

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Petani di berbagai daerah di Indonesia menanam sayur-sayuran karena sayur-sayuran merupakan produk yang bernilai. Produksi komoditas sayur-sayuran menawarkan petani di Indonesia sarana penghidupan yang layak dan bahkan keuntungan. Dengan demikian, petani dapat memperoleh keuntungan besar dari panen sayur-sayuran yang melimpah. Seiring dengan membaiknya perekonomian negara dan meningkatnya tingkat pendidikan masyarakat, konsumsi sayur-sayuran diperkirakan akan meningkat di Indonesia. Peluang meningkatnya permintaan mengharuskan petani di Indonesia meningkatkan jumlah dan kualitas sayur-sayuran yang mereka hasilkan. Konsumsi sayur-sayuran oleh penduduk Indonesia akan meningkat seiring dengan meningkatnya pendapatan masyarakat (Anwar, 2005).

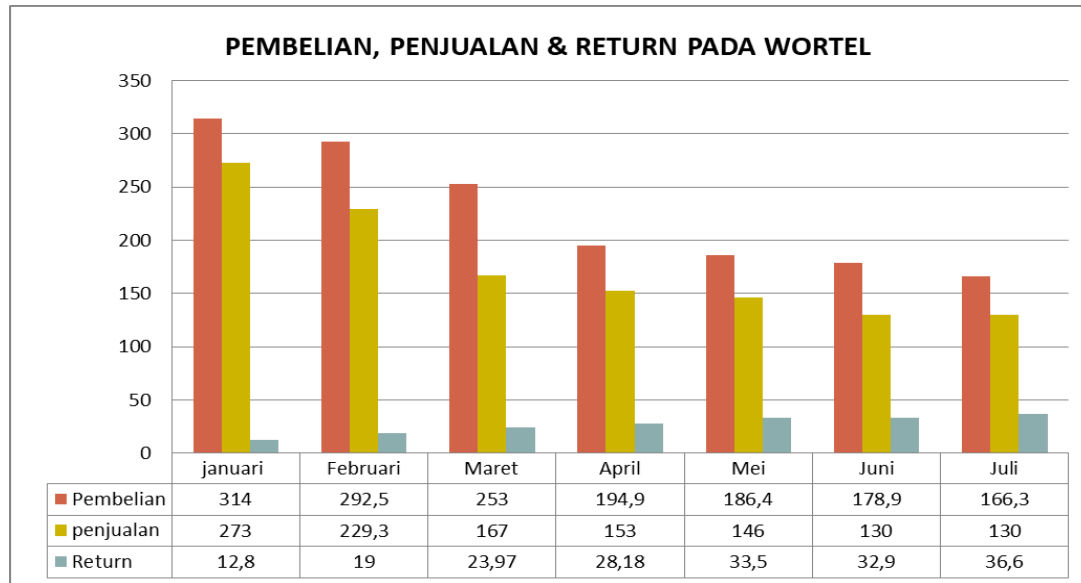
Yang kita sebut "pola konsumsi" adalah keteraturan jenis dan jumlah makanan yang dikonsumsi orang sepanjang hari. Karena faktor-faktor seperti keberagaman etnis, status sosial ekonomi, geografi, iklim, agama dan kepercayaan, tingkat kemajuan teknologi, mata pencaharian, dan faktor lingkungan, setiap komunitas dan kelompok menunjukkan pola konsumsi yang berbeda. Ini termasuk kebiasaan makan yang dimulai sejak masa kanak-kanak (Harper et al., 1986).

Tindakan konsumen pada akhirnya akan menghasilkan pilihan pembelian mereka. Produk atau layanan itu sendiri merupakan pertimbangan utama pembeli sebelum membuat keputusan pembelian. Semua faktor ini didasarkan pada model, bentuk, kemasan, kualitas, fungsionalitas, dan kegunaan produk (Kotler & Keller, 1992). Pelanggan mempertimbangkan kualitas fisik atau atribut produk sebelum memutuskan untuk membelinya. Dalam konteks yang sama, saat membeli sayuran, pelanggan mempertimbangkan sejumlah faktor, seperti tingkat kelayuan, kecerahan warna, kebersihan, ketersediaan menu sayuran, tingkat kematangan, kemudahan pengolahan, ukuran, dan kuantitas. Oleh karena itu, agar sayuran diinginkan, sayuran harus memiliki kualitas yang sesuai dengan preferensi pelanggan (Severus, 2019).

Green Feast merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *supplier* untuk memasarkan produknya di beberapa restoran, hotel, *cafe* dan *market place* yang dikelola oleh perusahaan *Green feast* itu sendiri. *Green Feast* sedang melakukan pemilihan produk terhadap permintaan konsumen, hal ini terjadi karena ada beberapa masalah seperti, penjualan dan pesanan konsumen tidak dapat terpenuhi secara maksimal. Ada beberapa produk yang diproduksi oleh *Green feast*, produk ini terbagi menjadi dua kategori yakni buah buahan dan sayuran. Wortel termasuk kategori sayuran yang diproduksi oleh *Green Feast* dimana Wortel sering mengalami *return/* pengembalian barang. Dengan meningkatnya *return/* pengembalian wortel di perusahaan, akan menyebabkan penjualan komoditi wortel menurun. Hal tersebut akan menimbulkan kerugian dan penurunan keuntungan pada *green Feast*. Berdasarkan permasalahan tersebut maka dibutuhkan manajemen risiko untuk mengidentifikasi dan mengendalikan resiko yang terjadi pada setiap tahapan penjualan wortel dengan tujuan untuk mengetahui perbaikan penanganan resiko yang dialami perusahaan *Green Feast*.

1.2. Rumusan Masalah

Wortel merupakan salah satu produk yang banyak diminati konsumen di *Green Feast*. Permasalahan utama yang sering dihadapi oleh *Green Feast* yaitu permintaan wortel yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen atau tidak terpenuhi secara maksimal. Permasalahan tersebut diakibatkan karena kualitas wortel yang tidak sesuai dengan permintaan pasar, sehingga Wortel tersebut sering mengalami retur/pengembalian barang ke perusahaan. Hal tersebut akan menimbulkan kerugian dan penurunan keuntungan pada *Green Feast*.



Gambar 1.1 Data Pembelian, penjualan, & waste Wortel 2023 (*Green Feast*, 2023).

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas dapat diketahui bahwa permintaan dan pengembalian wortel, Sepanjang tahun 2023 dapat diketahui bahwa total data pembelian wortel tahun 2023 sebanyak 1586 kg dan data penjualan wortel pada tahun 2023 sebanyak 1228,3 kg, dan data *return* komoditi wortel adalah sebanyak 186,96 kg, banyaknya return akan menjadi waste karena penjualan wortel menurun, sehingga menimbulkan kerugian dan penurunan keuntungan pada *Green Feast*.

Masalah-masalah berikut dalam penelitian ini telah diidentifikasi berdasarkan pembahasan sebelumnya:

1. Bagaimana pola konsumsi konsumen terhadap keputusan pembelian wortel di *Green Feast* setelah memenuhi pesanan konsumen?
2. Bagaimana preferensi konsumen terhadap komoditi wortel?

1.3. Tujuan TA

Tujuan dari penelitian ini:

1. Mengetahui pola konsumsi konsumen terhadap keputusan pembelian wortel di *Green Feast*.
2. Mengetahui preferensi konsumen terhadap komoditi wortel.

1.4. Kontribusi/ Manfaat TA

Manfaat-manfaat berikut diharapkan dari penelitian ini, berdasarkan pada desain formulasi masalah dan tujuan yang disebutkan sebelumnya:

1). Bagi Perusahaan

Agar bisnis dapat memenuhi permintaan pelanggan akan barang yang mereka minta secara khusus, kami memberikan saran tentang desain produk yang mempertimbangkan preferensi pelanggan, sehingga produk dapat meningkatkan kenaikan penjualan dan berkurangnya *return*/atau pengembalian barang sehingga tingkat kerugian perusahaan semakin berkurang.

2). Bagi peneliti

Mendapatkan ilmu pengetahuan yang berharga dan menambah wawasan yang mendalam dan memahami strategi riset pemasaran.