

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu daerah yang peduli terhadap keberadaan agroindustri dalam upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Hal ini terlihat dari jumlah agroindustri yang meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2010 jumlah agroindustri di Provinsi Jawa Tengah sebanyak 324.684 industri, pada tahun 2011 jumlahnya meningkat menjadi 328.907 industri dan pada tahun 2012 meningkat menjadi 329.254 industri (Dinas Perindustrian Provinsi Jawa Tengah, 2012). Di Provinsi Jawa Tengah agroindustri pada pengolahan makanan memiliki peranan penting dalam distribusi PDB. Pada tahun 2012 agroindustri memberikan kontribusi PDB Provinsi Jawa Tengah sebesar 18,74 persen lebih besar jika dibandingkan dengan sektor lain seperti pertambangan dan galian yang hanya memberikan kontribusi sebesar 0,94 persen atau sektor jasa-jasa yang hanya sebesar 10,67 persen di tahun yang sama (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, 2012).

Berbagai upaya dilakukan oleh pemerintah Jawa Tengah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Seperti yang terdapat dalam rencana program dan kegiatan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Tengah bahwa salah satu upaya yang dilakukan adalah program pengembangan industri agro, kimia, dan hasil hutan dimana program ini bertujuan untuk mendorong terciptanya struktur industri yang kuat antara industri hulu dan hilir sehingga kegiatan ekonomi dapat berjalan dengan baik. Kegiatan ekonomi tidak hanya dilakukan oleh produsen namun konsumen juga mempunyai peranan.

Banyak industri pengolahan makanan di Jawa Tengah yang tersebar di seluruh penjuru kabupaten, salah satunya berada di kabupaten Kudus. Namun makanan olahan yang terkenal di kabupaten Kudus adalah jenang. Jenang merupakan makanan olahan yang berasal dari tepung beras ketan, gula pasir, gula kelapa, santan kelapa, lemak nabati, dan bahan-bahan lainnya. Di kabupaten Kudus jenang dapat dengan mudah ditemui. Banyak pedagang yang menjual makanan ini, mulai dari toko pusat oleh-oleh, hingga pedagang kios di terminal. Bahkan beberapa kabupaten di Jawa Tengah juga menjual jenang. Jenang sering kali digunakan

masyarakat sebagai oleh-oleh ataupun konsumsi sehari-hari. Penjualan jenang dapat meningkat tajam apabila menjelang hari Raya Idul Fitri, banyak masyarakat kabupaten Kudus menjadikan jenang sebagai hidangan untuk para tamu yang berkunjung.

Produsen sering kali menjadikan jumlah konsumen sebagai indikator keberhasilan dalam memasarkan produk. Semakin banyak konsumen yang mengenal produk suatu perusahaan, maka peluang produk tersebut akan terjual semakin besar. Namun hal paling penting yang perlu dipahami seorang produsen adalah bukan berapa banyak produk yang berhasil dipasarkan, melainkan bagaimana seorang produsen mampu memenuhi keinginan konsumen akan suatu produk. Hal ini dikarenakan sifat konsumen yang selalu berubah, dimana pada satu hari konsumen menginginkan produk dengan karakteristik "A" misalnya, namun keesokan harinya bukan hal yang tidak mungkin jika konsumen menginginkan produk yang sama namun dengan karakteristik yang berbeda.

Perusahaan perlu melakukan pengembangan produk dalam upaya memenangkan persaingan pasar (Alma, 2009). Pengembangan produk dapat dilakukan dengan cara survei kepada para konsumen untuk mengetahui karakteristik produk yang diinginkan konsumen. Produk yang memiliki banyak persamaan karakteristik dengan keinginan konsumen, tentu produk tersebut akan lebih diminati oleh konsumen.

Keberadaan konsumen dinilai sangat penting bagi perusahaan. Konsumen dapat dijadikan salah satu indikator keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk. Menurut Kotler (2000) seorang konsumen tidak hanya berhenti pada proses mengkonsumsi produk, karena konsumen akan melakukan proses evaluasi dan penilaian secara kognitif terhadap produk dan jasa pelayanan yang diberikan. Penilaian tersebut dapat berupa baik atau buruk sesuai dengan harapan masing-masing konsumen. Penilaian yang dilakukan oleh konsumen dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, salah satunya melalui preferensi konsumen. Preferensi konsumen menurut Tinaprilla (2007) merupakan sikap konsumen terhadap suatu barang dengan memberikan penilaian suka atau tidak suka yang akan menghasilkan selera yang berbeda. Perbedaan selera ini menjadi potensi pasar yang dapat digunakan untuk mengembangkan desain produk sesuai keinginan konsumen.

Preferensi konsumen dapat menentukan keputusan konsumen apakah akan melakukan pembelian ulang atau tidak. Salah satu metode yang dapat mengukur tingkat preferensi konsumen ialah Metode Analisis *Conjoint*. Dimana metode ini dapat mengidentifikasi atribut-atribut produk yang dianggap paling penting oleh konsumen serta kombinasi (stimuli) dari tiap level atribut produk.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini difokuskan pada menganalisis keputusan pembelian berdasarkan atribut-atribut produk dan kombinasi level atribut-atribut produk Jenang “Mubarok” pada Toko Sinar 33. Responden yang akan diteliti merupakan konsumen Jenang “Mubarok” di Toko Sinar 33 karena tempat ini merupakan pusat penjualan Jenang “Mubarok”. Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat mengetahui atribut dan kombinasi level atribut yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam mengkonsumsi jenang serta menghasilkan desain atau konsep produk jenang yang baru sesuai dengan keinginan konsumen. Oleh karena itu penting untuk dilaksanakan penelitian mengenai “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Jenang di Kabupaten Kudus”.

1.2 Rumusan Masalah

Terdapat 4 produsen jenang yang telah dikenal secara luas oleh masyarakat kabupaten Kudus, keempat produsen jenang tersebut ialah Jenang “Kenia”, Jenang “Menara”, dan Jenang “Asia Aminah” dan Jenang “Mubarok”. Hal ini menimbulkan persaingan ketat antar perusahaan dalam hal menarik perhatian konsumen guna mengembangkan pangsa pasar. Pasalnya keempat produsen jenang tersebut merupakan produsen yang telah lama berdiri. Produk jenang yang beredar di pasar sangat banyak, sehingga konsumen dihadapkan pada pilihan berbagai merek yang menawarkan keunggulan masing-masing produk meskipun tidak sedikit produk jenang antar perusahaan memiliki karakteristik yang hampir sama. Atribut produk menjadi bahan pertimbangan oleh konsumen dalam membeli suatu produk. Jika konsumen suka terhadap atribut yang terdapat pada produk dan melakukan pembelian ulang dapat dikatakan bahwa produk tersebut memiliki kualitas lebih baik dibandingkan dengan produk lainnya.

Produsen dalam upaya mempertahankan memimpin pangsa pasar akan mengamati setiap keinginan konsumen terhadap produknya. Menurut Alma (2009) tantangan terbesar yang dihadapi oleh setiap perusahaan adalah masalah mengenai pengembangan produk. Perusahaan yang tidak mampu melakukan atau menciptakan produk baru akan menghadapi risiko penurunan volume penjualan, karena keberadaan pesaing yang lebih kreatif dan adanya perubahan minat atau selera konsumen.

CV. Mubarakfood Cipta Delicia sebagai produsen produk Jenang “Mubarak” tidak banyak melakukan pengembangan pada karakteristik jenang beberapa tahun terakhir. Hal ini tentu menjadi ancaman bagi perusahaan jika tidak melakukan pengembangan produk. Oleh karena itu, perlu dilakukan sebuah analisis untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut yang terdapat pada produk jenang. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menilai masing-masing atribut produk dan membuat stimuli yakni mengkombinasikan masing-masing level atribut. Konsumen akan menilai apakah menyukai atau tidak suka terhadap kombinasi-kombinasi (stimuli) yang ada. Hal ini dilakukan dengan tujuan guna mengetahui besarnya tingkat preferensi konsumen terhadap produk jenang sehingga tercipta desain produk jenang yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka diharapkan penelitian ini mampu menjawab pertanyaan penelitian terkait dengan:

1. Apa saja atribut produk jenang yang menjadi prioritas berdasarkan tingkat preferensi konsumen?
2. Bagaimana stimuli (kombinasi level atribut) produk jenang yang mempunyai tingkat preferensi konsumen tertinggi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis atribut produk jenang yang menjadi prioritas berdasarkan tingkat preferensi konsumen.
2. Menganalisis stimuli (kombinasi level atribut) produk jenang yang mempunyai tingkat preferensi konsumen tertinggi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adanya penelitian ini, kegunaan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Bisnis.

Adanya penelitian ini diharapkan perusahaan mampu memperbaiki kualitas produk sesuai dengan tingkat preferensi konsumen.

2. Bagi Peneliti.

Penelitian ini dapat menambah keahlian, khususnya dalam aplikasi pada kondisi lapang dalam menerapkan teori yang telah didapat selama masa perkuliahan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai tingkat preferensi konsumen terhadap produk lainnya dan sebagai bahan acuan untuk menganalisis pengaruh dari hasil penelitian ini jika diterapkan oleh perusahaan.

