

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bawang merah (*Allium ascalonicum*, L) merupakan salah satu komoditas tanaman subsektor hortikultura yang memiliki nilai ekonomis tinggi berdasarkan tingkat pemenuhan konsumsi di tingkat nasional. Komoditas bawang merah merupakan salah satu komoditas strategis dan berperan sebagai penunjang ekonomi bangsa karena selalu diperlukan untuk konsumsi rumah tangga juga industri makanan (Kementrian Pertanian, 2020). Hal tersebut dapat terjadi karena masyarakat telah terbiasa mengonsumsi bawang merah, baik dalam bentuk tanaman mentah, sebagai sebagai penyedap rasa, ataupun sebagai makanan olahan baik pada skala rumah tangga maupun industri. Selain dinilai memiliki nilai ekonomis tinggi, bawang merah juga merupakan komoditas yang dianggap mudah berubah tingkat permintaannya karena memiliki sifat produksi musiman sehingga harga pada komoditi ini cenderung tidak stabil sebab ditentukan berdasarkan ketersediaan pasokan bawang merah yang tersedia.

Pemenuhan konsumsi bawang merah di masyarakat saat ini cukup tinggi disebabkan karena masyarakat yang telah terbiasa mengonsumsi komoditas bawang merah baik dalam bentuk komoditas segar ataupun olahan. Permintaan bawang merah di masyarakat akan terus meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan kebutuhan konsumsi bawang merah di masyarakat. Hal tersebut didukung pula oleh pernyataan Putri *et al* (2022) yang menyampaikan bahwa semakin bertambahnya industri baru yang mengandalkan komoditas bawang merah sebagai bahan baku utama, maka tingkat permintaan bawang merah juga akan bertambah.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu daerah sentra produksi bawang merah di Indonesia. Pada beberapa tahun terakhir, diketahui bahwa jumlah produksi bawang merah yang dihasilkan di Daerah Istimewa Yogyakarta lebih besar dari pada jumlah konsumsi yang dibutuhkan oleh masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta. Besarnya produksi komoditas bawang merah mengakibatkan berlimpahnya hasil pertanian sehingga peran pemerintah dan masyarakat pada kondisi tersebut sangat diperlukan. Perbandingan jumlah produksi bawang merah dan jumlah konsumsi bawang merah yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Pertumbuhan Produksi Bawang Merah dan Jumlah Kebutuhan Konsumsi Bawang Merah di Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2019-2023.

Tahun	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Jumlah Kebutuhan Perkapita (Kg/Th)	Produksi (Ton)	Jumlah Konsumsi (Ton)
2019	3.868.588	2,80	16.998,50	10.832,05
2020	3.919.197	2,90	18.810,50	11.365,67
2021	3.970.220	3,18	29.808,66	12.625,30
2022	4.021.816	3,21	22.307,00	12.910,03
2023	4.073.907	3,20	21.743,53	13.036,50

Sumber: bappedda.jogjaprov.go.id (2024)

Berdasarkan Gambar 1.1 diketahui jumlah produksi dan konsumsi bawang merah di Daerah Istimewa Yogyakarta mengalami fluktuasi akan tetapi memiliki angka produksi yang lebih besar dibandingkan dengan jumlah konsumsi setiap tahunnya. Beberapa kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki usaha tani bawang merah dengan hasil produksi yang tinggi, diantaranya yaitu Kabupaten Bantul dan Kabupaten Kulon Progo. Apabila produksi bawang merah yang melimpah tidak disertai dengan penanganan pascapanen yang baik, maka bawang merah akan berpotensi mengalami kerusakan. Pada dasarnya komoditas bawang merah akan selalu dibutuhkan setiap harinya. Oleh karena itu, untuk menjaga kestabilan harga terhadap permintaan bawang merah dan mengurangi potensi kerusakan perlu adanya langkah alternatif terhadap pengolahan bawang merah salah satunya menjadi olahan bawang goreng. Selain dapat meningkatkan dan memberikan nilai tambah terhadap komoditas bawang merah, pengolahan ini dapat mengantisipasi terjadinya kelimpahan stok karena masa simpan olahan bawang goreng cenderung lebih lama dibandingkan dengan komoditas bawang merah segar. Bawang merah goreng sendiri bukan merupakan kebutuhan pokok, akan tetapi konsumen masih tetap membutuhkan bawang merah goreng sebagai pelengkap bumbu masak sebagai penambah cita rasa dan kenikmatan pada makanan.

Salah satu kelompok masyarakat yang telah melakukan pengolahan untuk memberikan nilai tambah terhadap komoditas bawang merah menjadi produk olahan bawang goreng yaitu Kelompok Wanita Tani (KWT) Putri Manunggal. KWT Putri

Manunggal merupakan salah satu kelompok UMKM yang hingga saat ini telah memproduksi produk olahan bawang merah dengan nama produk bawang goreng Superbram. KWT Putri Manunggal berlokasi di Kalurahan Srikayangan, Kapanewon Sentolo, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi tersebut diketahui merupakan salah satu daerah sentra produksi komoditas bawang merah. Produk bawang goreng Superbram milik KWT Putri Manunggal merupakan satu dari beberapa industri bawang goreng yang ada di Kalurahan Srikayangan. Industri olahan bawang goreng lain yang ada pada daerah tersebut merupakan industri tingkat rumah tangga yang dikelola oleh perseorangan. Bawang goreng Superbram milik KWT Putri Manunggal termasuk produk dominan yang sudah memiliki konsumen secara luas dan memiliki pasarnya sendiri baik secara *online* dan *offline*. Berdasarkan hal tersebut, dapat dilakukan kegiatan analisis faktor penentu serta faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumen dalam membeli produk bawang goreng Superbram milik KWT Putri Manunggal agar dapat digunakan sebagai acuan pengembangan untuk produk bawang goreng Superbram.

Unit usaha olahan bawang goreng Superbram milik KWT Putri Manunggal sudah berdiri sejak Mei 2018. Produk bawang goreng Superbram diolah tanpa menggunakan bahan pengawet dan penyedap, akan tetapi tetap dapat mengunggulkan cita rasanya sehingga dapat disenangi oleh konsumen dan masyarakat sekitar. Produk ini juga sudah tersertifikasi halal oleh MUI dan memiliki izin edar P-IRT sehingga produk dapat dipasarkan secara luas untuk mencapai calon konsumen sebesar-besarnya. Meski demikian, hingga saat ini produk bawang goreng Superbram masih belum banyak diedarkan melalui toko *offline* diluar Daerah Istimewa Yogyakarta dan hanya dijual melalui *online shop* atau *reseller*. Melihat dari keterbatasan kegiatan pemasaran bawang goreng “Superbram”, pelaku bisnis harus lebih cermat dalam melihat keadaan pasar dan persaingan produk serupa yang ada sehingga perbandingan harga dapat memengaruhi dalam penjualan produk bawang goreng Superbram.

Konsumen adalah suatu individu ataupun kelompok yang memakai barang dan atau jasa baik guna memenuhi kebutuhan diri sendiri, orang lain, ataupun makhluk hidup lain dan tidak dengan tujuan untuk diperdagangkan. Dengan demikian, konsumen juga dapat dikatakan sebagai pengguna akhir dari suatu barang atau jasa. Apabila seorang konsumen melakukan pembelian barang dengan tujuan untuk dijual kembali, maka konsumen tersebut disebut dengan konsumen antara atau lebih dikenal sebagai distributor

atau pengecer (Nisantika & Maharani, 2021). Perilaku konsumen merupakan berbagai macam tindakan yang dilakukan oleh suatu kelompok, organisasi, ataupun individu yang mana berkaitan dengan proses pengambilan keputusan dalam pembelian suatu produk atau jasa.

Dalam sudut pandang konsumen, proses pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk tidaklah mudah karena mereka memiliki keterbatasan yang mana dari keterbatasan tersebut mereka dituntut untuk mendapatkan hasil yang sangat ideal. Proses pengambilan keputusan ini merupakan salah satu perilaku konsumen yang mana dipengaruhi oleh keadaan dan situasi yang berbeda-beda, artinya konsumen dapat berasal dari lapisan masyarakat yang berbeda dan memiliki penilaian tersendiri baik dari aspek penilaian, kebutuhan, pendapatan, sikap, ataupun selera sehingga proses pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk akan dipengaruhi oleh berbagai macam faktor (Aryandono & Sinarwati, 2022). Pada prosesnya, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumen membuat keputusan dalam pembelian suatu produk atau jasa diantaranya yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis (Asna, 2010). Keputusan konsumen untuk membeli produk, disamping faktor-faktor tersebut juga dapat dipengaruhi oleh faktor kualitas, harga, dan citra merek suatu produk (Sari, 2016). Segala aktivitas pemasaran diupayakan oleh suatu usaha guna meningkatkan penjualan dan keuntungan. Dalam proses pemasaran selain memaksimalkan hasil penjualan, kualitas produk, dan pengoptimalan harga, suatu usaha perlu memperhatikan dan memastikan bahwa konsumen tertarik untuk membeli produk yang dimiliki guna mencapai tujuan bisnis mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Bawang goreng merupakan produk olahan untuk memberikan nilai tambah pada komoditas bawang merah yang cukup diminati oleh konsumen baik dari tingkat rumah tangga hingga konsumen yang ada pada tingkat industri. Dalam mengonsumsi produk bawang goreng, konsumen akan membuat keputusan pembelian setelah memiliki pilihan yang sesuai perilaku konsumen (faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi) dan faktor produk yang paling sesuai dengan keadaannya. Adanya pilihan yang berbeda tersebut menyebabkan produsen atau penjual perlu memiliki informasi mengenai perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian produk. Peranan perilaku konsumen ini sangatlah penting untuk produsen agar produsen mempunyai pandangan

mengenai peluang baru yang dapat dikembangkan yang berasal dari kebutuhan konsumen. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan-permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah karakteristik konsumen bawang goreng Superbram?
2. Apa saja faktor penentu yang memengaruhi keputusan pembelian produk bawang goreng Superbram pada konsumen?
3. Apa saja faktor penentu yang paling dominan dalam pengambilan keputusan pembelian produk bawang goreng Superbram?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui karakteristik konsumen bawang goreng Superbram.
2. Mengetahui faktor penentu yang memengaruhi keputusan pembelian produk bawang goreng Superbram oleh konsumen.
3. Mengetahui faktor penentu paling dominan dalam pengambilan keputusan pembelian produk bawang goreng Superbram.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi usaha yang diteliti, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi mengenai perilaku konsumen dalam pembelian produk bawang goreng Superbram.
2. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan penambah wawasan dan sebagai media informasi bagi masyarakat dalam membaca literatur berkaitan dengan masalah-masalah yang relevan dengan penelitian ini.
3. Bagi peneliti, hasil penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas tentang konsumsi bawang goreng Superbram di Daerah Istimewa Yogyakarta serta merupakan syarat guna memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada.
4. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk memperluas ilmu pengetahuan dan menambah wawasan mengenai faktor penentu keputusan pembelian oleh konsumen.