

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor industri makanan dan minuman merupakan kategori perusahaan manufaktur sub sektor dari sektor *consumer goods industry* yang terus mengalami perkembangan. Industri makanan dan minuman terus berkembang dengan pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan makanan dan minuman sebagai kebutuhan dasar dengan meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia. Dirjen Industri Agro mengemukakan, industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 3,75% pada triwulan I-2022 atau lebih tinggi dibandingkan dengan triwulan I-2021 yang mencapai 2,45% (Kemenperin, 2022)

Seiring dengan perkembangan sektor industri makanan dan minuman, saat ini hidangan penutup telah menjadi menu yang sangat populer. Hidangan penutup menurut Binus (2014) adalah hidangan yang disajikan setelah hidangan utama atau biasa disebut dengan istilah pencuci mulut. Hidangan penutup biasanya mempunyai rasa yang manis. Namun, hidangan penutup mengalami perubahan yang signifikan, dari yang semula disajikan setelah makan malam, kini hidangan penutup dapat dinikmati dari sarapan, makan siang hingga menjadi camilan. Saat ini hidangan penutup tidak lagi sekedar menjadi menu pelengkap di restoran maupun *cafe-cafe*, banyak restoran dan *cafe-cafe* yang menjadikan hidangan penutup sebagai menu utamanya. Hidangan penutup yang sangat populer saat ini yaitu roti dan *cake*.

Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa konsumsi tepung terigu yang merupakan bahan dasar roti dan *cake* mengalami kenaikan sebesar 98,40 persen dalam kurun waktu 2014-2018. Hal ini menunjukkan bahwa roti dan *cake* semakin digemari banyak orang mulai dari anak-anak sampai orang dewasa karena roti mudah dan praktis penyajiannya serta tersedia dalam aneka bentuk maupun pilihan rasa (Suneli *et al.*, 2021). Pada pembuatan roti dan *cake* saat ini, didominasi dengan penggunaan tepung terigu. Namun, tidak semua orang dapat mengonsumsi roti dan *cake* karena alergi terhadap *gluten* seperti penderita penyakit celiac. Pada penderita penyakit celiac, sistem kekebalan tubuh bereaksi berlebihan terhadap *gluten*. Reaksi tersebut akan menyebabkan peradangan yang lama-kelamaan dapat merusak lapisan usus halus dan mengganggu proses

penyerapan nutrisi (Alodokter, 2021)

Seiring dengan munculnya masalah kesehatan yang diakibatkan mengkonsumsi *gluten*, kini roti dan *cake* dapat divariasikan dengan menggunakan bahan baku yang beraneka ragam. Dengan kata lain, tidak hanya menggunakan tepung terigu saja untuk membuat roti dan *cake*. Hal tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan tepung terigu sebagai bahan pokok dalam pembuatan roti dan *cake* dapat digantikan dengan penggunaan bahan lain.

PowTato hadir karena melihat roti dan *cake* yang semakin digemari banyak orang mulai dari anak-anak sampai orang dewasa. Selain itu, PowTato hadir karena tidak semua orang dapat mengonsumsi roti dan *cake* yang diakibatkan oleh alergi terhadap *gluten*, seperti penderita autisme dan orang yang menderita penyakit *celiac*. Dengan begitu, PowTato hadir dengan meluncurkan *cake gluten free*. PowTato adalah *cake* yang terbuat dari bahan dasar kentang yang tidak menggunakan tepung. PowTato memiliki tekstur yang sangat lembut dan lumer dimulut saat dimakan. Untuk lebih mudah membayangkan, PowTato memiliki tekstur seperti Klappertart



Gambar 1.1

PowTato

Sumber: dokumen PowTato, 2023

PowTato sebagai bisnis yang baru perlu mencari tahu apakah kualitas produk PowTato, variasi produk PowTato dan desain kemasan PowTato itu berpengaruh terhadap minat pembelian ulang PowTato agar bisnis PowTato bisa bertahan lama serta tidak kalah saing dengan produk serupa dan dapat berkembang. Maka dari itu, peneliti ingin meneliti apakah kualitas produk, variasi produk dan desain kemasan dapat menimbulkan minat pembelian ulang PowTato seperti pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

Minat pembelian ulang akan suatu produk dipengaruhi oleh kualitas produk. Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2008, dalam Ramadhina dan Mugiono, 2022) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsinya yang meliputi keandalan, daya tahan, ketetapan, kemudahan operasi perbaikan serta atribut lainnya. Kualitas produk sebagai karakteristik produk yang memiliki kemampuan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen sehingga menimbulkan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk. Hal tersebut didukung pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Hamdani dan Fauziah (2020) yang menyatakan bahwa *product quality* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*

Minat beli konsumen akan suatu produk juga dipengaruhi oleh variasi produk. Variasi Produk menurut Tjiptono (2008 dalam Cesilia dan Ekowati, 2022) adalah suatu unit khusus dalam suatu merek atau lini produk yang dibedakan menurut ukuran, harga, penampilan atau atribut lainnya. Wijasari (2021 dalam Ramadhina dan Mugiono, 2022) menyatakan bahwa variasi produk berfungsi sebagai strategi pemasaran untuk mempertahankan konsumen dengan tujuan agar konsumen tidak merasa bosan dengan produk yang dihasilkan dan hal ini juga akan berdampak dengan kepuasan konsumen serta menambah minat konsumen untuk membeli produk. Hal tersebut didukung pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami (2022) yang menyatakan bahwa variasi produk berpengaruh baik secara parsial dan simultan terhadap minat beli ulang “Bittersweet By Najla Cabang Depok”

Selain kualitas produk dan variasi produk, desain kemasan juga menjadi hal penting terhadap minat pembelian ulang. Menurut Orth *et al.* (2007 dalam Ririn *et al.*, 2019) kemasan bukan hanya sebagai alat logistik untuk memastikan pengiriman yang aman dan efisien ke konsumen dengan biaya minimum tetapi juga merupakan salah satu alat

pemasaran terpenting untuk menyampaikan pesan merek kepada konsumen. Oleh karena itu, desain pada kemasan sangat penting. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Selim dan Kohardinata (2020) menunjukkan bahwa desain kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian terdahulu, penulis ingin meneliti pengaruh kualitas produk, variasi produk dan desain kemasan terhadap minat pembelian ulang agar dapat membuktikan bahwa kualitas produk, variasi produk dan desain kemasan dapat meningkatkan minat pembelian ulang PowTato

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah variasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian ulang PowTato?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian ulang PowTato?
3. Apakah desain kemasan berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian ulang PowTato?

1.3. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah dirumuskan, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian ini dengan membahas variasi produk, kualitas produk dan desain kemasan yang mempengaruhi minat pembelian ulang PowTato. Batasan penelitian ini ada pada area lingkungannya yang di kota Surabaya saja, dengan responden berusia 13 – 65 tahun saja.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat pembelian ulang PowTato
2. Mengetahui pengaruh variasi produk terhadap minat pembelian ulang PowTato
3. Mengetahui pengaruh desain kemasan terhadap minat pembelian ulang PowTato

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara akademik:

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk pengembangan teori pada dunia pendidikan kewirausahaan di bidang kuliner mengenai variasi produk, kualitas produk dan desain kemasan terhadap minat pembelian ulang

2. Manfaat secara praktik:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perkembangan bisnis PowTato

1.6. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun secara sistematis sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah yang terdiri dari 5 bab sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup dan batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori, hubungan antar variabel serta kerangka penelitian/konseptual.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, obyek penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, identifikasi dan definisi operasional variabel, statistik deskriptif dan skala pengukuran data serta teknik analisis data.

BAB 4: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai penyebaran dan pengembalian kuesioner, gambaran umum responden (karakteristik demografi), hasil uji deskriptif data, hasil uji analisis data serta pembahasan.

BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan, saran, serta keterbatasan penelitian.