

# BAB I

## PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan dan asumsi masalah serta sistematika penulisan dari penelitian.

### 1.1 Latar Belakang

Pola hidup sehat mengalami peningkatan yang signifikan seperti yang dilansir pada media cetak (Republika, 2021). Hal ini dapat dilihat dari peningkatan pembelian makanan sehat pada tahun 2020. Efek dari perubahan pola hidup tersebut, berdampak pada peningkatan kebutuhan konsumen terkhusus pada produk makanan sehat. Sehingga, keadaan ini memiliki peluang bagi industri-industri yang bergerak dibidang produk makanan dalam upaya pemenuhan kebutuhan konsumen pada salah satu produk makanan sehat seperti kakao.

Kakao merupakan salah satu hasil perkebunan yang dapat diolah menjadi produk coklat yang mengandung antioksidan alami. Produk olahan kakao memiliki segudang manfaat bagi tubuh diantaranya ialah menjaga atau mempertahankan kekebalan tubuh, menghambat pertumbuhan kanker dan lain sebagainya. Sehingga, produk olahan kakao sangat cocok bagi konsumen yang menerapkan pola hidup sehat dikehidupan sehari-sehari (Puspita, 2015).

Produk olahan kakao yang sangat digemari masyarakat adalah produk coklat. Berbagai jenis produk coklat yang dapat ditemui di pasaran seperti coklat batang, coklat bubuk, dan coklat pasta. Dikarenakan produk coklat tersebut laku dipasaran, sering kali terjadi persaingan bisnis antara produsen produk coklat. Hal ini terjadi karena, suatu produk yang laku dipasaran akan diikuti oleh produk lain dengan jenis yang sama. Karnanya, banyak kita temui perusahaan-perusahaan coklat baik perusahaan tingkat nasional maupun perusahaan kecil yang ada di daerah sekitar. Menurut Husein Umar (2002) perusahaan hendaknya mengetahui

pasar dan dimana produk atau jasa yang diproduksi akan ditawarkan. Seperti yang sedang dialami oleh perusahaan coklat lokal yaitu CV Nauli Perdana.

CV Nauli Perdana merupakan perusahaan olahan coklat murni pertama yang ada di Sumatera Barat. CV Nauli Perdana bergerak dalam pengolahan biji kakao menjadi berbagai olahan produk coklat jadi dan coklat setengah jadi. Produk yang diproduksi terdapat beberapa tipe produk seperti coklat bubuk, coklat batangan dan pasta seperti pada **Gambar 1.1**.



**Gambar 1. 1** Produk CV Nauli Perdana

Produk-produk pada **Gambar 1.1** tersebut dapat dikonsumsi secara langsung dan dapat juga dimanfaatkan kembali oleh pihak industri yang bergerak dibidang makanan dan minuman. Namun, CV Nauli Perdana memiliki kendala dalam mengetahui pasar yang ingin dimasuki serta target pasar yang masih tergolong umum. Sehingga berdampak pada tingkat permintaan konsumen akan produk Malibou Chocolate.

Permintaan produk Malibou Chocolate saat ini masih tergolong sedikit disaat tingkat konsumsi coklat mengalami peningkatan. Menurut Abdoellah (2021), pertumbuhan konsumsi coklat di Indonesia dari tahun 2016 - 2020 sebesar 0,36 kg hingga 0,53 kg per kapita. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kebutuhan konsumen akan produk coklat terutama yang ada di Indonesia mengalami peningkatan.

Peningkatan jumlah konsumsi coklat di Indonesia dapat dijadikan peluang bagi perusahaan dalam meraih keuntungan. Selain itu, tingkat konsumsi coklat pada daerah distribusi CV Nauli Perdana dapat diketahui dari jumlah populasi penduduk. Jumlah populasi yang terdapat pada daerah distribusi perusahaan dapat dilihat pada **Tabel 1.1** berikut:

**Tabel 1.1** Daerah Distribusi CV Nauli Perdana

No	Daerah Distribusi	Jumlah Populasi (Jiwa)
1	Pariaman	96,719
2	Payakumbuh	143,325
3	Bukittinggi	122,311
4	Padang Panjang	57,850
5	Solok	75,850
6	Padang	919,145
7	Medan	2,460,858
8	Pekanbaru	1,074,989
	Jumlah	4,951,047

Berdasarkan **Tabel 1.1** menunjukkan bahwa daerah diistribusi dan jumlah populasi dari CV Nauli Perdana yang didapat dari data Badan Pusat Statistik (BPS). Selain itu, juga diketahui bahwa jumlah populasi yang berada pada daerah distribusi CV Nauli Perdana adalah berjumlah 4.951.047 jiwa. Sehingga dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa kebutuhan konsumen yang berada pada daerah distribusi berdasarkan data pertumbuhan konsumsi pada tahun 2020 adalah sebesar 2.624 ton/ tahun atau 218 ton/ bulan.

Tingkat kebutuhan konsumen akan produk coklat pada daerah distribusi CV Nauli perdana tergolong besar. Namun, berdasarkan wawancara bersama pemilik CV Nauli Perdana, perusahaan hanya mampu memenuhi kebutuhan konsumen pada daerah distribusin yaitu rata-rata sebesar 17 ton /tahun atau 1,4 ton /bulan. Sedangkan kapasitas maksimal produksi yang dimiliki oleh perusahaan adalah sebesar 5,7 ton /bulan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa segmentasi CV Nauli Perdana saat ini tidak sesuai dengan target konsumen yang membutuhkan produk coklat. Berdasarkan hasil wawancara, segmentasi produk CV Nauli

Perdana saat ini ialah coklat yang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan. Perusahaan tidak memandang umur konsumen maupun pendapatan yang dimiliki oleh konsumen.

Permasalahan lain yang dimiliki perusahaan pada daerah distribusi berdasarkan hasil wawancara bersama pemilik CV Nauli Perdana ialah kurangnya minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Padahal produk Malibou Chocolate memiliki kelebihan dari produk kompetitor karena produk yang dipasarkan yaitu produk coklat murni dan coklat fermentasi. Menurut Sudybio (2005) Produk coklat murni memiliki keunggulan lebih banyak dibanding produk coklat biasa karena kadar coklat yang dimiliki coklat murni lebih besar dari pada coklat biasa seperti yang dapat dilihat pada **Gambar 1.2** berikut:

Parameter	Biji Kakao		Pasta Kakao		Bubuk Kakao	
	F	NF	F	NF	F	NF
Lemak (%)	51.28	42.43	57.87	52.77	37.87	27.95
Kadar Air (%)	---	---	1.57	1.35	4.38	7.94
Protein (%)	---	---	7.52	16.42	16.62	19.57
Karbohidrat (%)	---	---	29.82	26.06	36.62	40.27
pH	5.15	6.35	---	---	5.35	6.30
Abu (%)	---	---	3.22	3.40	4.60	4.23
Total Asam (%)	1.98	0.94	---	---	---	---
Kandungan gula reduksi (%)	0.84	0.55	---	---	---	---

**Gambar 1. 2** Perbandingan Kadar Coklat Fermentasi dan Non Fermentasi

Sedangkan coklat fermentasi memiliki aroma yang lebih kuat serta memiliki kandungan air yang rendah (Dipui UGM, 2020). Sehingga dapat disimpulkan bahwa terjadinya ketidaksesuaian antara *value proposition* yang ditawarkan dengan segmentasi yang dimiliki oleh CV Nauli Perdana yang berakibat pada kurangnya minat konsumen akan produk Malibou Chocolate.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang dimiliki oleh CV Nauli Perdana, perusahaan perlu untuk melakukan evaluasi *value proposition* dengan tujuan untuk mengetahui apakah *value proposition* yang ditawarkan dapat diterima oleh konsumen. Selain itu, perusahaan perlu melakukan perumusan *customer profile* yang sesuai dengan kebutuhan konsumen terhadap produk coklat murni. Selain itu, perumusan *customer profile* juga bertujuan untuk menentukan

sikap ataupun tindakan yang akan dilakukan perusahaan terhadap *customer profile* yang didapatkan. Penelitian ini juga bertujuan untuk melihat bagaimana kesesuaian antara *value proposition* yang ditawarkan dengan segmentasi konsumen produk coklat murni. Peneliti berharap dapat membantu perusahaan dalam menentukan segmentasi dan *value proposition* yang sesuai bagi produk Chocolate Malibou dan strategi yang dapat membuat *value proposition* dapat dirasakan oleh konsumen.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diangkat, rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *value proposition* yang ditawarkan CV Nauli Perdana kepada konsumen?
2. Bagaimana kesesuaian antara *value proposition* yang ditawarkan CV Nauli Perdana dengan segmentasi konsumen?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang diangkat, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengevaluasi *value proposition* yang ditawarkan CV Nauli Perdana kepada konsumen.
2. Menentukan *value proposition* yang sesuai berdasarkan *customer profile* Malibou Chocolate yang didapatkan.

## 1.4 Batasan Penelitian

Batasan-batasan yang digunakan dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Data penjualan dan produksi yang digunakan ialah data setelah dilakukan distribusi ke luar Sumatra Barat.
2. Data pertumbuhan konsumsi coklat yang digunakan yaitu data tahun 2020.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan dan asumsi masalah serta sistematika penulisan dari penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan mengenai teori-teori yang berkaitan langsung dengan permasalahan penelitian yang dijadikan pedoman dan dasar pemikiran dalam penyelesaian penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang langkah-langkah penelitian dalam proses pembuatan Tugas Akhir.

### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini berisikan mengenai tentang pengumpulan dan pengolahan data dari penelitian strategi pengembangan bisnis.

### **BAB V ANALISIS**

Bab ini berisikan mengenai tentang hasil dan pembahasan dari penelitian.

### **BAB VI PENUTUP**

Bab ini berisikan mengenai tentang kesimpulan dan saran dari penelitian.