

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang menurut Maslow menduduki peringkat pertama dari sederet kebutuhan lain. Setiap individu membutuhkan sejumlah makanan untuk menjaga kelangsungan hidupnya. Oleh ekonom, makanan dijadikan indikator tingkat kesejahteraan masyarakat. Makanan merupakan bagian budaya yang sangat penting (Khomsan, 2003).

Makanan ringan atau dikenal dengan sebutan *snack food* adalah makanan yang dikonsumsi selain atau antara waktu makan utama dalam sehari. Oleh karena itu, makanan ini biasa disebut *snack* yang berarti sesuatu yang dapat mengobati rasa lapar dan memberikan suplai energi yang cukup untuk tubuh (Anonim, 2007).

UD Osha Snack adalah produsen *snack* yang dikenal sebagai pembuat Fried Cheese dan telah memulai usahanya semenjak bulan Mei 2003. Adapun pendiri dari usaha ini adalah pasangan suami istri Bapak Oktoriza Baswir SE dan Ibu Ir. Dewi Mulyati.

UD Osha Snack ini berlokasi di Komplek IPB Baranang Siang 4, B-51, Tanah Baru, Bogor 16154. Pada awalnya, Fried Cheese ini dibuat hanya semata-mata untuk dikonsumsi sendiri. Tetapi setelah tetangga sekitar ada yang mencicipi, sehingga banyak yang memesan untuk dibuatkan. Berdasarkan rekomendasi dari teman-teman dan tetangga tersebut lah maka pada akhirnya Bapak Oktoriza Baswir SE beserta istrinya Ir. Dewi Mulyati, memutuskan untuk memulai usaha pembuatan Fried

Cheese ini secara komersil. Adapun target pasarnya adalah dimulai dari remaja hingga orang tua.

Berawal dari usaha coba-coba dan hanya memproduksi 2 kg /perhari, saat ini produksi Fried Cheese ini bisa mencapai produksi kurang lebih 1 ton per bulannya. Seiring dengan berkembangnya waktu, pada tahun 2014, UD Osha Snack meluncurkan produk barunya berupa Kripik Kentang Balado khas Padang.

Untuk menjaga keamanan konsumen, maka produk-produk ini telah memperoleh sertifikasi Halal yang dikeluarkan oleh BP-POM MUI, dan sertifikasi kesehatan (P-IRT), yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan. Serta izin usaha pedagang dan pada awal 2017, Osha Fried Cheese meluncurkan kembali produk baru yaitu keju goreng rasa pedas.

Visi UD OSHA adalah menjadi salah satu usaha dagang dan akan ditingkatkan menjadi perusahaan makanan Snack Fried Cheese dan Kripik Kentang Balado yang menjadi pilihan utama konsumen dengan memberikan value terbesar kepada konsumen dan mitra usahanya baik di Indonesia maupun di luar negeri.

Misi UD OSHA adalah dengan menggunakan bahan-bahan dan peralatan yang berkualitas tinggi, UD Osha Snack akan mempertahankan produksi Fried Cheese dan Kripik Kentang Balado serta produk-produk inovasi lainnya yang sangat memperhatikan cita rasa untuk kepuasan pembeli yang pada akhirnya memberikan keuntungan kepada perusahaan dan mitra-mitranya baik di Indonesia maupun di manca negara.

Dari kelayakitan Osha terhadap pelayanan konsumen yang baik, sehingga menarik beberapa perusahaan market untuk memasarkan produk Osha Snack. Produk utama dari UD Osha Snack adalah Fried Cheese atau Keju Goreng. Fried Cheese ini

menjadi andalan karena sudah teruji oleh pasar. Dan setelah berada dipasar lebih dari 10 tahun, produksi yang hanya dipasarkan melalui mulut kemulut ini dan tanpa mempergunakan media promosi sama sekali dapat memproduksi hingga sekitar 1 ton perbulannya.

Untuk pasar saat ini, UD Osha Snack membuat 2 kemasan utama sebagai berikut :

1. Kemasan 175 gram dengan harga jual akhir Rp. 18,500 / bungkus
2. Kemasan 70 gram dengan harga jual Rp. 7,500 / bungkus

Tabel 1
Jumlah pendapatan UD Osha Snack

NO	SISTEM PENJUALAN	2014	2015	2016
1	Distributor	357.500.000	431.250.000	510.000.000
2	Online	-	37.500.000	337.500.000
3	Direct Sales	35.000.000	42.000.000	56.250.000
Total		392.500.000	510.750.000	903.750.000

Sumber : UD Osha Snack

Walaupun sudah mempunyai 2 kemasan utama, UD Osha Snack juga melayani permintaan konsumen untuk pembelian dengan system curah serta dengan membuat kemasan ukuran lain sesuai dengan permintaan konsumen. Untuk Label Produk serta kemasan, UD Osha Snack juga mempersilahkan distributor atau reseller untuk mempergunakan label serta kemasan sendiri.

Produk kedua dari UD Osha Snack adalah Kripik Kentang Balado yang ditaburi dengan teri Medan. Cita rasa dari product ini sangat kental sekali dengan cita rasa dan aroma Padang yang pedas dan gurih. Kripik Kentang ini bisa dikonsumsi sebagai cemilan dan bisa juga dikonsumsi untuk makanan pelengkap ketika makan nasi atau ketupat sayur.

Untuk pasar saat ini, UD Osha Snack hanya membuat satu kemasan utama yaitu kemasan 175 gram dengan harga jual akhir Rp. 27,500,- / bungkus Sama seperti product Fried Cheese, UD Osha Snack juga melayani pembelian secara curah serta mempersilahkan distributor serta reseller untuk memakai kemasan serta label sendiri.

Berdasarkan tingkat tabel pendapatan dari UD Osha yang semakin meningkat setiap tahunnya. Terlihat bahwa sangat banyak faktor yang mempengaruhi atau melatar belakangi sebuah perilaku konsumen dalam mengambil sebuah keputusan pembelian terhadap suatu produk berwujud atau tidak berwujud (jasa).

Melihat begitu pentingnya sebuah penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil sebuah keputusan untuk membeli sebuah produk maka atas dasar latar belakang masalah tersebut maka saya mengambil sebuah judul untuk penelitian saya dengan judul “ANALISA FAKTOR-FAKTOR KONSUMEN MEMBELI PRODUK PADA UD OSHA SNACK”.

B. Perumusan Masalah

Osha Snack yang berdiri dari bulan Mei tahun 2003. Besarnya penjualan yang dicapai oleh Osha Snack terjadi karena adanya permintaan end user (konsumen akhir), maupun pembelian ulang (repeat order) dan reseller. Mengetahui akan pentingnya kepuasan konsumen, maka menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang menentukan kepuasan konsumen terhadap produk Osha Snack. Dengan adanya pengukuran kepuasan konsumen ini maka perusahaan bisa menentukan prioritas perbaikan kualitas produk Osha Snack sesuai dengan harapan konsumen sehingga akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen lebih tinggi lagi dan jumlah pelanggan menjadi relatif lebih banyak.

Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Faktor-faktor apa yang menyebabkan konsumen membeli produk pada UD Osha Snack?
2. Faktor apa yang paling dominan yang menyebabkan konsumen membeli produk pada UD Osha Snack?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mencari faktor-faktor apa yang menyebabkan konsumen membeli produk UD Osha Snack.
2. Mengetahui faktor dominan yang menyebabkan konsumen membeli pada produk UD Osha Snack.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Akademis sebagai sebagai syarat untuk mendapat gelar sarjana ekonomi
2. Manfaat praktis
 - a. Secara teoritis hasil penelitian ini akan mengetahui faktor-faktor apa yang menyebabkan konsumen membeli produk dari UD Osha Snack.
 - b. Secara praktis penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan belum optimalnya tingkat pelayanan yang diberikan. Oleh Karena itu, dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan oleh pemerintah dan pihak terkait dalam upaya memberikan pelayanan public secara maksimal.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini yaitu menganalisa faktor konsumen membeli produk UD Osha Snack. Penelitian ini dilakukan terhadap Osha Fried Cheese & Keripik Kentang Bogor, yang berada di KPP IPB Baranang Siang 4, B-51 Tanah Baru Bogor 16154. Informasi yang dapat diperoleh penelitian ini adalah Analisa factor konsumen membeli produk UD Osha. Pengambilan responden dilakukan hanya pada konsumen Osha Fried Cheese & kentang goreng dan telah berusia lebih atau sama dengan 14tahun.

