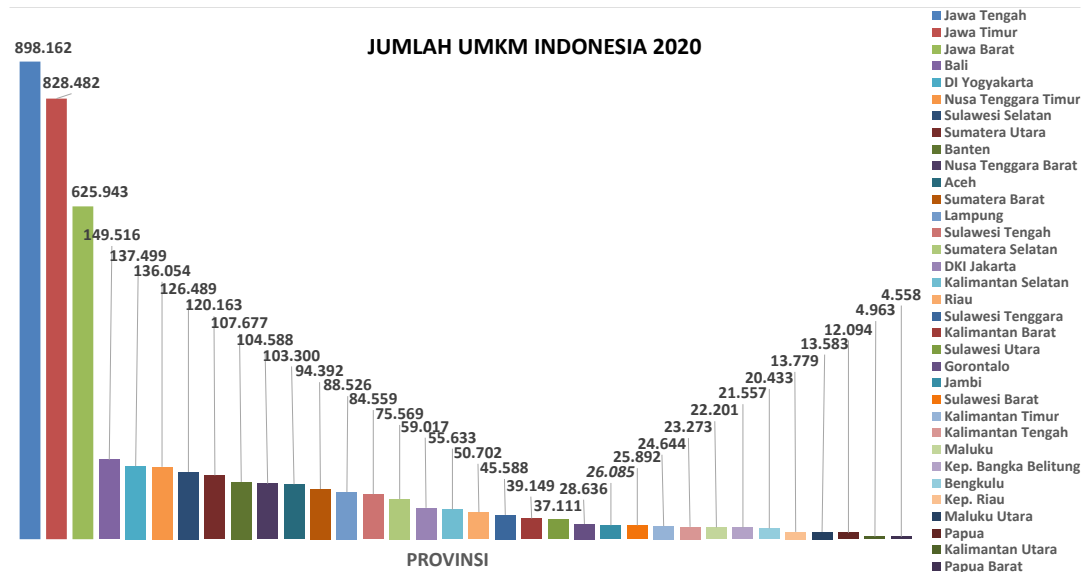


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

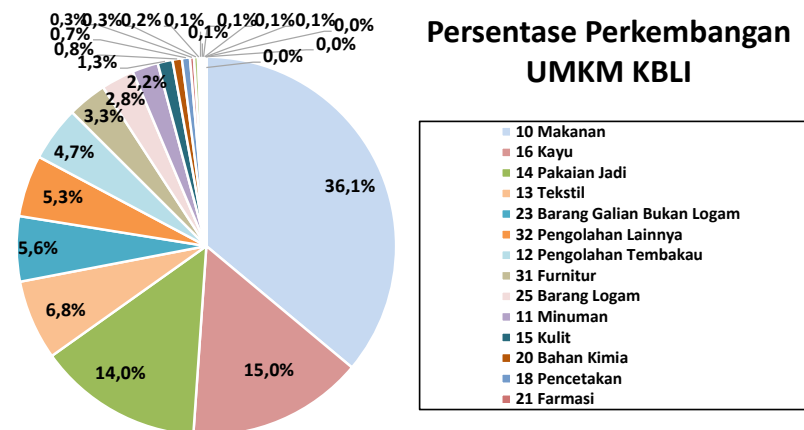
Industri di Indonesia tumbuh dan berkembang pesat, baik industri besar maupun Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Setiap tahunnya UMKM mengalami peningkatan dalam perkembangannya (Fatwitawati, 2018). Usaha UMKM terdiri dari tiga bagian yang berbeda yaitu usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah (Pemerintah RI, 2008). UMKM juga dibahas dalam Undang-Undang sebagai suatu sektor yang dapat menggerakkan ekonomi Indonesia (Pendey et al., 2022). Sehingga UMKM dipandang sebagai alternatif dalam pemulihan ekonomi nasional (Sari et al., 2022). Berikut data grafik yang menunjukkan jumlah UMKM yang ada di Indonesia yang ditunjukkan oleh Gambar 1.1 Jumlah UMKM Berdasarkan Hasil Survey Tahun 2020.



Gambar 1. 1 Jumlah UMKM Berdasarkan Hasil Survey Tahun 2020

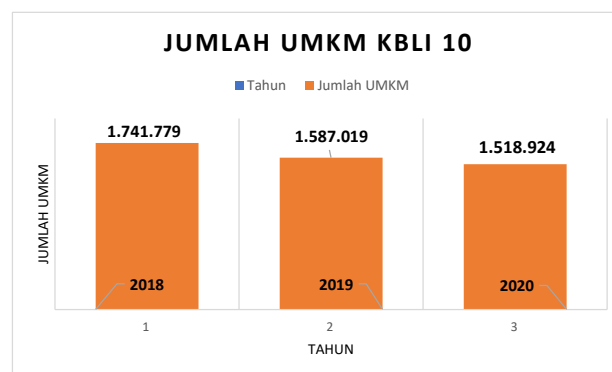
Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2020)

Di Indonesia sendiri jumlah UMKM terus meningkat dan berkembang, berdasarkan Buku Profil UMKM 2020 menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia berkembang cukup pesat dengan jumlah 4.209.817 UMKM, terutama pada kelompok industri makanan.



Gambar 1. 2 Persentase Perkembangan UMKM Berdasarkan KBLI
Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2020)

Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) memiliki pengaruh paling besar terhadap perekonomian. Berdasarkan Gambar 1.2 yang menunjukkan persentase perkembangan UMKM dengan KBLI 10 yaitu makanan. Hasil survey tahun 2020 menunjukkan bahwa kelompok industri makanan memiliki persentase pengaruh terbesar yaitu 36.1%, dan diikuti oleh industri kayu dan pakaian dengan masing-masing nilai 15% dan 14%. Maka dari itu industri pada bidang makanan ini mendominasi industri-industri lain yang bergerak di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2022). Hal tersebut didasari oleh fakta bahwa makanan merupakan kebutuhan dasar manusia dan sumber energi untuk kelangsungan hidup (Nulinnaja et al., 2022). Jumlah UMKM dengan KBLI 10 ditunjukkan oleh Gambar 1.3.



Gambar 1. 3 Jumlah UMKM KBLI 10 (Makanan) di Indonesia
Sumber : (Badan Pusat Statistik, 2022)

Namun pada masa periode pandemi COVID-19 atau *Coronavirus Disease-2019*, industri UMKM bidang makanan mengalami kemunduran terhitung sejak

tahun 2020 tidak hanya di Indonesia namun perekonomian dunia juga mengalami masa sulit akibat pandemi yang melanda seluruh negara (DJKN-Kementerian Keuangan, 2022). Adanya sistem *lockdown* yang diterapkan oleh pemerintah pada tahun 2020 berpengaruh terhadap kondisi penurunan ekonomi pada pertumbuhan UMKM KBLI 10. Meskipun begitu, industri pada kelompok makanan ini terus mengalami pertumbuhan. Artinya industri makanan ini mampu untuk bertahan dan selaras dengan kebutuhan makanan dan minuman masyarakat Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2022). Menurut data dari Badan Pusat Statistik (2022), Produk Domestik Bruto (PDB) pada industri makanan dan minuman berkembang sebesar 2.54% pada tahun 2022 dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya meningkat sebesar 1.58%. Kenaikan PDB tersebut terdiri dari perusahaan besar serta UMKM dengan pengecualian restoran makanan baik restoran cepat saji ataupun non cepat saji (Badan Pusat Statistik, 2021).

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistika diperoleh bahwa pulau Jawa mendominasi jumlah UMKM yang ada di Indonesia, dimana provinsi Jawa Tengah memiliki jumlah UMKM terbanyak yaitu 898.162 pada seluruh bidang industri (Badan Pusat Statistik, 2022). Merujuk pada Tabel 1.1, bahwa jumlah UMKM provinsi Jawa Tengah dengan KBLI 10 memiliki jumlah sebanyak 934. Pada provinsi Jawa Tengah sendiri juga memiliki jumlah UMKM terbanyak pada industri makanan, yaitu Kabupaten Banyumas yang memiliki jumlah UMKM sebanyak 309 seperti data pada Tabel 1.2. Semakin banyaknya kompetitor pada bidang sejenis akan mengakibatkan persaingan menjadi semakin kompetitif dalam menarik konsumen (Elias, 2018), termasuk pada provinsi Jawa Tengah khususnya Kabupaten Banyumas.

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM KBLI 10 (Makanan) di Provinsi Jawa Tengah

KBLI	Jenis	Jumlah UMKM
10	Makanan	934

Sumber : Buku Provinsi Jawa Tengah 2022 (BPS Provinsi Jawa Tengah)

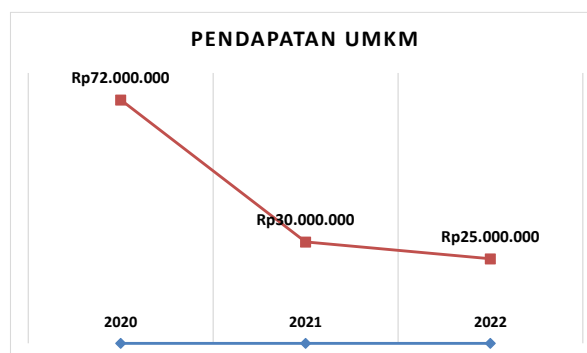
Tabel 1. 2 Jumlah UMKM KBLI 10 (Makanan) di Kabupaten Banyumas

KBLI	Kabupaten/Kota	Industri Makanan
10	Banyumas	309

Sumber: BPS Provinsi Jawa Tengah

Untuk menghadapi persaingan pada industri makanan, para pelaku usaha terutama UMKM harus siap bersaing dan menerima tantangan untuk terus meningkatkan kualitasnya sehingga dapat memenuhi preferensi konsumen (Abdi, 2021). Untuk meningkatkan kualitas tersebut, maka UMKM harus mampu dalam mengembangkan produknya. Kunci dalam meningkatkan daya saing sendiri ialah kualitas produk (Magutu & Kiplmo, 2010), sehingga produk yang berkualitas mampu memenuhi kebutuhan dan preferensi dari konsumen (Ayağ & Özdemir, 2006). Dalam bersaing tidak hanya menekankan peningkatan kualitas produk saja, namun juga perlu memperhatikan preferensi dari konsumen juga (Kurnianto et al., 2013). Karena ketika konsumen sudah membeli jasa atau produk maka setidaknya akan muncul persoalan dalam pemenuhan ekspektasi konsumen (Imtihan & Lestari, 2020). Kepuasan konsumen erat kaitannya dengan kualitas produk. Sehingga ekspektasi konsumen (*customer expectations*) merupakan suatu hal yang diharapkan ketika sedang melakukan transaksi jual beli baik produk maupun jasa (Andri et al., 2022). Ekspektasi konsumen memiliki sifat yang dinamis, sehingga dapat berubah seiring dengan perkembangan, namun ketika ekspektasi konsumen tersebut terpenuhi maka akan memberikan dampak positif terhadap loyalitas konsumen (Sujana & Pandu, 2018).

Di Kabupaten Banyumas terdapat UMKM yang bergerak pada industri makanan ringan yaitu makanan Dodol. Tepatnya pada Desa Lesmana Kecamatan Ajibarang dan salah satunya ialah UMKM Dodol Tape Sirsak Ibu Nur. Dalam menjalankan bisnisnya, UMKM Dodol Tape Sirsak Ibu Nur ini mempunyai produk unggulan yaitu Dodol Tape Sirsak, karena pada produk ini menggunakan buah sirsak asli tanpa adanya campuran *essence*. Dalam pemasaran produknya, UMKM Dodol Tape Sirsak sudah banyak bekerja sama dengan beberapa toko oleh-oleh, dimulai dari toko-toko daerah Kabupaten Banyumas sampai di luar Kabupaten Banyumas seperti Semarang dan Surabaya.



Gambar 1. 4 Pendapatan UMKM Dodol tape Sirsak Ibu Nur Tahun 2020-2022
 Sumber : Buku Laporan Kas UMKM Dodol Tape Sirsak Ibu Nur

Peminat dodol dari UMKM Dodol Tape Sirsak cukup banyak, bahkan ketika pandemi. Namun perubahan mulai terasa ketika pandemi mulai berkurang, jumlah orderan yang masuk mulai sedikit demi sedikit menurun. Pemasaran dan promosi pun semakin diperluas dengan membuat media sosial instagram sebagai media promosinya, bahkan membuat inovasi terbaru dengan membuat kemasan baru versi mini dengan mengurangi berat bersih pada satu *pack* produknya. Biasanya berat bersih pada satu *pack* dodol ialah 500 gram dengan jumlah 30 pcs Dodol Tape Sirsak, namun dengan kemasan yang baru berat bersih hanya sebanyak 250 gram dengan jumlah 15 pcs Dodol Tape Sirsak. Kemasan versi terbaru dibuat lebih menarik lagi sehingga bisa digunakan sebagai salah satu alternatif makanan *merch* dalam suatu kegiatan, harapannya dengan inovasi tersebut dapat kembali menarik konsumen. Namun terhitung dari awal tahun 2022 orderan masuk tidak mengalami perubahan, tentunya berpengaruh terhadap pendapatan UMKM Dodol Tape Sirsak Ibu Nur seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 1.4.

Dalam perjalanan bisnis tentunya menemukan kompetitor produk serupa (Nurtjahjo, 2017), yaitu produk dodol. Dengan demikian, UMKM Dodol Tape Sirsak Ibu Nur ini perlu membuat strategi yang memungkinkan untuk menjaga loyalitas konsumen dan memaksimalkan penjualan (Philip & Amstrong, 2008). Salah satu alternatif yang dapat mewujudkan strategi tersebut dengan mengevaluasi dan meningkatkan kualitas terhadap produk. Terkadang untuk meningkatkan kualitas perlu adanya inovasi terhadap produk, baik dalam segi rasa, tampilan, warna dan lain-lain (Suhaeni, 2018), apabila konsumen puas akan kualitas yang diberikan tentunya akan membuat konsumen menjadi semakin loyal (Gunawan,

2013). Namun tidak sedikit hasil dari inovasi ini jarang disukai oleh para konsumen karena tidak sesuai dengan ekspektasi dan preferensi konsumen. Maka dari itu perlu adanya evaluasi kualitas pengembangan produk Dodol Tape Sirsak sesuai dengan preferensi dari konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Suatu usaha yang ideal akan terus berkembang, baik dalam hal pemasaran, penjualan maupun peningkatan kualitas produknya. Namun banyak UMKM yang mengabaikan peningkatan kualitas produk, ketika *improve* dan perbaikan terkait kualitas diabaikan, maka akan memberikan dampak pada penurunan penjualan, sehingga akan berpengaruh terhadap laba UMKM. Hal tersebut mengakibatkan munculnya ketidakmampuan bersaing dengan para kompetitor yang memiliki produk sejenis. Untuk dapat meningkatkan kualitas yang nantinya akan turut meningkatkan penjualan dan tetap dapat bersaing dengan para kompetitor, UMKM harus menangkap *Voice of Customer* untuk dapat terus sesuai dengan ekspektasi dan preferensi konsumen, serta untuk dapat mengembangkan atau meningkatkan kualitas produk yang sudah ada, termasuk pada produk UMKM Dodol Tape Sirsak Ibu Nur.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui serta menganalisis preferensi kebutuhan konsumen terhadap kualitas produk Dodol.
2. Menentukan spesifikasi teknis produk Dodol Tape Sirsak berdasarkan preferensi konsumen yang ada.
3. Mengevaluasi dan mengembangkan produk Dodol Tape Sirsak berdasarkan spesifikasi teknis yang sudah ada untuk memenuhi preferensi kebutuhan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Mahasiswa
Sebagai aplikasi teori dan metode berdasarkan fakta yang ada, serta untuk dapat mengetahui pentingnya suara konsumen terhadap perkembangan produk.
2. Bagi Institusi
Sebagai kajian teoritis, penggunaan metode dari penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai pengembangan produk yang sudah ada sesuai dengan preferensi konsumen.
3. Bagi Perusahaan
Sebagai masukan bagi perusahaan untuk membantu memecahkan masalah, dan sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan industri makanan dodol.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian dilakukan pada UMKM Dodol Tape Ibu Nur di Desa Lesmana Kecamatan Ajibarang, Kabupaten Banyumas serta konsumennya.

1. Penelitian ini hanya memberikan rekomendasi tertulis untuk meningkatkan kualitas produk Dodol, semua saran yang diberikan berdasarkan hasil analisis perhitungan.
2. Batasan sampel pada penelitian ini ialah hanya mencakup pada konsumen yang telah mencicipi produk Dodol Tape Sirsak pada UMKM Dodol Tape Sirsak Ibu Nur.
3. *Expert* pada penelitian ini ialah pemilik UMKM Dodol Tape Sirsak Ibu Nur sekaligus pembuat resep produk Dodol Tape Sirsak.