

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara umum, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang didirikan oleh pribadi dengan kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan. Di Indonesia, UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Pada siaran pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia nomor HM.4.6/103/SET.M.EKON.3/05/2021, disebutkan alasan umkm menjadi pilar penting pada perekonomian Indonesia adalah karena UMKM sangat berkontribusi terhadap *product domestic bruto* sebanyak 61,07% atau 8.573,89 triliun rupiah (Fajri, 2022). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, pada tahun 2022 jumlah UMKM yang ada di Indonesia sebanyak 4.340.000 UMKM dan mengalami peningkatan sebanyak 180.000 usaha dari tahun sebelumnya (Badan Pusat Statistik, 2022). Peningkatan jumlah UMKM di Indonesia maka diharapkan sumberdaya manusia juga akan ikut berkembang serta mengalami peningkatan dalam membuat peluang usahanya sendiri. Selain itu, Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan bahwa terdapat 5 provinsi dengan jumlah UMKM terbanyak sepanjang tahun 2022 yang ditunjukkan pada Tabel 1.1 Daftar Provinsi dengan Jumlah UMKM Terbanyak tahun 2022.

Tabel 1.1 Daftar Provinsi dengan Jumlah UMKM Terbanyak tahun 2022

| No | PROVINSI | Jumlah Umkm |
|----|----------------|-------------|
| 1. | Jawa Barat | 1.494.723 |
| 2. | Jawa Tengah | 1.457.126 |
| 3. | Jawa Timur | 1.153.576 |
| 4. | DKI Jakarta | 658.365 |
| 5. | Sumatera Utara | 595.779 |

Sumber: (Kemenkopukm, 2023).

Peningkatan jumlah UMKM yang ada di Indonesia tentu menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha. Hal itu dikarenakan semakin meningkatnya jumlah UMKM maka semakin meningkat pula jumlah pesaing usaha. Sehingga pelaku UMKM dituntut untuk selalu memperhatikan keinginan konsumen dan memenuhi harapan konsumen agar dapat mempertahankan usahanya. Terlebih lagi dengan adanya perkembangan teknologi, informasi dan ilmu pengetahuan yang mengakibatkan cepatnya perubahan selera konsumen pada suatu produk. Berdasarkan data pada Tabel 1.1, Provinsi Jawa Tengah menduduki peringkat kedua dengan jumlah UMKM terbanyak. Hal ini menunjukkan bahwa Jawa Tengah memiliki pengaruh yang penting dalam perekonomian bangsa. Adapun jumlah UMKM kabupaten/kota terbanyak ditunjukkan pada Tabel 1.2 Daftar Kota dengan Jumlah UMKM terbanyak di Jawa.

Tabel 1.2 Daftar Kota dengan jumlah UMKM terbanyak di Jawa Tengah

| No | Kab/Kota | Jumlah UMKM |
|----|--------------------|-------------|
| 1. | Kota Surakarta | 17.964 |
| 2. | Kabupaten Demak | 13.027 |
| 3. | Kabupaten Kebumen | 11.992 |
| 4. | Kota Semarang | 11.917 |
| 5. | Kabupaten Banyumas | 8557 |

Sumber: (Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah, 2023)

Berdasarkan data UMKM kabupaten/kota di provinsi Jawa Tengah, Kab. Banyumas menduduki peringkat ke 5 dengan jumlah umkm terbanyak. Banyumas memiliki pertumbuhan UMKM yang sangat pesat dengan presentase mencapai 25% per tahun. Usaha Mikro Kecil Menengah di Banyumas cukup berpotensi untuk bertumbuh kembang secara pesat dikarenakan sejumlah faktor yang mendorongnya (Naufalin, 2020). Faktor pendorong tersebut dibagi menjadi dua yaitu luar dan dalam. Faktor luar diantaranya perkembangan perekonomian, akses mudah dalam ber kredit, dan kemajuan teknologi. Sedangkan faktor dari dalam yaitu kemauan untuk belajar, kemauan pihak UMKM untuk berkembang serta, kemauan untuk

lebih unggul. Pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di Kabupaten Banyumas juga ditunjang oleh sektor UMKM.

Mayoritas masyarakat Indonesia banyak yang memilih industri makanan sebagai usaha yang di jalankan. Olahan makanan adalah salah satu usaha yang dapat berkembang seiring berjalanya waktu. Selain dapat meningkatkan pertumbuhan dalam perekonomian masyarakat, hal ini juga memberikan dampak positif untuk lingkungan sekitar diantaranya dapat memperluas lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Namun dalam melakukan penjualan usaha di bidang industri makanan tentunya harus memperhatikan kualitas, karena kualitas dan penjualan saling berhubungan. Hubungan tersebut adalah jika kualitas bagus maka penjualan akan naik namun sebaliknya jika kualitas produk menurun maka penjualan juga akan ikut menurun. (Harini & dkk, 2022). Salah satu produk makanan UMKM Banyumas yang menjadi ciri khas dan dikenal banyak orang yaitu produk makanan Getuk goreng. Persebaran terbanyak produk makanan Getuk goreng ini paling banyak dijumpai di daerah Sokaraja, Banyumas. Getuk goreng merupakan jajanan khas dari kota Banyumas Provinsi Jawa Tengah. Getuk Goreng sendiri diciptakan oleh Bapak Sanpringad pada abad ke 19 secara tidak direncanakan, salah satu seorang penjual nasi rames di daerah Sokaraja (Fachrunnisa & dkk, 2021). Getuk Goreng sangat digemari oleh masyarakat hingga saat ini. Salah satu contoh UMKM pendiri utama produk makanan getuk goreng di kabupaten Banyumas adalah Getuk Goreng H Tohirin. Dari banyaknya toko atau cabang Getuk Goreng H Tohirin yang ada di wilayah Sokaraja, Toko Getuk goreng H Tohirin 2A merupakan kantor pusat distribusi dan pusat produksi Getuk Goreng yang menaungi lima toko atau cabang Usaha Getuk Goreng ini berdiri sejak tahun 1918.

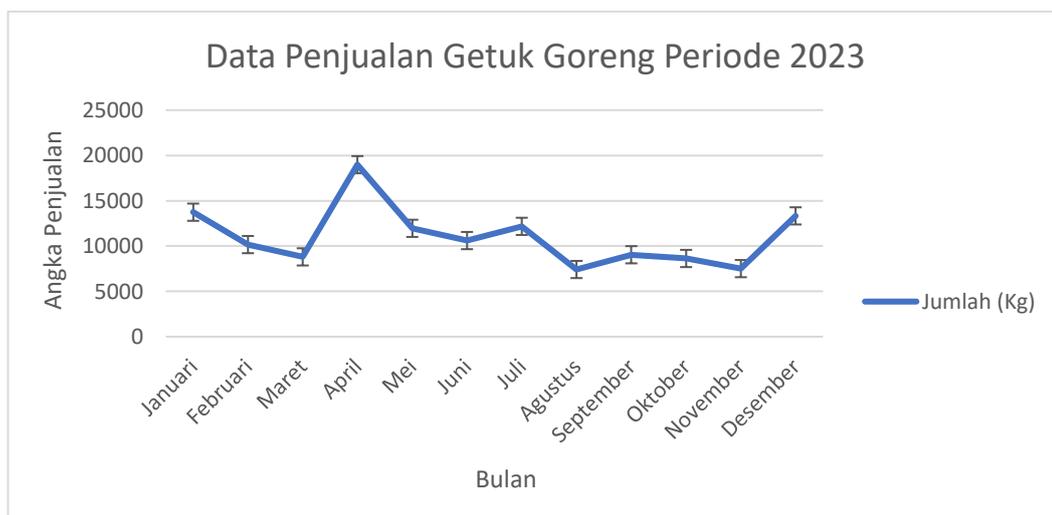
Produk Getuk goreng H Tohirin ini adalah salah satu pilihan terbaik untuk dijadikan oleh-oleh dan cemilan khas Banyumas bagi masyarakat dalam ataupun luar kota. Namun beberapa pembeli Getuk goreng merasa bahwa Getuk goreng sempat mengalami penurunan kualitas produknya. Dari observasi yang dilakukan dari 28 responden yang mayoritas adalah konsumen dari Getuk Goreng H Tohirin didapatkan bahwa pembeli mengeluhkan dari segi Harga, Tekstur, dan Rasa yang

dinilai adanya perbedaan dari pembelian sebelumnya. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.3 Kendala Kualitas Getuk Goreng.

Tabel 1.3 Kendala kualitas Getuk Goreng

| No | Kendala Kualitas | Frekuensi |
|----|--------------------|-----------|
| 1 | Harga | 10 |
| 1 | Tekstur | 10 |
| 2 | Varian Rasa Kurang | 9 |

Dari Tabel 1.3 bisa dilihat bahwa dari 29 responden atau konsumen yang diwawancarai terdapat kendala kualitas pada produk Getuk goreng tersebut. Adapun hasil dari wawancara tersebut diantaranya masalah pada harga dengan frekuensi sebanyak 10 orang. Lalu masalah pada tekstur dengan frekuensi sebanyak 10 responden, dan varian rasa yang kurang sebesar 9 frekuensi. Selain dari hasil observasi kepada konsumen. Selain itu pemilik Getuk goreng H Tohirin juga menyampaikan bahwa adanya penurunan angka penjualan. Berikut adalah rincian angka penjualan dapat dilihat pada Gambar 1.1 Grafik Angka Penjualan.



Gambar 1.1 Grafik Angka Penjualan

Dari grafik penjualan pada Gambar 1.1 menjelaskan bahwa adanya penurunan penjualan Getuk goreng pada bulan Januari sampai Maret sebesar

4.927,5 Kg, sementara pada bulan Maret ke bulan April meningkat sebesar 10.171 Kg. selanjutnya pada bulan April sampai Juni mengalami penurunan penjualan sebesar 8.371 Kg. Namun pada bulan Juni ke Juli mengalami peningkatan sebesar 1.567,5 Kg. kemudian pada bulan Juli ke Agustus mengalami penurunan penjualan sebesar 4.760 Kg. Selain itu, di bulan Agustus ke September mengalami kenaikan penjualan sebesar 1.628,5 Kg. Selanjutnya pada bulan September sampai November mengalami penurunan penjualan sebesar 1.530 Kg. Dan yang terakhir pada bulan November ke Desember mengalami kenaikan sebesar 5.816 Kg. Berdasarkan data tersebut penjualan Getuk Goreng H Tohiri pada periode 2023 cenderung lebih sering mengalami penurunan penjualan. Maka dari itu penelitian ini penting untuk dilakukan agar Getuk goreng H Tohirin dapat mengetahui peningkatan kualitas produk Getuk berdasarkan preferensi konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Semua produk yang dipasarkan seharusnya memiliki kualitas yang baik. Namun, salah satu pada produk makanan yaitu Getuk goreng H Tohirin sebagai salah satu produk unggulan UMKM Kabupaten Banyumas mengalami penurunan kualitas. Hal itu ditunjukkan dari hasil observasi yang peneliti lakukan dari 30 konsumen terdapat 29 yang menunjukkan bahwa adanya kendala kualitas produk dari tekstur dan rasa. Hal itu menyebabkan adanya penurunan pembeli atau penurunan omzet pada penjualan produk Getuk goreng H Tohirin. Sehingga diperlukanya upaya peningkatan kualitas pada produk makanan Getuk goreng ini dengan mempertimbangkan preferensi dari konsumen

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis preferensi kebutuhan konsumen terhadap produk Getuk goreng H Tohirin
2. Menentukan spesifikasi teknis produk Getuk Goreng berdasarkan prefensi konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana guna menambah pengetahuan dan wawasan serta pemahaman dalam menganalisis kualitas dari suatu produk, khususnya dengan analisis menggunakan metode *quality function deployment*.

2. Bagi Instansi

Dapat mengetahui secara jelas mengenai kualitas produk dan keinginan dari konsumen terhadap produk khususnya makanan yang ada di pasaran.

3. Bagi Perusahaan

Adapun manfaat yang diperoleh bagi perusahaan yaitu dapat menerima usulan serta saran perbaikan dari konsumen guna mempertimbangkan permasalahan yang terjadi pada penjualan Getuk goreng.

1.5 Batasan Penelitian

1. Konsumen yang diteliti yaitu konsumen yang sudah membeli serta mengkonsumsi produk Getuk Goreng H Tohirin
2. Seluruh asumsi yang diperlukan pada penentuan prioritas keinginan konsumen atau pembeli melalui metode *Quality Function Deployment* (QFD)