

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia memiliki jenis atau ragam buah-buahan yang sangat banyak. Salah satu diantaranya adalah buah salak (*Salacca edulis*). Salak adalah buah yang dihasilkan oleh tanaman yang hanya terdapat di Indonesia. Tanaman salak banyak memiliki varietas yang diantaranya memiliki sifat-sifat unggul baik dari segi rasa maupun penampilan buahnya. Di daerah Madura ada yang dikenal sebagai kota salak yaitu Kabupaten Bangkalan. Disebut kota Salak karena di daerah Bangkalan banyak menghasilkan salak. Salak Bangkalan sendiri mempunyai banyak jenis, seperti salak se-nase', salak panjalin, salak kerbuy, dan lainnya yang setiap jenis salak tersebut mempunyai cita rasa yang khas. Kemudian oleh pemerintah daerah di 'varietas'kan dengan nama Salak Kramat Bangkalan karena tumbuhan salak yang tumbuh banyak di desa Kramat. Salak memiliki keragaman yang dimiliki oleh Bangkalan, itulah sehingga Bangkalan disebut Kota salak. Untuk lebih dikenal dan menarik konsumen penjualan salak dilakukan dengan cara menjual buah salaknya secara langsung setelah panen dan menjual produk olahan salak, seperti kurma salak, dodol salak, sirup salak, kismis salak, dan sebagainya.

Maraknya industri pengolahan hasil pertanian pada era sekarang menyebabkan banyak perusahaan harus berusaha lebih keras untuk mengembangkan usahanya agar lebih maju dan dikenal. Salah satunya UD. Budi Jaya Kelompok Tani Ambudi Makmur II Bangkalan yang bergerak dalam bidang pengolahan salak. UD. Budi Jaya Kelompok Tani Ambudi Makmur II Bangkalan memproduksi produk makanan ringan oleh-oleh khas Bangkalan diantaranya adalah: kurma salak, dodol salak, kismis salak, dan sirup salak. Produk yang banyak diminati konsumen adalah kurma salak, terutama ketika bulan puasa. Kurma salak sangat laku dan menjadi salah satu makanan untuk berbuka puasa pengganti kurma.

Kurma salak merupakan suatu produk makanan khas daerah Bangkalan Madura yang terbuat dari bahan baku salak. Kurma salak diproduksi oleh UD. Budi Jaya Kelompok Tani Ambudi Makmur II di Dusun Markolak, Desa Kramat, Bangkalan Madura, Jawa Timur. Kurma salak memiliki ciri khas dan cita rasa yang unik sehingga para konsumen tertarik untuk mencicipi makanan khas tersebut.

Selain itu kurma salak juga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan tetap mempertahankan gizi dan kualitas produk sehingga aman dan nyaman dikonsumsi.

Persaingan di pasar makanan semakin ketat ditandai dengan munculnya berbagai jenis makanan. Para penjual di pasar makanan menerapkan berbagai strategi untuk memenangkan persaingan. UD. Budi Jaya Kelompok Tani Ambudi Makmur II Bangkalan harus fokus dalam persaingan pasar dan mempertahankan pangsa pasar yang dimilikinya. Tentu saja bukan hal yang mudah karena banyaknya perusahaan yang masuk ke dalam industri makanan. Beragam merek atau varian produk seperti kemasan, produk, rasa, dan harga yang ditawarkan memberikan berbagai pilihan terhadap konsumen.

UD. Budi Jaya Kelompok Tani Ambudi Makmur II Bangkalan perlu mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen akan produk makanan khas Bangkalan tersebut, sehingga perusahaan mampu memasuki pasar baru dan mempertahankan pangsa pasar tersebut. Oleh karena itu peneliti ingin membantu perusahaan untuk menganalisis dan mengetahui proses keputusan pembelian konsumen terhadap produk kurma salak yang diproses oleh UD. Budi Jaya Kelompok Tani Ambudi Makmur II Bangkalan sehingga dapat menerapkan alternatif strategi pemasaran yang ideal. Semakin banyak tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut yang diberikan oleh produk kurma salak bisa membantu perusahaan untuk meningkatkan kualitas maupun pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga dapat mempengaruhi konsumen mengambil keputusan untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk olahan kurma salak khas Bangkalan.

Oleh karena itu, peneliti akan membahas tentang preferensi konsumen. Preferensi merupakan kecenderungan seseorang untuk memilih atau mengutamakan sesuatu. Jadi, dalam penelitian kali ini akan membahas bagaimana seorang konsumen menghadapi konflik dalam lingkungannya. Konflik ini bukan dalam bentuk fisik namun, konflik yang dimaksud adalah konflik dalam arti perbedaan antara harapan dan realisasi yang dirasakan dalam permasalahan. Dalam kajian ini, preferensi konsumen dianggap sebagai pandangan ideal atas keberadaan sebuah produk. Produk yang dimaksud adalah produk makanan khas Kota Bangkalan yakni Kurma Salak. Untuk lebih meyakinkan konsumen dalam pembelian kurma salak peneliti mencoba

untuk membantu menganalisa tentang kepuasan konsumen dengan menggunakan metode tertentu dalam melakukan pembelian produk tersebut.

Berbagai metode yang digunakan oleh para peneliti tentang analisis preferensi konsumen sehingga peneliti memilih metode yang sekiranya cocok dengan penelitiannya. Pada penelitian kali ini mencoba untuk menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) karena metode ini merupakan metode pengukuran kepuasan konsumen yang populer dan banyak digunakan oleh perusahaan. Metode ini bisa digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan responden secara menyeluruh atau melihat perkembangan tingkat kepuasan konsumen akan sebuah produk dari waktu ke waktu (*Time Series*).

Berdasarkan paparan di atas, perlu dilakukan penelitian untuk membantu perusahaan menganalisis kepuasan konsumen dan mengetahui seberapa besar keinginan konsumen dalam pembelian produk Kurma Salak. Dalam penelitian kali ini menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) hal ini sudah sedikit disinggung bahwa metode ini akan membantu pihak perusahaan untuk lebih mudah mengetahui preferensi konsumen dalam mengenalkan dan membantu proses penjualan produk kurma salak kepada masyarakat. Alasan menggunakan metode CSI ini tidak lain adalah untuk dapat menganalisis kepuasan konsumen secara langsung yakni dengan cara penyebaran kuesioner sehingga lebih cepat untuk mengetahui apakah konsumen sering membeli atau mengkonsumsi produk Kurma Salak.

1.2. Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ini membahas faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap pengaruh perilaku konsumen dalam pembelian kurma salak makanan khas Bangkalan. Faktor yang mempengaruhi tersebut antara lain: faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini hanya ditujukan pada konsumen yang mengetahui, mengenal, dan pernah mengkonsumsi kurma salak khas Bangkalan. Lokasi penelitian ini hanya dibatasi dan dilakukan di daerah Bangkalan.

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini fokus pada konsumen yang pernah melakukan pembelian kurma salak khas Bangkalan yang meliputi bagaimana karakteristik konsumen terhadap kurma salak, sikap dan preferensi konsumen terhadap atribut kurma salak, dan kepuasan konsumen terhadap kurma salak khas Bangkalan tersebut.

1.4. Rumusan Masalah

1. Bagaimana sikap dan preferensi konsumen terhadap atribut kurma salak ?
2. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap atribut kurma salak ?
3. Bagaimana bauran pemasaran yang perlu diterapkan oleh perusahaan kurma salak setelah dilakukan penelitian dengan metode CSI?

1.5. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis sikap dan preferensi konsumen terhadap atribut kurma salak menggunakan analisis deskriptif.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan konsumen terhadap atribut kurma salak menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).
3. Untuk mengetahui bauran pemasaran yang sesuai dengan hasil analisis CSI.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Memperkaya pengalaman, informasi, dan wawasan baru mengenai preferensi konsumen.
2. Menjadi bahan informasi dan memahami lebih lanjut mengenai perilaku konsumen pada produk kurma salak.
3. Bisa menentukan bauran pemasaran yang baik setelah menggunakan metode CSI.