

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Buah menjadi salah satu komoditas hortikultura yang dikembangkan pada sektor pertanian di Indonesia. Berdasarkan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI (2021), menyatakan bahwa buah – buahan menjadi salah satu komoditas hortikultura yang bernilai ekonomi tinggi serta memiliki peluang ekspor yang luas. Namun, di Indonesia, produksi buah – buahan mengalami fluktuasi musiman, di mana terjadi kelebihan pasokan saat musim panen dan keterbatasan ketersediaan di luar musim tersebut (Sugiarto *et al.*, 2020). Salah satu provinsi yang mengalami permasalahan tersebut adalah Provinsi Bali.

Permintaan buah khususnya buah segar di Provinsi Bali sangat tinggi karena tingginya kebutuhan dari konsumen lokal dan sektor pariwisata, sehingga dengan adanya fluktuasi musiman menyebabkan masalah terkait ketersediaan buah di Provinsi Bali semakin parah. Permintaan buah yang tinggi dari konsumen lokal selain untuk konsumsi pribadi, juga dipergunakan sebagai sarana prasarana upacara keagamaan Hindu di Bali, di mana dalam pelaksanaannya menggunakan beragam jenis buah dalam jumlah yang banyak. Permintaan buah yang tinggi juga disebabkan oleh kebutuhan sektor pariwisata yang memerlukan buah sebagai bahan untuk berbagai macam hidangan makanan dan minuman yang disajikan di hotel, restoran, dan tempat wisata lainnya. Sektor pariwisata sangat memerlukan pasokan

produk – produk pertanian, seperti pangan dan hortikultura (Idawati *et al.*, 2023). Ketersediaan buah yang tidak stabil serta permintaan yang tinggi mendorong sebagian konsumen, terutama konsumen bisnis untuk mencari alternatif produk supaya tetap dapat menikmati dan memiliki buah meskipun sedang tidak dalam musim panen. Konsumen bisnis khususnya di bidang usaha kuliner seperti restoran, café & bar perlu menjaga stok buah secara konsisten untuk memastikan ketersediaan bahan baku yang cukup dalam menyajikan hidangan kepada pelanggan tanpa hambatan. Persediaan bahan baku atau stok bagi perusahaan sangat penting karena berpengaruh langsung terhadap kelancaran proses produksi (Virgiany *et al.*, 2024).

Produk *frozen fruit* menjadi salah satu alternatif bagi konsumen, khususnya konsumen bisnis untuk tetap memiliki ketersediaan akan buah meskipun buah tersebut tidak sedang dalam musimnya. *Frozen fruit* merupakan buah yang mengalami suatu metode pembekuan yang dilakukan dengan cara menurunkan suhu sampai dengan titik beku, dengan tujuan untuk dapat memperlambat proses pembusukan pada buah. Metode pembekuan merupakan salah satu metode yang digunakan untuk memperpanjang umur simpan pangan (Yulviani *et al.*, 2022). Buah segar yang disimpan di lemari es selama beberapa hari memiliki nutrisi yang kurang konsisten saat disimpan di lemari es karena terurai dengan cepat setelah dipetik, dikemas, dipajang, dan disimpan di lemari es (Pautlia, 2022). Ketersediaan *frozen fruit* yang tidak bergantung pada musim dan konsistensi nutrisinya membuat *frozen fruit* menjadi pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhan buah – buahan masyarakat, terutama bagi konsumen bisnis seperti restoran, café & bar. Selain itu,

produk *frozen fruit* lebih praktis dibandingkan dengan buah segar karena dapat langsung dikonsumsi atau diolah tanpa perlu untuk mengupas ataupun memotong buah. Hal tersebut yang menarik minat masyarakat untuk beralih mengonsumsi produk *frozen fruit*.

Bali *Food Industry* menjadi salah satu perusahaan yang menyediakan produk *frozen fruit* di Indonesia khususnya di Bali. Bali *Food Industry* merupakan sebuah badan usaha yang berbentuk CV (*Commanditaire Vennontschap*) dengan nama CV. Mahajaya Sangkara yang bergerak di bidang pengolahan hasil panen buah yang dirintis sejak tahun 2019 dengan nomor izin edar BPOM RI 265722001223. Adapun beberapa produk yang telah dihasilkan oleh Bali *Food Industry* di antaranya sari lemon, *fresh fruit*, madu, dan *frozen fruit*. Produk *frozen fruit* menjadi produk yang paling banyak diminati dan menjadi pilihan utama dalam pemesanan di Bali *Food Industry*. Bali *Food Industry* menyediakan berbagai jenis produk *frozen fruit* meskipun sedang di luar musim panen. Aspek tersebut yang dapat menarik konsumen untuk membeli produk *frozen fruit* di Bali *Food Industry*, meskipun harga produk relatif lebih tinggi dibandingkan dengan buah segar.

Bali *Food Industry* telah menetapkan harga produk *frozen fruit* sejak pertama kali didirikan pada tahun 2019. Harga tersebut tidak mengalami peningkatan ditambah dengan adanya kenaikan dari biaya produksi dan biaya lain yang membuat Bali *Food Industry* mengalami penurunan profitabilitas dari perusahaan. Hal tersebut membuat Bali *Food Industry* ingin meningkatkan harga dari produk *frozen fruit* yang sesuai dengan kemampuan dari konsumen untuk mencapai profitabilitas yang diinginkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, peneliti

ingin melakukan analisis terkait kesediaan membayar konsumen untuk dapat membantu Bali *Food Industry* menentukan kenaikan harga yang tepat. Konsep kesediaan membayar merupakan sebuah pengukuran harga maksimum yang bersedia dibayarkan oleh seseorang untuk dapat memperoleh barang atau jasa (Arimurti *et al.*, 2021). Berdasarkan hal tersebut, maka dilakukan penelitian ini yang membahas terkait analisis kesediaan membayar konsumen serta faktor – faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terkait produk *frozen fruit* di Bali *Food Industry*, meliputi jumlah pembelian, kualitas produk, harga produk, keamanan produk, dan frekuensi pembelian.

1.2. Tujuan dan Manfaat

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen produk *frozen fruit* di Bali *Food Industry*.
2. Menganalisis nilai rata – rata maksimum WTP konsumen yang bersedia membayar lebih produk *frozen fruit* Bali *Food Industry* di Bali.
3. Menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar (*willingness to pay*) konsumen terhadap produk *frozen fruit* Bali *Food Industry* di Bali.

Manfaat dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti, sebagai sarana pengembangan pola pikir serta informasi terkait kesediaan membayar konsumen terhadap suatu produk.

2. Bagi pelaku usaha, sebagai pemberi informasi terhadap atribut yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kesediaan membayar konsumen sebagai bahan evaluasi Bali *Food Industry*.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi dalam melaksanakan penelitian terhadap masalah atau objek serupa di masa mendatang.