

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pengolahan yang cukup umum adalah sektor kedelai. Kedelai adalah salah satu legum yang mengandung tinggi protein nabati, lemak, vitamin, dan mineral. Usaha ini bisa dimulai dengan modal awal yang terjangkau, teknologi yang simpel, dan tidak memerlukan keterampilan khusus. Proses pengolahan kedelai dapat dibagi menjadi dua metode, yaitu dengan menggunakan fermentasi dan tanpa menggunakan fermentasi (Hadiyanti, 2014). Kedelai adalah salah satu bahan pangan utama yang sering digunakan, terutama untuk produk tahu (Barus, dkk., 2019).

Tahu, sebagai produk makanan yang terbuat dari kedelai, merupakan pilihan makanan yang sehat dan bergizi yang sangat populer di kalangan masyarakat. Nama tahu sudah sangat akrab di telinga masyarakat Indonesia karena telah lama menjadi pengganti ikan dalam konsumsi harian. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa sekitar 38% kedelai di Indonesia digunakan untuk pembuatan tahu (BPS, 2017). Tahu tetap populer di Indonesia karena merupakan sumber protein yang tinggi dan terjangkau harganya untuk hampir semua lapisan masyarakat (Maukar, dkk., 2019).

Selain digunakan untuk pembuatan tahu, kedelai juga dapat diolah menjadi kembang tahu. Kembang tahu, sebagai salah satu produk hasil olahan dari kedelai, memiliki kandungan protein sekitar 55%. Produk ini memiliki fleksibilitas untuk digunakan dalam berbagai aplikasi pangan dengan berbagai tingkat kelembaban, baik tinggi, sedang, maupun rendah, seperti dalam pembuatan permen, hidangan buah dan sayur, serta sebagai pembungkus untuk daging dan sayuran. Kembang tahu sering kali digunakan sebagai bahan tambahan dalam masakan seperti sup dan hidangan dengan tauco (Suprpti, 2009).

Keripik merupakan salah satu camilan yang sangat digemari oleh berbagai golongan masyarakat karena kelezatan dan kecrispiannya, rasa gurih, tidak terlalu mengenyangkan, dan tersedia dalam berbagai varian seperti asin, pedas, dan manis. Karena alasan ini, keripik sangat populer dan mudah disajikan kapan pun. Sebagai salah satu pelaku usaha bidang pangan di Kota Jambi, rumah produksi

Keripik R&R telah memproduksi berbagai macam produk keripik seperti keripik kembang tahu original, keripik kembang tahu rasa daun kari, opak kribon dan keripik labu. Adanya beberapa varian produk yang diproduksi oleh keripik R&R dengan menggunakan bahan baku yang tersedia untuk memberi cita rasa yang baru dan unik kepada penggemar keripik, salah satunya yaitu menggunakan kembang tahu sebagai bahan baku dasar dalam pembuatan keripik kembang tahu original. Produk keripik dilihat pada **Gambar 1**.



Gambar 1. Produk Olahan Keripik R&R

Sumber: (Keripik Kembang Tahu Original R&R)

Pada **Gambar 1** merupakan produk yang di produksi oleh keripik R&R dengan memanfaatkan kembang tahu sebagai bahan baku produknya. Keripik R&R merupakan salah satu pelaku usaha dibidang pangan di Kota Jambi, yang sangat menyadari potensi kembang tahu sebagai bahan baku yang bisa dijadikan produk olahan Keripik Kembang Tahu Original R&R. Keripik Kembang Tahu Original merupakan produk olahan pertama yang diproduksi oleh Keripik R&R dengan jumlah produksi terbanyak dibandingkan dengan produk yang lain serta produk pertama yang dipasarkan ke konsumen. Dalam proses produksinya memanfaatkan bahan baku tambahan seperti tepung, minyak, daun seledri, telur, udang, bawang merah dan penyedap rasa untuk menambah cita rasa produk. Dengan memanfaatkan bahan baku tersebut, Keripik Kembang Tahu Original R&R berhasil menembus pasar olahan pangan dengan memiliki rasa yang khas serta mudah diterima oleh semua kalangan masyarakat. Berikut data penjualan Keripik Kembang Tahu Original R&R dari tahun 2020-2023 yang bisa dilihat di **Tabel 1**.

Tabel 1. Data Penjualan Keripik Kembang Tahu Original R&R Tahun 2020-2023

Tahun	Jumlah	Satuan
2020	31120	Pcs
2021	48522	Pcs
2022	50307	Pcs
2023	39716	Pcs

Sumber: Keripik R&R (2023)

Berdasarkan data penjualan Keripik Kembang Tahu Original R&R pada **Tabel 1** diatas, diketahui bahwa terjadi penurunan penjualan pada tahun 2023, penjualan yang menurun akan berdampak pada keberlangsungan usaha keripik tersebut. Ini terjadi karena adanya penurunan dalam kemampuan masyarakat untuk melakukan pembelian. Pelaku usaha Keripik R&R berkeinginan agar dapat mengembangkan usahanya, khususnya pada produk keripik kembang tahu dikarenakan produk tersebut merupakan yang paling banyak penjualannya. Untuk memperluas dan meningkatkan popularitas produk ini, perlu dilakukan evaluasi kepuasan konsumen guna menilai seberapa puas konsumen dengan produk tersebut. Langkah ini dimaksudkan agar produk Keripik Kembang Tahu Original R&R dapat tetap kompetitif di pasar yang semakin tumbuh ini, bersaing dengan berbagai produk keripik lainnya.

Secara umum, tujuan utama pendirian setiap perusahaan adalah untuk mencapai profitabilitas. Dengan fokus ini, setiap perusahaan berupaya memenuhi kebutuhan pelanggannya. Kepuasan pelanggan melibatkan bagaimana mereka menilai kinerja produk atau layanan yang mereka terima berdasarkan harapan mereka (Schiffman & Wisenblit, 2015). Kepuasan ini merupakan penilaian yang dilakukan seseorang setelah membandingkan hasil yang diperoleh dengan harapan awal mereka. Dengan latar belakang ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Keripik Kembang Tahu Original R&R di Kota Jambi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdiri sejak tahun 2008, PT. Andayani Berkah Sejahtera merupakan produsen makanan ringan yang bergerak dari industri rumahan kecil. Dengan menghasilkan produk makanan ringan yang dikenal sebagai keripik R&R. Usaha ini terletak di Jl. Prof. HMO. Bafadhal no. 34 RT. 23, Kelurahan Sungai Asam, Kecamatan Pasar, Kota Jambi, Provinsi Jambi. Produk Keripik R&R telah mendistribusikan produknya ke beberapa tempat seperti alfamart, trona, jamtos, mandala, meranti dan lainnya.

Fokus dari penelitian ini adalah dua faktor yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Keripik Kembang Tahu Original R&R, yakni karakteristik kualitas produk seperti warna, aroma, rasa, tekstur, dan kemasan, serta faktor harga. Agar dapat menilai seberapa puas konsumen dengan kualitas produk dan harga, suatu penelitian awal perlu dilaksanakan untuk mengidentifikasi atribut tertentu dari produk keripik yang dinilai tidak memenuhi harapan konsumen.

Penelitian pendahuluan dilakukan dengan mengambil 15 responden. Dari hasil penelitian pendahuluan tersebut atribut-atribut yang tidak memuaskan bagi konsumen adalah harga, rasa, dan kemasan. Pada atribut harga terdapat 11 responden yang tidak puas terhadap harga keripik dengan alasan konsumen menyatakan bahwa harga terlalu mahal untuk kapasitas keripik hanya 200 gram. Atribut rasa terdapat 10 responden yang tidak puas terhadap rasa keripik, dengan alasan kurang memiliki cita rasa atau kurang gurih. Pada atribut kemasan terdapat 8 responden yang tidak puas dengan kemasan, alasannya yaitu kemasan tidak menarik dan sangat sederhana, serta kurang memberikan ciri khas terhadap produk keripik kembang tahu tersebut.

Dari penjelasan yang telah disampaikan, maka perumusan permasalahan yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Apa saja atribut produk yang dianggap penting bagi konsumen Keripik Kembang Tahu Original R&R?
2. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap produk Keripik Kembang Tahu Original R&R?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui atribut produk yang dianggap penting bagi konsumen Keripik Kembang Tahu Original R&R.
2. Untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap produk Keripik Kembang Tahu Original R&R.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak terkait, diantaranya :

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan serta memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program studi dan mendapatkan gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Jambi.
2. Bagi Perusahaan, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih dalam mengenai kepuasan konsumen terhadap produk Keripik Kembang Tahu Original R&R, sehingga dapat digunakan sebagai panduan untuk meningkatkan strategi pemasaran produk sesuai dengan preferensi konsumen.
3. Diharapkan hasil penelitian ini memberikan nilai tambah berupa informasi yang berguna bagi pembaca dan menjadi acuan penting untuk studi selanjutnya.