Seminar Nasional Optimalisasi Sumberdaya
Lokal di Era Revolusi Industri 4.0
ISBN: 978-602-50605-8-8

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN KERIPIK SUKUN "KHAS SEPUDI"

Asri Nur Fadhila [1)]

1).Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Unija,
Email: asrinurfadhila9@gmail.com

ABSTRAK

Setiap konsumen memiliki pertimbangan sendiri ketika hendak membeli suatu produk, rasa, kualitas, dan merk adalah faktor yang mempengaruhi konsumen membeli suatu produk. Faktor lain yang dapat mempengaruhi konsumen membeli suatu produk yaitu harga yang terjangkau. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui antibut yang paling dipertimbangkan serta atribut yang paling dominan dipertimbangkan konsumen keripik sukun Khas Sepudi. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja di industri rumah tangga keripik sukun "Khas Sepudi" milik Ibu Hj. Nur Fatimah. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah 50 responden. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan kuesioner. Teknik analisis menggunakan *conjoint analysis.* Hasil penelitian yang dilakukan mengenai analisis preferensi konsumen keripik sukun Khas Sepudi ialah menyukai tekstur renyah,rasa gurih, harga murah dan warna coklat. Hasil penelitian yang dilakukan mengenai atribut yang dominan menjadi pertimbangan konsumen dalam analisis preferensi konsumen keripik sukun Khas Sepudi ialah pada atribut tekstur.

Kata kunci : Preferensi konsumen, keripik sukun, *Conjoint Analysis.*

PENDAHULUAN

Sektor pertanian di Negara Indonesia pada saat ini masih menjadi ruang bagi rakyat kecil. Kurang lebih 100 juta jiwa atau hampir separuh dari juta rakyat Indonesia bekerja di sektor pertanian. Untuk itu Kementrian Pertanian telah melakukan berbagai upaya untuk membina para pelaku usaha kecil dan menengah agar menjadi pondasi yang kuat dalam mendukung ekonomi di Negara Indonesia.

Usaha kecil, mikro dan menengah di tanah air saat ini menghadapi persoalan yang sangat sulit di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin cepat dan komplek. Persaingan menjadi semakin ketat seiring dengan derasnya perdagangan bebas maupun penjualan secara online yang secara otomatis membuat kompetisi penjualan datang dari berbagai penjuru baik domestik, regional, maupun global. Usaha kecil menengah mempunyai peran yang sangat penting dan strategis bagi pertumbuhan negara. Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yag secara mayoritas merupakan kegiatan kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah persaingan usaha yang tidak sehat.

Sukun merupakan tanaman pangan alternatif yang cukup populer. Penggunaannya sangat banyak di buat berbagai aneka makanan, dimuai dari

ISBN: 978-602-50605-8-8

getuk, digoreng, kroket di buat keripik, dan lain-lain menunjukkan bahwa buah sukun memang memiliki banyak manfaat bagi kehidupan manusia.

Sumenep merupakan salah satu kabupaten di pulau Madura yang memiliki sumber daya alam yang melimpah salah satunya yaitu sukun. Berdasarkan data dari BPS (Sumenep dalam angka, 2015) wilayah yang memiliki pohon sukun terbanyak di Kabupaten Sumenep berada di Kecamatan Gayam yaitu sebanyak 5.893 pohon. Dilihat dari data tersebut Kecamatan Gayam dikatakan sebagai penghasil buah sukun terbesar di Kabupaten Sumenep.

Pengolahan buah sukun salah satunya adalah dijadikan makanan ringan seperti keripik sukun yang dibuat dari irisan tipis buah sukun, digoreng, dengan diberi bumbu tertentu atau hanya di beri garam. Pada pembuatannya buah sukun dikupas, dicuci bersih, diiris tipis-tipis kemudian buah sukun direndam kedalam air es kurang lebih 30 menit, dan ditiriskan. Kemudian buah sukun digoreng dalam minyak yang panas, tunggu hingga keripik sukun berwarna kuning keemasan campurkan sedikit mentega.

Keripik sukun adalah cemilan yang yang bersifat kering, renyah, tahan lama, praktis, mudah di bawa dan di simpan, serta dapat di makan kapan saja. Keripik sukun merupakan salah satu cemilan yang terkenal di Kabupaten Sumenep. Keripik sukun yang diproduksi masyarakat Sepudi pada umumnya hanya di jual di toko dan juga pasar terdekat saja untuk di konsumsi sendiri ataupun dijadikan oleh-oleh kepada saudara dan teman yang berasa di luar Pulau Sepudi.

Salah satu usaha industri rumah tangga keripik sukun yang terkenal di Pulau Sepudi adalah milik Ibu Hj. Nur Fatimah dengan merk "Keripik Sukun Khas Sepudi". Namun permintaan keripik sukun khas sepudi terkadang tidak stabil. Ketidakstabilan permintaan keripik sukun khas sepudi berkaitan dengan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap atribut-atribut yang melekat pada keripik sukun khas sepudi. Setiap konsumen memiliki pertimbangan sendiri ketika hendak membeli suatu produk, rasa, kualitas, dan merk adalah faktor yang mempengaruhi konsumen membeli suatu produk. Faktor lain yang dapat mempengaruhi konsumen membeli suatu produk yaitu harga yang terjangkau.

Untuk mengahasilkan keripik sukun yang sesuai dengan selera konsumen dalam memerlukan suka dan tidak sukanya konsumen terhadap suatu produk maka perlu dilakukan penelitian tentang preferensi konsumen terhadap keripik sukun khas Sepudi. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, penulis tertarik ingin meneliti lebih lanjut mengenai preferensi konsumen terhadap keripik sukun khas sepudi dengan mengangkat judul "Preferensi Konsumen Terhadap Keripik Sukun Khas Sepudi".

METODE PENELITIAN

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), yaitu di Industri Rumah Tangga Hj. Nur Fatimah. Pertimbangan pemilihan lokasi karena industri rumah tangga Hj. Nur Fatimah merupakan tempat produksi keripik sukun yang terkenal di pulau Sepudi dan sekaligus tempat para konsumen membeli keripik sukun. Data yang

ISBN: 978-602-50605-8-8

dikumpulkan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, obserfasi dan kuiseoner. Pengumpulan sampel dilaksanakan secara *Accidental sampling* yaitu secara kebetulan (Maman, 2011). Dengan menggunakan teori Roscoe (1975) dalam Syaidarlini (2011) atas petimbangan poin 3 (tiga) yaitu jumlah variabel (independen + dependen) x 10, sehingga 5 x 10 = 50. Penelitian ini menggunakan metode analisis konjoin dengan bantuan *software* SPSS 21.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian keripik sukun "khas Sepudi"

Untuk mengetahui preferensi konsumen dengan metode konjoin, para konsumen yang sudah pernah mengkonsumsi keripik sukun "khas Sepudi" diminta untuk memberikan rangking dari 1 untuk kombinasi atribut produk yang paling diinginkan sanpai dengan rangking 10 untuk kombinasi atribut yang paling tidak diinginkan. Berikut ini adalah hasil dari pengolahan data untuk tingkat pertimbangan konsumen dari tiap atribut yang ada dalam kombinasi, output dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1 Tingkat Utilitas Dari Tiap Level Atribut Keripik Sukun Khas Sepudi

Atribut	Level	Nilai Kegunaan (Utility)
RASA	Gurih	0,020
	Tidak Gurih	-0,020
WARNA	Kuning Kecoklatan	0,460
	Coklat	0,920
TEKSTUR	Renyah	-1,520
	Keras	-3,040
HARGA	Murah	-1,110
	Mahal	-2,220

Sumber: Data primer diolah (2019)

Nilai utiliti dari masing – masing level atribut dapat diperoleh dengan menggunakan analisis Konjoin. Semakin besar nilai *utility* pada level atribut, menunjukkan bahwa level atribut tersebut semakin disukai oleh responden. Nilai Koefisien Utiliti Masing-masing level atribut dari hasil analisis konjoin dapat dilihat pada Tabel 4.6. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai utiliti dari masing-masing level atribut memiliki dua tanda. Tanda nilai positif yang diperoleh mempunyai arti bahwa jika terjadi perubahan pada suatu level atribut yang ditawarkan kepada konsumen maka hasil tersebut dapat meningkatkan utilitas sebesar nilai positif yang diperoleh. Sebaliknya jika tanda nilai negatif berarti jika tidak memasukkan salah satu dari level atribut yang ditawarkan maka dapat menurunkan utilitas sebesar nilai negatif yang diperoleh.

Menurut Sigit (2015) nilai utility digunakan untuk menyatakan nilai kegunaan dari masing-masing level dalam faktor. Nilai ini digambarkan dalam bentuk grafik yang mewakili penilaian dari masing-masing responden. Apabila dalam grafik utility adalah positif, maka berarti responden tersebut menyukai taraf atribut tersebut, dan apabila negatif berarti responden tidak menyukai taraf atribut tersebut.

ISBN: 978-602-50605-8-8

Berikut ini merupakan hasil analisis dari masing-masing atribut yang diteliti :

1) Atribut Rasa

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa, dimana keripik sukun khas Sepudi memiliki dua rasa yaitu rasa gurih dan tidak gurih. Berdasarkan hasil penelitian, rasa gurih yang paling di gemari oleh konsumen dengan tingkat kepentingan sebesar 0,020 lebih besar dibandingkan dengan rasa tidak gurih dengan nilai -,020. Rasa merupakan atribut yang penting dalam keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Piggot, (1984) dalam Antimus (2016) bahwa penilaian seseorang terhadap suatu produk, rasa (*flavour)* menjadi lebih penting dari sifat lainnya ketika bahan makanan tersebut dirasa.

2) Atribut Warna

Atribut warna merupakan atribut yang cukup diperhatikan oleh konsumen. Atribut warna coklat memiliki tingkat kepentingan sebesar 0,920. Dari nilai yang diperoleh menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai keripik yang berwarna coklat dibandingkan dengan warna lainnya yaitu warna kuning kecoklatan.

3) Atribut Tekstur

Atribut tekstur merupakan atribut yang paling penting diperhatikan oleh para konsumen. Tekstur renyah dan tidak renyahnya keripik sukun khas Sepudi yang menjadi indikator pembelian keripik berdasarkan atribut tekstur. Semakin besar nilai utility pada level atribut, maka level tersebut semakin disukai oleh responden, sedangkan jika nilai utility semakin rendah maka antribut tersebut semakin tidak disukai oleh responden. Menurut Tri Wahyuni (2017) dalam Sari (2010), faktor yang memiliki utility negatif bukan berarti tidak memiliki suatu pengaruh melainkan tetap berpengaruh tetapi tidak memiliki sifat yang signifikan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan nilai negatif pada penelitian ini memiliki pengaruh akan tetapi pengaruhnya tidak terlalu penting.

Dari hasil penelitian tekstur renyah memiliki tingkat kepentingan sebesar -1,520. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tekstur renyah yang banyak disukai oleh konsumen karena keripik yang renyah akan mudah dikonsumsi oleh berbagai kalangan baik anak-anak, remaja dan dewasa. Oleh karena itu atribut tesktur merupakan atribut yang sangat yang diperhatikan konsumen dalam pembelian keripik khas Sepudi dibandingkan dengan atribut lainnya.

4) Atribut Harga

Berdasarkan hasil penelitian harga murah merupakan harga yang banyak dipilih oleh konsumen dalam pembelian keripik dengan tingkat kepentingan sebesar -1,110. Atribut Harga merupakan atribut yang diperhatikan oleh konsumen dalam membuat keputusan pembelian keripik sukun khas Sepudi.

Jadi pada nilai utility yang di pilih oleh konsumen ialah rasa gurih, dengan warna coklat, tekstur yang renyah dan harga yang murah.

Atribut Yang Paling Dominan Menjadi Pertimbangan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Keripik Sukun "Khas Sepudi"

Dalam menentukan atribut yang paling dominan yang menjadi pertimbangan konsumen maka perlu dilakukan analisis konjoin. Tabel

ISBN: 978-602-50605-8-8

dibawah ini merupakan hasil analisis konjoint yang dilihat dari nilai terpenting (*Importance Values*) yaitu tingkat atribut yang paling penting dari dari pilihan atribut rasa, warna, tekstur dan harga.

Tabel 2 Tingkat Kepentingan Dari Tiap Atribut Keripik Sukun Khas Sepudi

Atribut	Nilai Terpenting (Importance Values)
Rasa	22,918
Warna	21,826
Tekstur	31,056
Harga	22,199

Sumber : Data primer diolah (2019)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa atribut tekstur merupakan atribut yang paling penting. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai terpenting (*importance values)* yaitu sebesar 31,056 menunjukkan bahwa atribut ini lebih besar dari pada atribut lainnya. Seperti atribut rasa yang memiliki nilai kepentingan (22,918), harga dengan tingkat kepentingan (22,199), dan atribut warna dengan tingkat kepentingan (21,918).

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa atribut yang memiliki tingkat kepentingan tertinggi adalah atribut tekstur yaitu sebesar 31,056. Hal ini dikarenakan proses mengkonsumsi diawali dengan menggigit sebuah makanan, tekstur yang renyah akan menjadi alasan utama seseorang membeli sebuah produk makanan.Tekstur yang terdapat pada keripik sukun khas sepudi mempunyai tekstur yang renyah. Hal ini terbukti konsumen yang membeli keripik sukun khas sepudi tidak hanya dari kalangan anak-anak sampai remaja, akan tetapi hingga dewasa.

Rasa menduduki peringkat kedua yaitu dengan tingkat kepentingan 22,918. Rasa yang dimiliki oleh keripik sukun khas sepudi adalah gurih karena komposisi yang terdapat didalamnya selain sukun, juga terdapat campuran bumbu yang pas.

Harga menjadi sebuah tolak ukur didalam pembelian sebuah produk, dalam hasil analisis harga menempati tingkat urutan ke tiga dari 4 atribut lainnya dengan tingkat kepentingan 22,199. Hal ini disebabkan karena konsumen keripik sukun khas sepudi tidak hanya dari kalangan sekolah menengah keatas tetapi juga dari kalangan pegawai. Pada tingkatan tersebut, konsumen dapat berfikir secara logis kualitas dari keripik sukun khas Sepudi.

Warna menduduki peringkat terendah yaitu dengan tingkat kepentingan 21,826. Warna pada keripik sukun khas Sepudi ialah Coklat karena menurut konsumen warna coklat menunjukkan bahwa keripik tersebut renyah dan lebih harum dibandingkan dengan keripik yang berwarna kuning kecoklatan. Warna menduduki peringkat terendah yaitu dengan tingkat kepentingan 21,826.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan maka dapat disimpulkan yaitu :

1. Atribut yang menjadi pertimbangkan konsumen dalam pembelian kripik sukun khas sepudi adalah tekstur renyah, rasa gurih, harga murah dengan warna coklat.
2. Atribut yang paling dominan menjadi pertimbangan

ISBN: 978-602-50605-8-8

konsumen dalam pembelian keripik sukun khas Sepudi adalah tekstur.

SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dituliskan beberapa saran sebagai berikut :

1. Produsen sebaiknya lebih mempertahankan dan meningkatkan kualitas tekstur dari keripik sukun yang dihasilkan, karena atribut tekstur keripik merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih keripik sukun.
2. Perlu adanya strategi pengembangan produk keripik sukun yang sesuai dengan preferensi konsumen dengan tekstur renyah, rasa gurih, harga murah dan warna coklat.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, Maman. 2011. *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian.* Bandung : Pustaka Setia.

Sari, D. 2010. *Analisis Tingkat Kepentingan Atribut Perpustakaan Berbasis Riset Melalui Metode Conjoint Analisis (Studi Kasus Di Universitas Diponegoro).* Jurnal Teknik Industri Vol V, No 2.

Syaidarlini, R.A.2011. *Analisis Pemasaran Ikan Laut Di Kabupaten Sumenep. Skripsi. Fakultas Pertanian*. Universitas Wiraraja Sumenep.

Nugroho, Sigit, dkk. 2015. *Analisis konjoin preferensi mahasiswa dalam memilih produk smartphone android.*

Wahyuni, Tri, dkk. 2017, *Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Kerupuk Ikan Di Kota Sintang,Vol 6 No.1*.