

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri rumah tangga yang pesat, terutama dalam sektor produk makanan, menjadi salah satu ciri pertumbuhan ekonomi lokal di Indonesia.¹ Industri ini tidak hanya memberikan kontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja, tetapi juga menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat di berbagai daerah, termasuk Kota Padang. Produk makanan dari industri rumah tangga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat lokal, sekaligus bersaing di pasar nasional dengan menawarkan keunikan rasa dan budaya.² Meskipun industri rumah tangga di Kota Padang berkembang pesat, pelaku usaha menghadapi tantangan dalam memahami dan memenuhi kebutuhan Generasi Z. Generasi ini, yang dikenal sebagai digital native, memiliki pola konsumsi yang unik dan lebih kritis terhadap kualitas produk, inovasi, serta manfaat kesehatan.³ Namun, meskipun industri ini berkembang pesat, terdapat berbagai tantangan yang dihadapi. Salah satunya adalah perubahan preferensi konsumen Generasi Z yang semakin menuntut kualitas produk, inovasi, dan manfaat kesehatan. Di sisi lain, faktor seperti harga produk dan tingkat kepuasan

¹ bambang Agus Windusancono, 'Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Indonesia', *Mimbar Administrasi Fisip Untag Semarang*, 18.2 (2021), p. 32, doi:10.56444/mia.v18i2.2528.

² Minta Harsana and Maria Triwidayati, 'Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di D.I. Yogyakarta', *Universitas Negeri Yogyakarta*, 15.1 (2020), pp. 1–24 <<https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/36472>>.

³ Masfi Sya'fiatul Ummah, *No S Trategi Penguatan Kinerja Generasi Z Dalam Menghadapi Indonesia Emas 2045, Sustainability (Switzerland)*, 2019, X1 <[Http://Scioteca.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0Ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_STRATEGI_MELESTARI](http://Scioteca.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0Ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_STRATEGI_MELESTARI)>.

konsumen menjadi penentu utama dalam keberlanjutan bisnis ini. Dalam konteks ini, pelaku industri rumah tangga perlu memahami apa yang mendorong konsumen untuk memilih produk mereka dibandingkan produk lain yang tersedia di pasar.

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dikenal memiliki pola konsumsi yang berbeda dari generasi-generasi sebelumnya.⁴ Memiliki peran signifikan dalam menentukan pola konsumsi. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Reny Andriyanti dan Dodi Wahab mengungkapkan bahwa Generasi Z menunjukkan preferensi kuat terhadap produk dalam negeri yang memiliki kualitas tinggi, inovasi, dan relevansi dengan identitas budaya mereka. Penelitian tersebut juga menekankan bahwa Generasi Z cenderung mendukung produk yang menawarkan nilai tambah, seperti keberlanjutan lingkungan, serta produk yang memiliki daya tarik melalui pemasaran digital dan media sosial. Mereka tumbuh di era digital, memiliki akses luas terhadap informasi, dan cenderung memilih produk yang menawarkan pengalaman unik, inovasi, serta nilai tambah seperti keberlanjutan lingkungan dan manfaat kesehatan.⁵

Penelitian ini relevan dengan produk makanan home industri di Kota Padang, yang merupakan bagian dari sektor ekonomi lokal yang berkembang pesat. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang, terdapat 14.458 pelaku usaha home industri makanan pada tahun 2024. Produk khas

⁴ Adi Harianto and others, 'Pengaruh Gaya Hidup Generasi Z Dan Kepribadian Terhadap Penggunaan Pinjaman Online (Studi Kasus Generasi Z Di Kota Medan Dengan Aplikasi Keuangan (Fintech)', 06.02 (2024), pp. 1–11.

⁵ Harianto and others.

seperti keripik balado, ketipik tempe dan camilan tradisional lainnya tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumsi lokal tetapi juga mampu bersaing di pasar nasional. Namun, tantangan yang dihadapi semakin kompleks, terutama dalam memahami preferensi konsumen muda seperti Generasi Z.

Preferensi konsumen, sebagaimana dijelaskan dalam penelitian terdahulu, merupakan penilaian yang mencerminkan pilihan dan evaluasi terhadap produk berdasarkan faktor-faktor seperti harga, kualitas, dan inovasi. Generasi Z memiliki ekspektasi tinggi terhadap produk yang memberikan pengalaman unik, manfaat kesehatan, serta inovasi dalam rasa dan kemasan. Harga produk, intensitas kepuasan, dan inovasi menjadi faktor penting dalam menentukan preferensi Generasi Z terhadap produk makanan home industri.

Produk makanan home industri di Kota Padang, seperti jamur crispy, naget, bakso, dan aneka camilan tradisional lainnya, tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumsi lokal tetapi juga mampu bersaing di pasar nasional. Namun, tantangan yang dihadapi semakin kompleks, terutama dalam memahami preferensi konsumen muda seperti Generasi Z yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas dan inovasi produk. preferensi konsumen adalah penilaian dan evaluasi yang dilakukan konsumen terhadap produk dan layanan yang tersedia, serta merupakan tahap awal untuk memahami perilaku konsumen dan menentukan pilihan mereka⁶

⁶ Noventi Ersya Putri and Dadang Iskandar, '*Analisis Preferensi Konsumen Dalam Penggunaan Social Messenger Di Kota Bandung Tahun 2014 (Studi Kasus : LINE, kakaotalk, wechat, whatsapp)*', jurnal manajemen indonesia, 14.2 (2017), p. 110, doi:10.25124/jmi.v14i2.356.

Harga, intensitas kepuasan, dan inovasi produk menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumsi Generasi Z. Meski memiliki daya beli yang lebih baik dibandingkan generasi sebelumnya, Generasi Z cenderung selektif dalam membelanjakan uang mereka.⁷ Mereka mengutamakan produk yang memberikan nilai terbaik (value for money) dan pengalaman yang memuaskan.⁸ Tingkat kepuasan yang dirasakan dari konsumsi suatu produk, atau yang dikenal sebagai utilitas marginal, memainkan peran besar dalam menentukan preferensi mereka.⁹

Generasi Z dikenal sebagai generasi yang sangat menghargai inovasi.¹⁰ Mereka cenderung tertarik pada produk yang menawarkan keunikan, nilai tambah, dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan cara yang kreatif dan modern. Mereka tertarik pada produk makanan yang tidak hanya lezat tetapi juga menawarkan keunikan, seperti pengemasan modern, penggunaan bahan baku organik, atau diversifikasi rasa yang sesuai dengan tren global. Industri rumah tangga yang mampu beradaptasi dengan keinginan ini memiliki peluang besar untuk memenangkan hati Generasi Z. Di sisi lain, harga yang kompetitif tetap menjadi pertimbangan utama, mengingat Generasi Z

⁷ Helma Malini, 'Gaya Konsumsi Dan Perilaku Konsumen Generasi Z Di Warung Kopi', *Prosiding Seminar Nasional SATIESP 2021*, 2020, 2021, pp. 34–44 <<https://feb.untan.ac.id/wp-content/uploads/2022/03/5.pdf>>.

⁸ Aziz Ma'sum and Ernawan, 'Preparation of an Information Technology Master Plan Using the TOGAF Enterprise Architecture Framework Case Study of PT Wijaya Karya (Persero) Tbk. 2018 Year', *Formosa Journal of Applied Sciences*, 1.6 (2022), pp. 1137–56, doi:10.55927/fjas.v1i6.1849.

⁹ Nur Fadilah, 'Teori Konsumsi, Produksi Dan Distribusi Dalam Pandangan Ekonomi Syariah', *Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1.4 (2020), pp. 17–38 <<https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>>.

¹⁰ Galih Sakitri, 'Selamat Datang Gen Z , Sang Penggerak Inovasi', *Forum Manajemen Prasetiya Mulya*, 35.2 (2021), pp. 1–10.

cenderung membandingkan harga dengan manfaat atau kepuasan yang diperoleh.¹¹ Selain itu, media sosial menjadi saluran utama bagi Generasi Z dalam mencari informasi dan membentuk preferensi konsumsi mereka. Testimoni, ulasan produk, dan kampanye pemasaran digital memiliki pengaruh besar dalam membangun persepsi mereka terhadap suatu produk. Oleh karena itu, pelaku usaha home industri makanan perlu memahami bagaimana memanfaatkan platform digital untuk menjangkau Generasi Z dengan lebih efektif.¹²

Penelitian tentang preferensi konsumen Generasi Z terhadap produk makanan home industri di Kota Padang sangat penting. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana utilitas marginal Generasi Z pada preferensi konsumen terhadap produk makanan home industri di Kota Padang mempengaruhi faktor harga produk, intensitas kepuasan, dan inovasi produk. Hasil penelitian ini ditujukan untuk dapat memberikan wawasan kepada pelaku usaha dalam merancang strategi pemasaran yang relevan dan inovatif untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang terus berkembang.

B. Rumusan Masalah

Studi ini menyelidiki bagaimana variabel harga produk, intensitas kepuasan, dan inovasi produk mempengaruhi preferensi konsumen Generasi Z

¹¹ Grace Natalia and Parama Kartika Dewa, 'Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Pembelian Berulang Pada Marketplace Indonesia (Studi Pada Marketplace Blibli)', *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7.1 (2023), pp. 2113–27, doi:10.31539/costing.v7i1.7834.

¹² Fauzi Al fauzan and others, 'Pengembangan Potensi Ekonomi Home Industri', *Jurnal Pendidikan Geografi Unpatti*, 2.1 (2023), pp. 66–77.

terhadap produk makanan home industri. Harga produk, intensitas kepuasan, dan inovasi produk mungkin memiliki pengaruh yang berbeda terhadap preferensi konsumen. Studi ini penting untuk mendukung kepuasan konsumen generasi Z terhadap produk makanan home industri di Kota Padang. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalahnya dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana harga produk berpengaruh terhadap preferensi konsumen Generasi Z pada produk makanan home industri di Kota Padang?
2. Bagaimana intensitas kepuasan berpengaruh terhadap preferensi konsumen Generasi Z pada produk makanan home industri di Kota Padang?
3. Bagaimana inovasi produk berpengaruh terhadap preferensi konsumen Generasi Z pada produk makanan home industri di Kota Padang?
4. Bagaimana harga produk, intensitas kepuasan dan inovasi produk berpengaruh terhadap preferensi konsumen Generasi Z terhadap produk makanan home industri di Kota Padang ?

C. Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui harga produk berpengaruh terhadap preferensi konsumen Generasi Z pada produk makanan home industri di Kota Padang
2. Untuk mengetahui intensitas kepuasan berpengaruh terhadap preferensi konsumen Generasi Z pada produk makanan home industri di Kota Padang.
3. Untuk mengetahui inovasi produk berpengaruh terhadap preferensi konsumen Generasi Z pada produk makanan home industri di Kota Padang.

4. Untuk mengetahui harga produk, intensitas kepuasan dan inovasi produk berpengaruh terhadap preferensi konsumen Generasi Z pada produk makanan home industri di Kota Padang.

D. Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada analisis preferensi konsumen Generasi Z terhadap produk makanan yang dihasilkan oleh industri rumah tangga (home industri) di Kota Padang. Penelitian ini membatasi ruang lingkupnya pada tiga variabel utama, yaitu harga produk, intensitas kepuasan, dan inovasi produk, untuk melihat sejauh mana faktor-faktor tersebut memengaruhi preferensi konsumen Generasi Z. Generasi Z dipilih sebagai subjek utama penelitian karena kelompok ini memiliki karakteristik unik dalam pengambilan keputusan konsumsi, terutama terhadap produk lokal dan inovatif seperti makanan home industri.

Penelitian ini tidak mencakup kelompok usia lain atau sektor produk selain makanan yang diproduksi oleh industri rumah tangga. Wilayah penelitian difokuskan di Kota Padang, sehingga analisis hanya berlaku pada preferensi konsumen di wilayah tersebut dan tidak menggambarkan pola konsumsi di daerah lain. Dampak utama yang diharapkan dari penelitian ini adalah memberikan wawasan strategis bagi pelaku usaha home industri untuk meningkatkan daya saing produk mereka, khususnya dalam memenuhi kebutuhan dan preferensi Generasi Z.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis: Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap literatur mengenai preferensi konsumen Generasi Z di sektor makanan home industri.
2. Manfaat Praktis: Memberikan rekomendasi strategi kepada pelaku usaha home industri di Kota Padang terkait faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen Generasi Z terhadap produk makanan mereka.
3. Manfaat Sosial: Membantu konsumen, khususnya Generasi Z dalam mendapatkan produk makanan home industri yang lebih sesuai dengan kebutuhan preferensi, dan ekspektasi mereka, sehingga mendukung keberlanjutan usaha lokal.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami dan menganalisa hasil dari penelitian ini, maka dibuatlah sistematika penulisan yang terbagi atas beberapa bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Substansi bab ini menguraikan tentang membahas teori yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti dan berkaitan dengan judul.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian, jenis, lokasi, sumber data, jenis data, serta teknik pengumpulan data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Bab ini akan menerangkan hasil dari penelitian dan hasil dari pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Bab ini yang berisikan kesimpulan dan saran-saran penulisan.

