

1.PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Agroindustri berperan aktif dalam mengembangkan kegiatan pengolahan dan pemasaran hasil pertanian, mengingat bahwa sifat produk pertanian yang tidak tahan lama maka peran agroindustri sangat diperlukan. Agroindustri pada usaha skala kecil ataupun rumah tangga menjadi salah satu agroindustri yang dapat mendukung perekonomian Indonesia menuju perubahan dari sektor pertanian menuju basis ekonomi non pertanian. Perubahan tersebut berlangsung sejalan dengan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat pada barang dan jasa, kesempatan kerja, dan pendapatan hidup yang lebih baik (Ismini, 2010 dalam Imran et al, 2014).

Singkong merupakan salah satu hasil pertanian yang cocok untuk diolah dalam kegiatan agroindustri. Dengan mengetahui pemanfaatan dan produk-produk apa saja yang dapat dihasilkan dari singkong tentu akan mendorong dan memotivasi petani untuk memanfaatkan hasil pertaniannya agar memperoleh penghasilan yang lebih tinggi. Singkong dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan yang enak dan juga bernilai gizi tinggi. Salah satu pemanfaatan singkong yaitu keripik singkong. Keripik singkong merupakan produk makanan ringan yang banyak digemari oleh masyarakat umum dari kalangan anak-anak sampai orang tua baik golongan masyarakat bawah maupun kalangan atas (Umikalsum, 2015).

Adanya berbagai macam merek keripik singkong yang ditawarkan dipasaran tentunya membuat konsumen cenderung mempunyai preferensi tertentu sebelum melakukan proses pengambilan keputusan. Kegunaan preferensi konsumen terhadap barang atau jasa adalah untuk mengetahui apakah barang atau jasa tersebut sesuai dengan yang diinginkan konsumen selama ini. Oleh karena itu, para produsen keripik singkong harus mampu merumuskan strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan sehingga mampu bertahan dalam industri keripik singkong.

Langkat merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi sumberdaya alam yang relatif besar untuk mendukung perkembangan industri pengolahan hasil pertanian atau agroindustri. Salah satu agroindustri yang telah berkembang adalah usaha keripik singkong yang menggunakan bahan baku singkong. Usaha agroindustri keripik singkong memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan karena singkong merupakan bahan baku yang murah, tersedia secara melimpah, dan memiliki nilai gizi yang tinggi. Peluang usaha keripik singkong sendiri mempunyai prospek yang cerah jika pengelolaannya dijalankan dengan baik. Harganya terjangkau dan praktis serta kualitas yang lebih baik dengan rasa yang renyah dan gurih, keripik singkong bisa juga dijadikan sebagai oleh-oleh.

Kecamatan Gebang merupakan Kecamatan yang memiliki 10 Desa yaitu: Air Hitam, Bukit Mengkirai, Dogang, Kwala Gebang, Padang Langkat, Paluh Manis, Pasar Rawa, Pasiran, Paya Bengkuang, Sangga Lima. Usaha keripik singkong milik Mas Hendro merupakan salah satu usaha agroindustri yang mengolah singkong mentah menjadi olahan makanan ringan yaitu keripik singkong. Usaha ini terletak di Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat dan telah didirikan mulai dari tahun 2008 di Desa Dogang, dengan teknik penitipan dari kedai ke kedai dengan harga Rp.500 – Rp.1.000 dengan produksi 5-10 kg singkong. Pada tahun 2011 keripik cinta Mas Hendro berpindah ke jalan lintas Medan-Banda Aceh tepatnya di Desa Air Hitam dengan menyewa 1 buah kios untuk merintis usahanya.

Pada tahun 2012-2017 tingkat produksi mulai naik hingga mencapai 50-150 kg/ proses produksi dan terus meningkat hingga sampai sekarang mencapai 500-2000 kg singkong dalam sekali proses produksi. Pada tahun 2020-2023 untuk bahan baku sendiri, pemilik usaha memperolehnya dengan cara membeli kepada petani dari kota Kisaran dan Asahan Sumatra Utara dengan mencapai 3-5 ton per dua harinya. Keripik singkong memiliki berbagai varian rasa seperti original, balado, jagung, rumput laut dan pedas manis, dijual dengan harga Rp. 5.000/150gr – Rp. 40.000/kg. Dalam proses produksi keripik singkong memiliki tenaga kerja ±100 orang terbagi dalam beberapa shift dan proses pembuatan keripik singkong masih menggunakan teknik tradisional yang menggunakan kayu bakar. Pemasaran produk pada usaha ini dilakukan langsung di tempat usahanya sendiri dan tidak memiliki pelanggan yang tetap.

Tabel 1. Penjualan Keripik Singkong Mas Hendro Tahun 2024

No	Bulan	Permintaan varian rasa (Kg)					Total
		Original	Balado	Jagung	Rumput Laut	Pedas Manis	
1	Januari	2.980	2.680	2.680	2.300	2.760	13.400
2	Februari	3.000	2.950	2.900	2.500	2.650	14.000
3	Maret	2.920	2.860	2.760	2.660	2.600	13.800
4	April	3.080	2.960	2.800	2.580	2.980	14.400
Jumlah		11.980	11.450	11.140	10.040	10.890	

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat tingkat penjualan produk keripik singkong untuk semua varian rasa dari original, balado, jagung, rumput laut, dan pedas manis selama tahun 2024 mulai dari bulan januari-april mengalami penurunan. Banyaknya usaha yang sama dan preferensi menjadi pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk selain keripik singkong Mas Hendro. Di daerah yang sama juga terdapat usaha keripik singkong lain yang memiliki beberapa perbedaan yang dapat menjadi pilihan konsumen.

Keripik cinta Mas Hendro memiliki banyak menawarkan varian rasa yang akan banyak pilihan rasa yang bisa menarik perhatian konsumen dan menjadi faktor yang di pertimbangkan oleh konsumen. Memiliki banyak varian rasa mempengaruhi faktor individu konsumen dalam hal ini yaitu motivasi, selain itu lokasi yang strategis mudah ditemukan dan memiliki res area yang luas. Hal ini merupakan pengaruh lingkungan yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pembelian keripik singkong.

Keripik singkong yang ditawarkan memiliki ciri khas tertentu pada teksturnya yang lebih tipis dan lebih renyah. Pada harga yang ditentukan juga berbeda-beda sesuai dengan porsi yang bisa mempengaruhi konsumen. Promosi berupaya menentukan startegi pemasaran yang dilakukan pada usaha Mas Hendro agar bisa mengatasi pasar. Hal ini merupakan strategi pemasaran yang diterapkan oleh Mas Hendro yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pembelian keripik singkong.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu diteliti mengenai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian keripik singkong milik Mas Hendro di Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat. Sehingga penulis mengambil judul

“Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Keripik Singkong di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat”.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian keripik singkong di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat?

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian keripik singkong di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat.

1.4.Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis, penelitian ini dapat menjadi tambahan wawasan pengetahuan dan pemahaman serta sebagai aplikasi ilmu pengetahuan yang telah didapatkan selama perkuliahan.
2. Bagi produsen, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan masukan dan sumber informasi yang bermanfaat dalam pencapaian tujuan meningkatkan pengembangan dan memperluas pangsa pasar dengan kebijakan pemasaran yang benar dan tepat.
3. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan memberikan tambahan informasi serta sebagai referensi pada penelitian berikutnya dengan pendekatan yang berbeda.