

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia memiliki kekayaan kuliner tradisional yang luas, termasuk kue tradisional suku Bugis seperti bolu cukke. Kue ini tidak hanya memiliki nilai kuliner, tetapi juga nilai budaya dan estetika. Studi etnomatematika menunjukkan bahwa bentuk geometris bolu cukke setengah bola merupakan bagian dari warisan budaya yang menginternalisasi keterampilan tradisional dan konsistensi proporsi bahan (Irfah, 2024). Warisan ini menjadikan bolu cukke unik dan menarik bagi konsumen yang menghargai tradisi, estetika, dan kualitas sensorik. Bolu cukke diproduksi oleh UMKM di Sulawesi Selatan, menggunakan metode tradisional seperti pemanggangan di cetakan tanah liat dan kayu bakar. Produksi tradisional ini menghadirkan tantangan dalam kualitas, daya tahan, dan daya saing, karena konsumen modern menilai produk dari aroma, tekstur, rasa, warna, dan kemasan (Fakhirah dkk., 2023).

Bolu cukke merupakan kue khas Bugis, Sulawesi Selatan. Kue ini berbahan dasar tepung beras dan gula merah yang kental akan nilai-nilai filosofi dan sejarah perantau suku Bugis, bekal para perantau saat pergi berlayar. Kue ini juga kerap dijadikan oleh-oleh untuk keluarga. Kue Bolu ini dapat bertahan lama, sehingga wajar saja jika dahulu dijadikan bekal oleh para perantau. Rasanya juga tak kalah nikmat dengan kue bolu pada umumnya dan dapat jadi pengganjal perut dikala lapar. Bolu cukke diambil dari proses pembuatannya yaitu di cukke atau dalam bahasa Indonesia dicungkil. Jadi, bolu cukke merupakan bolu yang dicungkil. Bolu cukke menjadi kudapan legendaris bagi masyarakat Sulawesi Selatan. Bahan-bahan dasar bolu cukke yaitu tepung beras dan gula merah mengandung filosofi yang mendalam karena kerap digunakan untuk mengisi acara adat (Surianti dkk, 2023).

Penelitian tentang sikap konsumen terhadap atribut produk menjadi penting untuk membantu UMKM meningkatkan strategi pemasaran dan kualitas produk. Bahan baku bolu cukke dapat disubstitusi dengan tepung lokal seperti ubi jalar ungu, tepung tempe, atau tepung beras merah, untuk meningkatkan kandungan gizi, nilai ekonomi, dan keberlanjutan bahan. (Manjilala dan Mustamin, 2021)

Media sosial merupakan saluran promosi yang efektif untuk UMKM bolu cukke yang dapat mengalami peningkatan brand awareness, penjualan dan jangkauan pasar. Pembuatan akun media sosial dan pelabelan produk membantu konsumen lebih mudah mengenali produk. (Fahira dkk2 2023)

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengidentifikasi atribut produk Bolu Cukke yang paling berpengaruh terhadap sikap konsumen, termasuk bagaimana harga, rasa, tekstur, label, kemasan, dan merek secara kolektif membentuk persepsi nilai . Berdasarkan uraian diatas akan dilakukan penelitian dengan judul “Sikap Konsumen terhadap Atribut Produk Bolu Cukke di Toko Akbar (Studi Kasus Kecamatan Sabangparu. Kabupaten Wajo)”.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana sikap konsumen terhadap atribut bolu cukke di Toko Akbar yaitu (harga, rasa, tekstur, label, kemasan, dan merek) ?
2. Manakah atribut bolu cukke yang menjadi pertimbangan utama konsumen pada pembelian bolu cukke di toko akbar yaitu (harga, rasa, tekstur, label, kemasan, dan merek) ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Menganalisis sikap konsumen terhadap atribut bolu cukke di toko akbar yaitu (harga, rasa, tekstur, label, kemasan, dan merek).
2. Menganalisis atribut bolu cukke yang menjadi pertimbangan utama konsumen pada pembelian bolu cukke di toko akbar yaitu (harga, rasa, tekstur, label, kemasan, dan merek).

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi peneliti. penelitian ini bermanfaat sebagai sarana pengembangan wawasan dan kemampuan dalam menerapkan teori perilaku konsumen dan analisis atribut produk dalam konteks nyata. Selain itu, penelitian ini menjadi pengalaman langsung dalam melakukan riset lapangan yang dapat memperkuat kemampuan akademik dan metodologis peneliti, serta sebagai pemenuhan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi.
2. Bagi Tempat Penelitian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pemilik atau pengelola Toko Akbar dalam mengetahui sikap dan preferensi konsumen terhadap atribut produk *bolu cukke*. Dengan mengetahui atribut apa yang paling dipertimbangkan oleh konsumen, Toko Akbar dapat melakukan perbaikan, inovasi, dan

strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran guna meningkatkan daya saing dan kepuasan pelanggan.

Bagi konsumen, penelitian ini secara tidak langsung memberikan manfaat bagi konsumen, karena hasilnya dapat mendorong pelaku usaha untuk menghadirkan produk *bolu cukke* yang lebih sesuai dengan selera dan kebutuhan mereka. Dengan adanya peningkatan kualitas berdasarkan atribut yang diutamakan konsumen, maka tingkat kepuasan, kenyamanan, dan loyalitas terhadap produk juga dapat meningkat