

RINGKASAN

DIAR HILMI DAMARA, 115040101111020. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Jenang di Kabupaten Kudus (Studi Kasus pada Produk Jenang “Mubarak” di Toko Sinar 33). Dibimbing Oleh Silvana Maulidah, SP.,MP

Industri pengolahan makanan di Indonesia jumlahnya dari tahun 2011 hingga 2013 terus mengalami peningkatan, dari 5.564 industri pada tahun 2011, 5.662 industri pada tahun 2012, dan 5.852 industri pada tahun 2013. Hal ini sesuai dengan upaya pemerintah Provinsi Jawa Tengah yang ingin meningkatkan pertumbuhan ekonomi khususnya melalui peran agroindustri. Ini dikarenakan sektor agroindustri memberikan kontribusi sebesar 18,74 persen terhadap PDB Provinsi Jawa Tengah. Salah satu agroindustri yang bergerak dalam pengolahan makanan terbesar di Provinsi Jawa Tengah adalah CV. Mubarakfood Cipta Delicia yang mengolah bahan makanan menjadi jenang dan beberapa jenis makanan lain seperti dodol. Perusahaan ini memproduksi Jenang dengan merek “Mubarak” dimana merek ini telah dikenal oleh masyarakat karena pangsa pasar yang luas.

Perusahaan memproduksi jenang dengan merek “Mubarak” pada tahun 1975 hingga saat ini, baik bentuk produk maupun kemasan jenang dengan rasa original dan kombinasi belum mengalami perubahan dan keberadaan produk jenang pesaing akan memberikan peluang bagi konsumen untuk beralih ke produk lain karena produk jenang yang ada saat ini kurang sesuai dengan keinginan konsumen. Oleh karena itu demi menjaga keberadaan konsumen dan eksistensi produk, perusahaan melakukan pengembangan terhadap produk jenang yakni dengan membuat desain atau konsep baru mengenai karakteristik dari produk jenang sesuai dengan tingkat preferensi konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) menganalisis atribut produk jenang yang menjadi prioritas berdasarkan tingkat preferensi konsumen. (2) menganalisis stimuli (kombinasi level atribut) produk jenang yang mempunyai nilai tingkat preferensi konsumen tertinggi.

Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* dengan pertimbangan bahwa lokasi ini merupakan pusat penjualan Jenang “Mubarak”. Penelitian dilakukan di Toko Sinar 33 Kabupaten Kudus yang merupakan toko yang dibentuk perusahaan untuk menjual hasil produksi. Sedangkan metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah (1) analisis kualitatif untuk mendeskripsikan karakteristik responden pada daerah penelitian (2) analisis kuantitatif menggunakan analisis Konjoin (*Conjoint Analysis*). Sedangkan untuk menguji kuesioner menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS 17.0.

Berdasarkan analisis Konjoin dari keempat atribut yang diteliti, yakni; rasa, warna, ukuran kemasan, dan label didapatkan hasil (1) atribut produk jenang yang menjadi prioritas berdasarkan tingkat preferensi konsumen adalah atribut ukuran kemasan dengan nilai sebesar 43,8%. (2) stimuli (kombinasi level atribut) produk jenang yang mempunyai tingkat preferensi konsumen tertinggi adalah stimuli 10 yang merupakan jenang dengan karakteristik ukuran kemasan 30 pcs, terdapat label yang lengkap pada kemasan, warna original, dan rasa jenang original menjadi stimuli (kombinasi level atribut) yang memiliki tingkat preferensi konsumen tertinggi atau dalam kata lain merupakan desain/konsep produk yang paling diminati oleh sebagian besar responden. Berdasarkan perhitungan Konjoin, Stimuli

10 memiliki nilai kegunaan total sebesar 2,295. Oleh karena itu perusahaan dapat mempertahankan pilihan ukuran kemasan yang saat ini sudah ada dan mempertimbangkan untuk memproduksi desain/konsep produk seperti pada Stimuli 10 karena merupakan kombinasi level atribut yang paling diminati oleh konsumen.



SUMMARY

DIAR HILMI DAMARA, 115040101111020. Analysis of Consumer Preferences for the Jenang Product in Kudus (Case Study for the Jenang Product "Mubarok" at Sinar 33 Store). Guided by Silvana Maulidah, SP.,MP

Food processing industry in Indonesia in number from 2011 to 2013 continued to increase, from 5,564 industries in 2011, 5662 industry in 2012 and 5852 the industry in 2013. This is in line with the efforts of the Central Java provincial government wants to increase economic growth, especially through the role of agro-industries. This is because the agro-industrial sector accounted for 18.74 percent of the GDP of Central Java province. One of the agro-industry engaged in food processing largest in Central Java province is CV. Mubarokfood Cipta Delicia that processes food ingredients into jenang and some other foods such as dodol. This company produces jenang with the brand "Mubarok" where the brand is already well known by the public because of a large market share.

The company produces molten metal under the brand "Mubarok" in 1975 until today, both forms of the product or packaging jenang with the original flavor and the combination has not been changed and the existence of jenang products competitors will provide an opportunity for consumers to switch to other products because the jenang products current This less in line with the wishes of consumers. Therefore, in order to maintain the existence and the existence of consumer products, the company developing the jenang products namely by creating new designs or concepts about the characteristics of the jenang product according to the level of consumer preferences. The purpose of this study were (1) to analyze the product attributes jenang is a priority based on the level of consumer preferences. (2) analyze the stimuli (a combination of attribute level) jenang products that have the highest value of the level of consumer preferences.

The research location determined by purposive with consideration that this location is a sales center Jenang "Mubarok". The study was conducted in 33 shops Sinar Kudus which is a store set up a company to sell products. While the methods of analysis used in this study were (1) qualitative analysis to describe the characteristics of the respondents in the study area (2) quantitative analysis using conjoint analysis (Conjoint Analysis). Meanwhile, to test the questionnaire using validity and reliability test by using SPSS 17.0.

Based conjoint analysis of the four attributes studied, namely; taste, color, size packaging, and labels showed (1) the product attributes jenang is a priority based on the level of consumer preferences is the packaging size attribute with a value of 43.8%. (2) stimuli (a combination of attribute level) jenang product with high levels of consumer preference highest stimuli 10 which is jenang with a characteristic size of the package 30 pcs, there are labels that are complete on the packaging, the color of the original, and a sense of jenang original into stimuli (a combination of attribute level) which has the highest level of consumer preferences, or in other words is a design / concept products most in demand by most respondents. Based Conjoint calculation, Stimuli 10 has a total of 2,295 utility value. Therefore, companies can retain the packaging size options that are now available and considered to produce the design / product concepts such as the

Stimuli level 10 because it is a combination of attributes that are most in demand by consumers.

