

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Daging merupakan salah satu bahan pangan yang memiliki protein tinggi pada kelompok pangan hewani. Kebutuhan protein tersebut penting dalam mencukupi kebutuhan gizi masyarakat. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan protein hewani menyebabkan permintaan akan daging juga meningkat (Azizah et al., 2021). Namun, kandungan gizi yang tinggi menyebabkan daging mudah mengalami kerusakan khususnya oleh mikroorganisme. Sehingga pengolahan daging menjadi produk olahan tertentu menjadi salah satu cara memperpanjang masa simpan daging. Olahan daging yang banyak diminati salah satunya adalah rendang.

Rendang merupakan produk makanan khas dari Provinsi Sumatera Barat yang telah terkenal ke seluruh Indonesia dan Dunia sebagai makanan terlezat. Dimana pada tahun 2011, rendang pernah dinobatkan sebagai hidangan peringkat pertama dalam kategori *Word's Best 50 Most Delicious Foods* (50 Hidangan Terlezat Dunia) yang diselenggarakan oleh CNN International (CNN Indonesia,2017).

Umumnya produksi rendang di Sumatera Barat pada dijalankan oleh Industri Kecil dan Menengah (IKM). Hingga tahun 2016, berdasarkan data statistik dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat menunjukkan terdapat sebanyak 12.069 unit IKM Rendang yang telah menyerap total 39,205 tenaga kerja dengan jumlah nilai produksi sebesar Rp 4,246.236.631.000. Berdasarkan hal ini, berarti jumlah Industri Kecil Menengah (IKM) rendang di Sumatera Barat meliputi 32,25% dari seluruh jumlah unit usaha Industri Kecil Menengah (IKM) di Sumatera Barat.

Sementara dari nilai produksi, Industri Kecil Menengah (IKM) Rendang berkontribusi 45,81% terhadap total nilai produksi yang dihasilkan oleh seluruh Industri Kecil Menengah (IKM) di Sumatera Barat. Berdasarkan data tersebut yang paling banyak Industri Kecil Menengah (IKM) rendang nya adalah Kota Payakumbuh dan di susul oleh Kota Padang.

Kota Payakumbuh dikenal dengan tempat produksi rendang terbesar di Sumatera Barat, sehingga kota Payakumbuh dinobatkan sebagai “*city of randang*” yang telah diresmikan pada tanggal 17 Desember 2018 oleh Pemerintah Kota Payakumbuh. Peresmian ini bertujuan untuk menghimpun pengrajin industri kreatif sejenis pada suatu lokasi untuk meningkatkan infrastruktur, alat, produksi, sarana, dan prasarana produksi yang digunakan oleh pengrajin sehingga proses produksi lebih ekonomis serta bersaing karena akan menjamin kualitas mutu dari produksi yang dihasilkan. Menurut data dari Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian (2022), terdapat 57 usaha yang menghasilkan rendang di Kota Payakumbuh, diantaranya terdapat 19 usaha tersebut berada di Kecamatan Payakumbuh Barat, Kota Payakumbuh. Terdapat berbagai jenis rendang yang di produksi seperti rendang daging, rendang telur, rendang suir, rendang paru dan lainnya. Dengan banyaknya usaha rendang menyebabkan persaingan bisnis yang sangat ketat antar pengusaha produksi rendang yang ada di Sumatera Barat.

Di Kota Payakumbuh terdapat satu wilayah yang menjadi pusat pembuatan dan perkembangan produk rendang, sehingga diberi nama Kampung Rendang. Pada saat ini, di Kota Payakumbuh sudah terdapat Sentral Industri Kecil Menengah (IKM) Rendang yang terletak di Nagari Lampasi Tigo Nagari, Kecamatan Payakumbuh.

Pembentukan Sentral Industri Kecil Menengah (IKM) Rendang ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produksi rendang menjadi rendang kualitas ekspor. Sentral Industri Kecil Menengah (IKM) Rendang memiliki berbagai fasilitas yaitu dapur, gudang persediaan bahan-bahan dasar dan gudang. Menurut data Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kota payakumbuh(2022), keberadaan Industri Kecil Menengah (IKM) rendang di Kota Payakumbuh didominasi di Kecamatan Lamposi Tigo Nagari sebesar 30,7%, diikuti oleh Payakumbuh Barat sebesar 28,8%, Payakumbuh Timur sebesar 19,2%, Payakumbuh Utara sebesar 17,3%, dan Payakumbuh Selatan sebesar 3,8%. Rata-rata setiap Industri Kecil Menengah (IKM) yang ada di Payakumbuh memproduksi 31 kg rendang perhari, jika di kalkulasikan seluruh bisa Industri Kecil Menengah (IKM) berproduksi sekitar 1.147 kg per hari atau 1 ton. Dengan produksi yang cukup besar tersebut maka sangat layak Kota Payakumbuh menyandang predikat sebagai kota rendang.

Selain Kota Payakumbuh, ada juga daerah yang dijadikan sentral Industri Kecil Menengah (IKM) Rendang yaitu Kota Padang. Kota Padang merupakan ibu kota dari Provinsi Sumatera Barat yang memiliki penduduk yang banyak, sehingga memudahkan dalam memasarkan produk rendang yang dihasilkan. Pada halaman resmi Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan perdagangan Kota Padang menyatakan terdapat 21 Industri Kecil Menengah (IKM) rendang yang aktif. Dalam menunjang perkembangan dan kemajuan Industri Kecil Menengah (IKM) rendang yang ada di Kota Padang, Pemerintah Kota Padang membangun sebuah Sentral Rendang di Lubuk Buaya, Kota Padang. Sentral Rendang ini dibangun untuk lebih memberdayakan dan meningkatkan daya saing Industri Kecil Menengah (IKM)

rendang di Sumatera Barat dengan menyediakan fasilitas pusat produksi, pemasaran, pelatihan, teknologi sterilisasi kemasan dengan mesin retort, dan wisata kuliner rendang di Kota Padang.

Industri Kecil Menengah (IKM) rendang yang ada di Sumatera Barat khususnya di Kota Payakumbuh dan Kota Padang sebagai salah satu sentral produksi rendang lebih memfokuskan pemasaran dan penjualannya melalui digital marketing dengan menggunakan media sosial seperti Instagram untuk mengarahkan konsumen agar berbelanja secara online dan memasarkan produk melalui market place atau *e-commerce* seperti Tokopedia dan Shopee. Dalam pemasaran online target penjualannya bukan lagi masyarakat Sumatera Barat tetapi masyarakat seluruh Indonesia dan Luar Negri. Sedangkan untuk pemasaran secara offline yaitu untuk masyarakat yang berkunjung ke sentral produksi rendang baik yang di Kota Payakumbuh maupun Kota Padang yang dijadikan oleh-oleh khas Sumatera Barat. Dalam meningkatkan penjualan dan pemasarannya para pelaku usaha produksi rendang menggunakan media sosial sebagai alat untuk memasarkan produknya, baik untuk promosi maupun transaksi penjualan. Media sosial saat ini merupakan alat promosi dan komunikasi yang paling banyak digunakan serta memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap perkembangan bisnis karena memiliki kelebihan diantaranya banyak pengguna media sosial serta tidak memerlukan biaya yang besar untuk membuat sebuah akun di media sosial. Media sosial yang paling banyak penggunaannya dan disukai adalah Instagram. Dari banyaknya pelaku usaha produksi rendang yang ada di Sumatera Barat ada beberapa Industri Kecil Menengah (IKM) Rendang memiliki pengikut yang banyak di Instagram dan melakukan kerjasama

dengan *Influencer* adalah Rendang Gadih Official dengan 118.000 pengikut, Rendang Maknyus dengan 31.300 pengikut, Rendang Abangku Asli Padang dengan 2.844 pengikut, Rendang Unikayo dengan 18.500 pengikut, Rendang Unique dengan 19.100 pengikut dan lainnya.

Dari hasil pra survey yang dilakukan, pada setiap pelaku industri rendang memiliki atribut produk yang berbeda-beda baik dari bentuk kemasan, kualitas produk, garansi, label, desain, fitur dan merek. Dari segi kualitas rendang yaitu rasa yang pedas dan original, memiliki warna yang kehitaman dan kecoklatan, memiliki tekstur yang lembut dan agak keras, dan di setiap porsi rendang nya mempunyai potongan daging yang berbeda-beda yaitu berat 250 gr memiliki 6 potongan yang besar dan berat 500 gr memiliki 10 potongan daging. Kemudian dari bentuk kemasan juga berbeda yaitu seperti rendang Asepe yang pengemasan produknya menggunakan plastik PVC yang bagian luarnya dilapisi dengan aluminium foil. Selanjutnya rendang Gadih yang bentuk kemasan rendangnya berupa kotak yang di atas agak lancip dimana pembungkus daging rendangnya menggunakan plastik dan bagian luar berupa kertas yang dilapisi aluminium foil, serta ada kemasan rendang yang berbentuk standing pouch yang mana pembungkus bagian dalamnya menggunakan plastik dan luarnya terbuat dari aluminium foil. Pada setiap kemasan suatu produk yang sudah terkenal pasti terdapat saran penyajian, logo halal, merek dagang serta no.BPOM produk tersebut.

Dalam dunia industri kemasan merupakan pelengkap suatu kebutuhan akibat adanya hubungan antara penghasil barang dengan masyarakat pembeli. Kesadaran akan kemasan adalah bagian yang tidak terpisahkan dari barang atau produk, karena

hal itu mutu lain dari sebuah kemasan yang dinilai dari kemampuan dalam memenuhi fungsi, dimana kemasan produk harus memiliki daya tarik yang lebih besar dari pada barang yang dibungkus didalamnya. Keberhasilan daya tarik kemasan ditentukan oleh estetika yang menjadi bahan pertimbangan sejak awal perencanaan bentuk kemasan, karena pada dasarnya nilai estetika harus terkandung dalam keserasian antara bentuk dan penataan desain grafis tanpa melupakan kesan, jenis, ciri, dan sifat barang yang diproduksi (Ferdinand et al.,2016).

Untuk menciptakan kepuasan konsumen dalam pembelian suatu produk yang tidak dapat dilihat secara langsung mengharuskan produk rendang yang teksturnya lembut dan empuk, bumbunya terasa dan gurih serta potongan daging yang besar, memiliki kemasan yang bagus, bersih, namun keadaan yang terjadi sebagian rendang memiliki bentuk potongan kecil, dagingnya keras dan alot sehingga membuat konsumen tidak puas dan mempengaruhi keputusan pembelian selanjutnya. Keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk pada dasarnya erat dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran suatu produk yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena pada dasarnya tidak mengetahui mengenai apa yang ada dalam pikiran seorang konsumen pada waktu sebelum, sedang, dan setelah melakukan pembelian produk tersebut. Perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian(Nazzaruddin,2017).

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Atribut Produk Rendang Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Online di Sumatera Barat”**.

1.2. Rumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan hal yang paling penting dalam suatu penelitian, hal ini diperlukan agar batasan masalah menjadi jelas sehingga dapat dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen rendang secara online di Sumatera Barat?
2. Bagaimana pengaruh atribut produk terhadap kepuasan konsumen rendang online di Sumatera Barat?
3. Bagaimana pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen rendang online di Sumatera Barat?
4. Bagaimana pengaruh atribut produk terhadap kepuasan konsumen dengan mediasi keputusan pembelian konsumen rendang online di Sumatera Barat?



1.2 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan bertujuan untuk tujuan yang hendak dicapai, dan berdasarkan pada permasalahan tersebut meliputi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian rendang online di Sumatera Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap kepuasan konsumen rendang online di Sumatera Barat.
3. Untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen rendang online di Sumatera Barat.
4. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap kepuasan konsumen dengan mediasi keputusan pembelian konsumen rendang online di Sumatera Barat.

1.3. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang secara langsung terkait didalamnya. Adapun mamfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat memberikan sebuah wawasan, ilmu pengetahuan dan pengalaman bagaimana harus memperhatikan atribut produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen terhadap produk yang dijual atau diproduksi, serta sebagai referensi dan acuan buat peneliti selanjutnya.
2. Bagi pengusaha, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris pengetahuan mengenai berbagai atribut produk dapat mempengaruhi keputusan

pembelian dan kepuasan konsumen sehingga mengakibatkan kurangnya penjualan serta sebagai bahan untuk perkembangan usaha rendang kedepannya. .

3. Bagi pemerintah, penelitian ini di harapkan dapat menjadi referensi dan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat sebuah kebijakan untuk perkembangan Industri Kecil Menengah (IKM) Rendang kedepannya.



