



## **Analisis segmentasi, penentuan target, dan posisi pasar gula kelapa kristal beriodium di Jawa Tengah dan Jawa Barat (studi kasus Gendis)**

Wafiq Priyaghinanto Habibie\*, Riana Listanti, Dian Novitasari,

*Teknik Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Indonesia*

### Article history

*Diterima:*

5 Juli 2021

*Diperbaiki:*

14 Juli 2021

*Disetujui:*

29 Agustus 2021

### Keyword

*Iodized crystal coconut sugar;*

*Segmentation;*

*Targeting;*

*Positioning*

### ABSTRACT

*Some of the objectives of this study were: 1) To analyze the segmentation of iodized crystal coconut palm sugar. 2) To recognize the targeting of iodized crystal coconut palm sugar. 3) To Identify the positioning of Gendis iodized crystal coconut palm sugar products. Data collection was carried out online and offline in Purwokerto, where online questionnaires were distributed in several areas in Central Java and West Java. for four months, namely the period December 2020 - March 2021. The population in this study were consumers of iodized crystal coconut palm sugar and its potential consumers. The sampling method in this study used a non-probability sampling method with purposive sampling and snowball sampling techniques. Based on characteristics of the respondents, there are 3 market segments of iodized crystal coconut palm sugar were created. The target market chosen is cluster 2 with the characteristics of respondents aged 41 - 50 years, diploma educational background, housewife profession, and monthly expenses range of Rp1.500.000 - Rp3.000.000. Based on the biplot analysis, the results of the perception mapping by respondents that the most attached to the iodized crystal coconut palm sugar were taste, color, and texture.*



*This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.*

---

\* Penulis korespondensi

Email : wafiqpriyaghinanto@gmail.com

DOI 10.21107/agrointek.v16i1.11063

## PENDAHULUAN

Kabupaten Banyumas merupakan salah satu Kabupaten yang memproduksi gula kelapa kristal. Kabupaten Banyumas dapat memproduksi gula kelapa kristal sebesar 8.488.800 kg/tahun dengan luas lahan kelapa deres sebesar 5.150.656 Ha dan mampu mengekspor gula kelapa kristal sebesar 500-2.000 ton/bulan dengan harga jual sebesar US \$ 2,00-3,00/kg (Disperindag Kabupaten Banyumas 2017). Kabupaten Banyumas menjadi salah satu daerah sentral penghasil gula kelapa kristal yang ikut serta mendukung pemerintah dalam upaya diversifikasi gula. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa produksi gula kelapa kristal di Kabupaten Banyumas cukup potensial untuk dikembangkan lebih baik lagi. Salah satu inovasi yang dikembangkan di Kabupaten Banyumas adalah gula kelapa kristal beriodium.

Gula kelapa kristal beriodium merupakan produk baru dan satu-satunya di pasaran khusus di wilayah Kabupaten Banyumas. Gula ini berbentuk kristal yang diperkaya dengan iodium. Salah satu nilai lebih gula kelapa kristal beriodium yaitu dapat mencegah penyakit gondok. Menurut Mustaufik *et al.* (2014) pengembangan gula kelapa kristal yang ditambah iodium adalah salah satu alternatif solusi yang tepat untuk menanggulangi masalah (GAKI) Gangguan Akibat Kekurangan Iodium. Gula kelapa kristal beriodium juga memiliki daya simpan yang lebih lama dibandingkan dengan gula kelapa cetak dan memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi. Produsen gula kelapa kristal beriodium yang ada di Kabupaten Banyumas adalah CV. Gendis.

CV. Gendis merupakan produsen gula kelapa kristal beriodium yang terletak di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. CV. Gendis mulai merintis usahanya pada tahun 2017, didasari penelitian yang dilakukan oleh dosen Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman mengenai fortifikasi iodium pada gula kelapa dan adanya masalah penderita gondok di Kabupaten Banyumas khususnya Kecamatan Baturraden, sehingga CV. Gendis meluncurkan produk gula kelapa kristal beriodium untuk mengatasi masalah tersebut dengan nama *brand* Gendis. Gendis memiliki berbagai macam kemasan dan ukuran, kemasan yang tersedia yaitu kemasan plastik, kemasan dus, *sachet*, dan *stand up pouch*, sedangkan ukuran yang tersedia yaitu 8

gram (*sachet*), 10 gram (*sachet*), 100 gram, 250 gram, 500 gram, dan 1 kilogram.

Gula kelapa kristal beriodium dapat dikatakan produk baru yang ada di pasaran, karena berbeda dengan produk yang sejenis. Strategi segmentasi, penentuan target dan posisi pasar digunakan untuk mendukung keberhasilan pemasaran gula kelapa kristal beriodium sebagai produk baru, sehingga gula kelapa kristal beriodium dapat diterima dan dikonsumsi masyarakat secara luas.

## METODE

Bagian ini berisi uraian jelas tentang Pengambilan data dilakukan secara *online* dan *offline*, dimana untuk kuesioner *online* disebar di beberapa wilayah yang ada di Jawa Tengah dan Jawa Barat selama empat bulan, yaitu pada bulan Desember 2020 – Maret 2021. Pada penelitian ini obyek penelitian yang dikaji adalah strategi segmentasi, penentuan target, dan posisi pasar gula kelapa kristal beriodium. Alat yang digunakan dalam penelitian ini meliputi software aplikasi *Microsoft Word*, *Microsoft Excel*, *IBM Statistical Product and Service Solutions (SPSS) 25* dan *Minitab 19*, sedangkan bahan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi hasil wawancara dengan pihak Gendis dan data pengisian kuesioner oleh responden.

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengonsumsi gula kelapa kristal beriodium Gendis dan konsumen potensial yang tidak diketahui jumlahnya. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* dipilih karena kriteria sampel sudah ditentukan oleh peneliti, yaitu konsumen gula kelapa kristal beriodium Gendis dan konsumen potensial (konsumen gula kelapa cetak atau gula kelapa kristal, keturunan diabetes, dan penderita gondok), sehingga diharapkan dapat menjawab tujuan penelitian. Jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui banyaknya sehingga pengambilan sampel pada penelitian ini perlu dihitung menggunakan rumus minimal sampel penelitian. Salah satu rumus minimal sampel penelitian yaitu rumus Purba (2006). Berikut merupakan rumus Purba (2006) untuk menghitung minimal sampel dalam penelitian ini:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel minimal yang diperlukan

$z$  = tingkat kepercayaan (ditentukan sebesar 95 % = 1,96)

Moe = margin of error, tingkat kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi sebesar 10 % atau 0,10

Dengan menggunakan rumus tersebut maka dihasilkan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,10)^2}$$

$$n = 96,04 \approx 97$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Purba (2006) jumlah minimal sampel yang digunakan sebanyak 97 orang. Berdasarkan pustaka tersebut jumlah sampel yang digunakan sebanyak 98 orang. Jumlah tersebut dipilih karena sudah memenuhi syarat minimal sampel dan sesuai dengan syarat dalam analisis data dengan *cluster hierarki* yaitu jumlah sampel harus kurang dari 100 orang (Rizki, 2013). Metode pengambilan sampel yang digunakan peneliti selain *purposive sampling* adalah *snowball sampling*. Teknik *snowball sampling* digunakan karena jumlah populasi yang tidak diketahui, dimana responden akan memberi masukan kepada peneliti terkait individu lain yang sesuai dengan kriteria untuk dijadikan responden agar responden dapat bertambah.

Variabel yang diamati dalam penelitian ini yaitu segmentasi, penentuan target, dan posisi pasar gula kelapa kristal beriodium. Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap yaitu uji validitas, uji reliabilitas, identifikasi profil konsumen gula kelapa kristal beriodium Gendis, dan identifikasi atribut gula kelapa kristal beriodium Gendis.

Uji validitas digunakan untuk menyatakan valid atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2009). Apabila pertanyaan tidak berhubungan, maka pertanyaan tersebut tidak valid dan akan dihilangkan atau diganti dengan pertanyaan lain (Umar, 2000). Langkah yang dilakukan untuk mengukur validitas adalah dengan meminta 30 responden menjawab pertanyaan yang ada. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment Pearson* yang ditulis sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - \sum X - \sum Y}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum x)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

$r$  = koefisien korelasi

$n$  = jumlah responden

$X$  = skor masing-masing pertanyaan

$Y$  = skor total pertanyaan

Uji reliabilitas merupakan derajat ketelitian, ketepatan, atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen penelitian (Umar, 2013). Pengukuran dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik jika hasil pengukuran yang dilakukan berulang mendapatkan hasil yang relatif sama (Suliyanto, 2005). Uji reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach* yang rumusnya ditulis sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{\sum S_{b^2}}{S_{t^2}}\right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyak butir pertanyaan

$\sum S_{b^2}$  = jumlah deviasi standar butir

$S_{t^2}$  = deviasi standar total

Hasil pengisian kuesioner oleh responden yang berupa profil responden dianalisis menggunakan analisis *cluster* dengan bantuan aplikasi *IBM Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) 25, sehingga didapatkan segmentasi dan penentuan target gula kelapa kristal beriodium. Metode pengelompokan yang digunakan dalam analisis *cluster* pada penelitian ini yaitu dengan metode *hierarki*. Metode ini dimulai dengan mengelompokkan dua atau lebih obyek yang mempunyai kesamaan paling dekat, kemudian dilanjutkan ke objek lain yang memiliki kedekatan kedua sampai dengan seterusnya, sehingga akan menghasilkan *hierarki* antar objek (Rizki, 2013). Hasil pengisian kuesioner oleh responden yang berupa persepsi responden terhadap atribut gula kelapa kristal beriodium dianalisis menggunakan analisis *biplot* dengan bantuan aplikasi *Minitab 19*, sehingga didapatkan posisi pasar dari gula kelapa kristal beriodium.

Analisis tabulasi silang dilakukan untuk menemukan variabel yang memiliki hubungan atau korelasi yang signifikan antara karakteristik profil responden dengan kesan responden terhadap gula kelapa kristal beriodium. Menurut Kardani (2017) variabel yang memiliki hubungan

atau korelasi signifikan antara karakteristik responden dan kesan responden terhadap gula kelapa kristal beriodium, dijadikan variabel dalam penentuan segmentasi gula kelapa kristal beriodium.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa alat penelitian atau kuesioner yang digunakan pada penelitian ini dinyatakan valid karena nilai  $r$  hitung setiap variabel pertanyaan pada kuesioner tentang derajat kepentingan atribut gula kelapa kristal beriodium lebih besar dari  $r$  tabel yang bernilai 0,3494

### Identifikasi Profil Responden

Berdasarkan jenis kelamin, karakteristik responden penelitian terdiri dari responden laki-laki sebesar 27,55 persen dan responden perempuan sebesar 72,45 persen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian adalah responden perempuan. Hal tersebut dikarenakan perempuan memiliki gaya hidup konsumtif (Fitria, 2015), selain itu yang mengalami gangguan kekurangan iodium mayoritas adalah ibu hamil dan menyusui sehingga memungkinkan responden perempuan menjadi bertambah (Kartono dan Supadmi 2013; Mulyantoro, 2017). Hal lain yang mendukung banyaknya jumlah responden perempuan adalah karena perempuan lebih responsif jika dibandingkan dengan responden laki-laki.

Dilihat dari usia, diketahui bahwa mayoritas responden penelitian didominasi oleh usia 21-30 tahun yaitu sebanyak 32,65 persen. Hal ini terjadi karena masyarakat belum terbiasa dengan penggunaan gula kelapa dalam sehari-hari. Namun, hal ini tidak berlaku bagi generasi milenial atau generasi muda yang berada pada usia 21-30 tahun, karena generasi milenial lebih bisa menerima sesuatu hal yang baru. Menurut Sari *et al.* (2018) kisaran usia generasi milenial yaitu sekitar 19-34 tahun. Hal ini juga dikarenakan penyebaran sebagian kuesioner dilakukan secara *online* dimana generasi milenial lebih paham akan teknologi atau pengisian kuesioner secara *online*, sehingga memungkinkan responden penelitian didominasi dengan usia muda.

Karakteristik responden penelitian berdasarkan status pernikahan diketahui bahwa responden dengan status menikah sebesar 65,31 persen dan responden dengan status belum

menikah sebesar 34,69 persen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian telah memiliki keluarga. Hal tersebut dikarenakan produk gula merupakan salah satu kebutuhan pokok rumah tangga (Said, 2007) yang dikonsumsi sehari-hari, sehingga orang yang sudah berumah tangga akan membeli gula untuk memenuhi kebutuhan pokoknya.

Dilihat dari tingkat pendidikan terakhir, mayoritas responden penelitian memiliki latar belakang pendidikan di bawah Diploma sebesar 64,29 persen. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar responden penelitian memiliki latar belakang pendidikan di bawah Diploma. Hal tersebut sesuai dengan responden penelitian yang sebagian besar berprofesi sebagai ibu rumah tangga. Menurut Telaumbanua dan Nugraheni (2018) mayoritas ibu rumah tangga berpendidikan rendah atau SMA ke bawah. Hal ini juga berkaitan dengan responden penelitian yang mayoritas berstatus sebagai ibu rumah tangga dan mahasiswa, masing-masing sebanyak 35,71 persen ibu rumah tangga dan 27,55 persen mahasiswa.

Berdasarkan klasifikasi pekerjaan atau profesi, responden paling banyak berstatus sebagai ibu rumah tangga yaitu sebesar 35,71 persen. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian berprofesi sebagai ibu rumah tangga, karena ibu rumah tangga berperan mengatur pembelian dalam rumah tangga. Hal ini sesuai dengan pendapat Vermila (2016) yang menyatakan bahwa ibu rumah tangga memiliki peran lebih dalam pengambilan keputusan pembelian bahan pokok pada rumah tangga dan memiliki waktu lebih untuk berbelanja.

Berdasarkan data kuesioner yang diperoleh diketahui bahwa responden penelitian mayoritas memiliki pendapatan per bulan sebesar kurang dari Rp1.500.000 dengan presentase 40,82 persen. Hal ini dikarenakan UMR di Kabupaten Banyumas yang masih rendah. Batas pendapatan rumah tangga untuk mencapai kondisi tahan pangan di kota Purwokerto adalah >Rp1.100.000/bulan dan upah minimum di Kabupaten Banyumas masih dibawah Rp2.000.000 (Barokatuminalloh dan Widayaningsih, 2011; BPS Provinsi Jawa Tengah 2021). Hal tersebut juga sesuai dengan responden penelitian yang berstatus sebagai mahasiswa cukup dominan yaitu sebanyak 27,55 persen dari keseluruhan responden penelitian, dimana rata-

rata mahasiswa belum memiliki pendapatan per bulan sendiri.

Dilihat dari pengeluaran per bulan, dapat diketahui bahwa responden penelitian mayoritas memiliki pengeluaran per bulan sebesar kurang dari Rp1.500.000 dengan presentase 43,88 persen. Hal tersebut sesuai dengan data (BPS Kabupaten Banyumas, 2021) yang menyatakan bahwa pengeluaran per kapita Kabupaten Banyumas yaitu sekitar Rp500.000 – Rp2.000.000. Hal ini juga berkaitan dengan pendapatan per bulan responden penelitian yang mayoritas memiliki pendapatan per bulan sebesar kurang dari Rp1.500.000.

### Analisis Tabulasi Silang

Analisis tabulasi silang pada penelitian ini digunakan untuk menemukan variabel yang memiliki hubungan atau korelasi yang signifikan antara karakteristik profil responden dengan kesan responden terhadap gula kelapa kristal beriodium. Variabel dapat dinyatakan terdapat hubungan atau korelasi jika nilai tabulasi silang kurang dari 0,1. Berikut merupakan hasil uji tabulasi silang pada penelitian ini terlihat pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa variabel karakteristik responden yang memiliki hubungan atau korelasi dengan kesan responden

terhadap gula kelapa kristal beriodium yaitu variabel usia, tingkat pendidikan, profesi, dan pengeluaran per bulan.

### Analisis Cluster

Analisis *cluster* pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh dari kuesioner berupa profil responden gula kelapa kristal beriodium dengan bantuan aplikasi *IBM SPSS Statistics 25*. Kuesioner yang sudah terkumpul berjumlah 98 responden. Hasil dari analisis ini akan digunakan sebagai acuan dalam menentukan segmentasi dan penentuan target gula kelapa kristal beriodium. Segmentasi pasar dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, status pernikahan, tingkat pendidikan, profesi, pendapatan per bulan, dan pengeluaran per bulan.

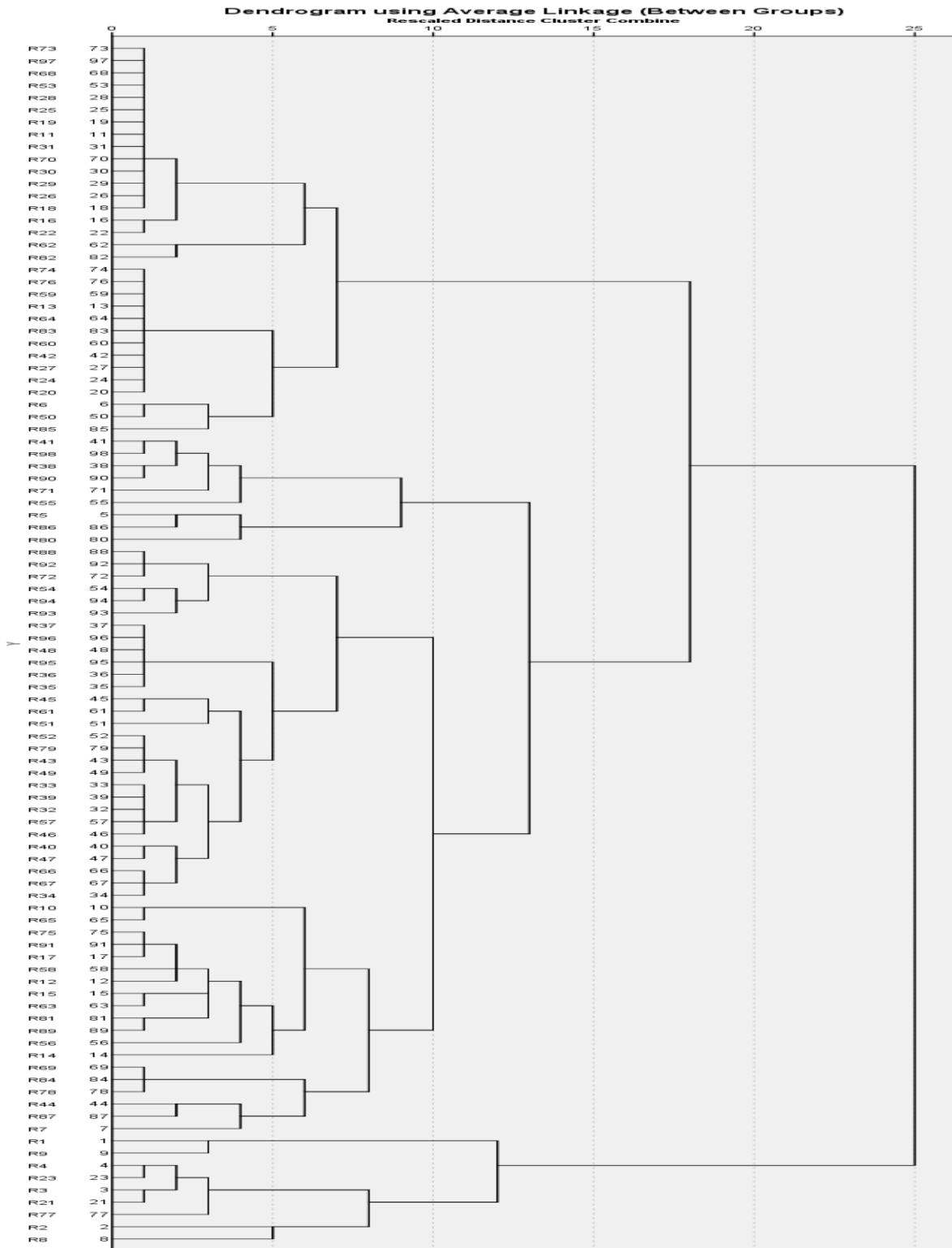
Analisis *cluster* yaitu teknik analisa data yang memiliki tujuan untuk mengelompokkan objek ke dalam beberapa kelompok yang mempunyai karakteristik berbeda tiap kelompok, sehingga objek yang berada dalam satu kelompok akan memiliki karakteristik yang relatif homogen (Talaku *et al.*, 2017). Langkah selanjutnya yaitu menilai dan memutuskan jumlah *cluster* yang akan digunakan berdasarkan *dendogram* yang terbentuk (Gambar 1).

Tabel 1 Ringkasan Hasil Uji Tabulasi Silang

Variabel	Chi Square		Korelasi
	Value	Asy. Sig	
Jenis Kelamin* Kesan	0,062	0,105	Tidak signifikan
Usia* Kesan	0,133	0,930	Signifikan
Status Pernikahan* Kesan	0,119	0,112	Tidak signifikan
Tingkat Pendidikan* Kesan	0,049	0,088	Signifikan
Profesi* Kesan	0,265	0,095	Signifikan
Pendapatan per Bulan* Kesan	0,045	0,101	Tidak signifikan
Pengeluaran per Bulan* Kesan	0,060	0,095	Signifikan

Tabel 2 Hasil Analisis *Cluster Hierarki*

Variabel	Cluster		
	1	2	3
Usia	31-40	41-50	21-30
Tingkat Pendidikan	S2	Diploma	Dibawah Diploma
Profesi	Wiraswasta	Ibu rumah tangga	Mahasiswa
Pengeluaran per Bulan	Rp4.500.000 - Rp6.000.000	Rp1.500.000 - Rp3.000.000	<Rp1.500.000
Kesan	Setuju	Setuju	Setuju
Presentase	9,19 %	58,16 %	32,65 %



Gambar 1 Output *Dendrogram*

Berdasarkan *dendrogram* yang dihasilkan (Gambar 1), dapat diketahui bahwa ada beberapa pilihan jumlah *cluster* yang dapat digunakan. Menurut Rizki (2013) agar mendapatkan *cluster* yang memiliki kemiripan paling dekat, maka jarak yang dipilih yaitu *cluster* yang memiliki jarak

paling kecil. Berdasarkan hasil *dendrogram* tersebut maka dipilih 3 *cluster* yang berada di rentang 7-13. *Cluster* yang didapatkan dikelompokkan menurut kemiripan berdasarkan usia, status pernikahan, tingkat pendidikan, rofesi, pendapatan per bulan, dan pengeluaran per bulan.

Berdasarkan hasil analisis *cluster hierarki* yang sudah dilakukan (Tabel 1), dapat diketahui bahwa terdapat 3 *cluster* yang terbentuk. Menurut Umar (2000) ukuran segmen dan kemenarikan struktural segmen merupakan faktor yang dijadikan acuan dalam mengevaluasi dan memutuskan segmen pasar mana yang akan dipilih sebagai pasar sasaran. Dilihat berdasarkan ukuran segmen, *cluster 2* memiliki jumlah responden yang paling besar yaitu sebanyak 58,16 persen, sedangkan *cluster 1* dan *cluster 3* memiliki ukuran segmen yang lebih kecil daripada *cluster 2*. Jika dilihat dari kemenarikan struktural segmen semua *cluster* sama menariknya karena memiliki kesan suka terhadap gula kelapa krsital beriodium. Kesan suka terhadap produk gula kelapa kristal beriodium sangat penting karena memengaruhi daya tarik untuk jangka panjang. Oleh karena itu, *cluster 2* ditetapkan sebagai pasar sasaran gula kelapa kristal beriodium karena memiliki kesan suka terhadap produk gula kelapa kristal beriodium dan memiliki ukuran segmen yang lebih besar dibanding *cluster* lainnya dengan karakteristik respondennya berusia 41-50 tahun, tingkat pendidikan terakhir Diploma, profesi ibu rumah tangga, dan pengeluaran per bulan Rp1.500.000 - Rp3.000.000.

#### **Identifikasi Atribut**

Berdasarkan data persepsi responden penelitian dilihat dari atribut harga, dengan pernyataan di kuesioner produk gula kelapa kristal beriodium termasuk ke dalam golongan harga yang terjangkau dapat diketahui bahwa 60,20 persen responden menjawab setuju harga gula kelapa kristal beriodium termasuk ke dalam golongan harga terjangkau dan sangat setuju harga gula kelapa kristal beriodium termasuk ke dalam golongan harga terjangkau sebanyak 19,40 persen. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian menganggap harga gula kelapa krsital beriodium termasuk ke dalam golongan harga yang terjangkau, karena harga gula kelapa kristal beriodium masih tergolong rendah bahkan jika dibandingkan dengan harga gula kelapa tanpa iodium di pasaran. Hal ini juga sesuai dengan data *e-commerce* (Tokopedia dan Shopee) terkait harga gula kelapa tanpa iodium dengan ukuran kemasan 250 gram yaitu berkisar antara Rp15.000 – Rp45.000, sedangkan harga gula kelapa kristal beriodium dengan ukuran kemasan 250 gram seharga Rp12.000.

Persepsi responden penelitian dilihat dari atribut rasa, dengan pernyataan di kuesioner suka

rasa produk gula kelapa kristal beriodium dapat diketahui bahwa responden yang menjawab setuju dengan rasa gula kelapa kristal beriodium sebanyak 65,31 persen dan sangat setuju dengan rasa gula kelapa kristal beriodium sebanyak 25,51 persen. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyukai rasa gula kelapa kristal beriodium karena memiliki rasa yang enak (masih sama dengan rasa gula kelapa aslinya). Menurut Naufalin *et al.* (2004) gula kelapa kristal beriodium merupakan gula kelapa kristal yang difortifikasi dengan iodium, tetapi tidak merubah rasa, warna, dan aromanya.

Dilihat dari atribut warna, dengan pernyataan di kuesioner warna gula kelapa kristal beriodium sudah sesuai dengan harapan responden dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab setuju warna gula kelapa krsital beriodium sudah sesuai dengan harapan sebanyak 64,29 persen, dan sangat setuju warna gula kelapa krsital beriodium sudah sesuai dengan harapan sebanyak 25,51 persen. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap warna gula kelapa kristal beriodium yang sudah sesuai dengan harapan responden karena berwarna cokelat muda atau cerah dan warnanya yang sama dengan gula kelapa biasa. Hal tersebut menjadi bukti bahwa menurut Mustaufik *et al.* (2014) dan Naufalin *et al.* (2004) gula kelapa kristal beriodium yang berbahan dasar nira murni atau bermutu I memiliki warna cokelat muda atau cerah dan gula kelapa kristal yang difortifikasi dengan iodium tidak akan merubah warna. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa fortifikasi iodium pada gula kelapa kristal tidak merubah warna aslinya.

Persepsi responden penelitian dilihat dari atribut tekstur, dengan pernyataan di kuesioner suka dengan tekstur gula kelapa kristal beriodium dapat diketahui bahwa sebanyak 69,39 persen responden menjawab setuju dengan tekstur gula kelapa kristal beriodium dan 23,47 persen responden menjawab sangat setuju dengan tekstur gula kelapa kristal beriodium. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju dengan tekstur produk gula kelapa kristal beriodium yang halus. Hal ini sesuai dengan pendapat Mustaufik *et al.* (2014) yang menyatakan bahwa gula kelapa kristal beriodium akan memiliki mutu I jika bentuk kristalnya halus.

Berdasarkan data persepsi responden penelitian dilihat dari atribut kemasan, dengan pernyataan di kuesioner kemasan produk gula

kelapa kristal beriodium menarik dapat diketahui bahwa responden yang menjawab setuju kemasan gula kelapa kristal beriodium menarik sebanyak 62,24 persen, dan responden yang menjawab sangat setuju kemasan gula kelapa kristal beriodium menarik sebanyak 29,60 persen. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemasan gula kelapa kristal beriodium sekarang menarik bagi sebagian besar responden karena dikemas menggunakan plastik *standing pouch*. Menurut Mustaufik *et al.* (2014) gula kelapa kristal beriodium yang dikemas menggunakan plastik mampu meningkatkan *branded* secara nyata. Alasan lainnya yaitu kemasan *standing pouch* memungkinkan penggunaan menjadi lebih praktis karena mudah dibuka dan ditutup kembali.

Dilihat dari atribut nutrisi, dengan pernyataan di kuesioner responden mengetahui kandungan nutrisi pada produk gula kelapa kristal beriodium dapat diketahui bahwa responden penelitian menjawab 55,10 persen setuju mengetahui kandungan nutrisi pada produk gula kelapa kristal beriodium, diikuti dengan netral sebanyak 22,45 persen, sangat setuju mengetahui kandungan nutrisi pada produk gula kelapa kristal beriodium sebanyak 11,23 persen, tidak setuju mengetahui kandungan nutrisi pada produk gula kelapa kristal beriodium sebanyak 10,20 persen, dan sangat tidak setuju mengetahui kandungan nutrisi pada produk gula kelapa kristal beriodium sebanyak 1,02 persen. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa hanya sekitar 66 persen responden penelitian yang menilai gula kelapa kristal beriodium dari nutrisinya. Hal tersebut menunjukkan bahwa 34 persen responden penelitian belum memperhatikan gula kelapa kristal beriodium dari nutrisinya, dikarenakan pada kemasan gula kelapa kristal beriodium ini belum tercantum label komposisi produk dan legalitas seperti BPOM RI.

Berdasarkan data persepsi responden penelitian dilihat dari atribut manfaat, dengan pernyataan di kuesioner responden merasakan manfaat mengonsumsi gula kelapa kristal beriodium dapat diketahui bahwa responden menjawab sangat setuju sebanyak 9,18 persen dan responden menjawab setuju sebanyak 41,84 persen, karena sudah mengetahui dan merasakan manfaatnya. Sisanya sebanyak 32,65 persen responden menjawab netral dan 16,33 persen responden menjawab tidak setuju karena belum mengetahui manfaatnya. Hal tersebut dikarenakan pada kemasan gula kelapa kristal beriodium tidak

ada label mengenai informasi nilai gizi produk dan belum merasakan manfaatnya karena bukan konsumen melainkan *potential market*.

Dilihat dari atribut promosi, dengan pernyataan di kuesioner responden mengetahui gula kelapa kristal beriodium dari promosi dapat diketahui bahwa sebagian besar responden penelitian yang menjawab tidak setuju mengetahui gula kelapa kristal beriodium dari promosi sebanyak 42,86 persen. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar responden belum mengetahui produk gula kelapa kristal beriodium dari promosi, karena baru mengetahui produk gula kelapa kristal beriodium ketika pengisian kuesioner. Promosi menjadi salah satu aspek yang penting dalam pemasaran suatu produk, termasuk produk gula kelapa kristal beriodium. Salah satu fungsi promosi yaitu sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian barang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan (Lupiyoadi, 2014). CV. Gendis perlu meningkatkan lagi promosi agar masyarakat lebih mengenal gula kelapa kristal beriodium. Bentuk promosi yang dapat dilakukan CV. Gendis antara lain pengadaan diskon atau potongan harga kepada konsumen secara berkala dalam periode tertentu (Kardani, 2017) dan pemanfaatan brosur yang memuat gambar serta keterangan mengenai produk (Nisa, 2018), sehingga diharapkan gula kelapa kristal beriodium dapat diterima dan dikonsumsi masyarakat secara luas.

#### **Analisis Biplot**

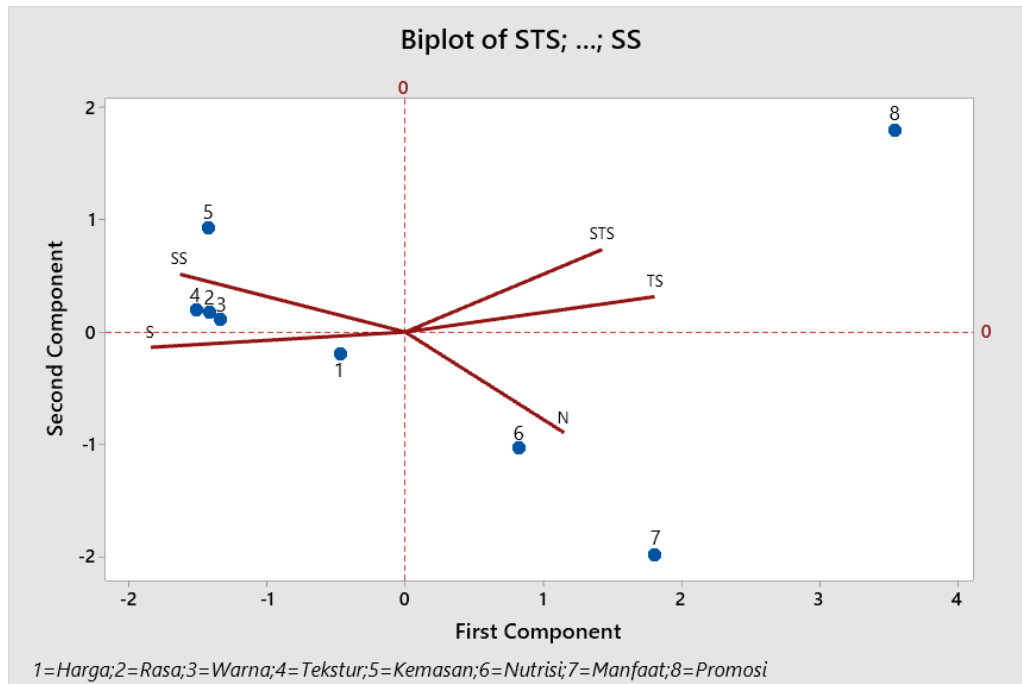
Menurut Anuraga (2015) *biplot* merupakan salah satu cara untuk menggambarkan data yang berasal dari tabel ringkasan menjadi grafik berdimensi dua. Penggunaan analisis *biplot* diharapkan dapat mengetahui kedekatan antar objek yang diamati dalam hal ini yaitu kedekatan antar atribut gula kelapa kristal beriodium. Atribut gula kelapa kristal beriodium yang digunakan untuk mengetahui preferensi responden berdasarkan derajat kepentingan pada penelitian ini sebanyak 8 atribut. Kedelapan atribut tersebut antara lain harga (1), rasa (2), warna (3), tekstur (4), kemasan (5), nutrisi (6), manfaat (7), dan promosi (8). Responden melakukan preferensi terhadap atribut gula kelapa kristal beriodium dengan sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Hasil dari analisis *biplot* akan diketahui atribut berdasarkan derajat kepentingannya, sehingga analisis *biplot* akan dijadikan sebagai acuan dalam



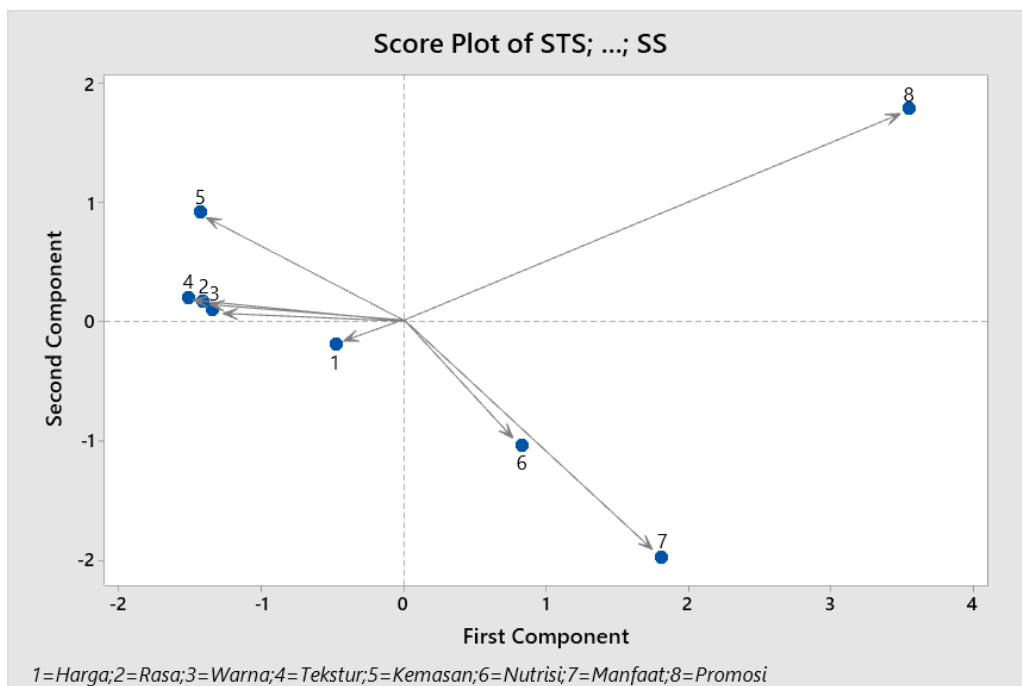
menyusun posisi pasar gula kelapa kristal beriodium.

Berdasarkan hasil analisis *biplot* (Gambar 2), dapat diketahui bahwa garis peubah S (Setuju) terlihat sangat panjang karena di sekitar garis tersebut terdapat cukup banyak atribut, yaitu harga, rasa, warna, dan tekstur. Atribut rasa,

warna, tekstur, dan kemasan memengaruhi garis peubah SS (Sangat Setuju), akan tetapi tidak sepanjang garis peubah S (Setuju). Atribut nutrisi dan manfaat terdapat pada garis peubah N (Netral). Atribut promosi terdapat diantara garis peubah TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju).



Gambar 2 Hasil *Biplot* Preferensi Responden Terhadap Atribut Gula Kelapa Kristal Beriodium



Gambar 3 Hasil *Biplot* Keragaman Atribut Gula Kelapa Kristal Beriodium

Hasil dari analisis *biplot* juga akan diketahui hubungan atau korelasi antar peubah (Gambar 3). Menurut Rizki (2013) Hubungan atau korelasi antar atribut dapat diketahui berdasarkan sudut yang terbentuk dari dua garis. Semakin kecil sudut yang terbentuk, maka semakin tinggi hubungan atau korelasi antar atribut tersebut, sedangkan semakin besar sudut yang terbentuk, maka semakin rendah hubungan atau korelasi antar atribut. Jika membentuk sudut siku-siku maka tidak ada korelasi antara kedua atribut tersebut. Berdasarkan Gambar 3 dapat diketahui bahwa atribut rasa, warna, dan tekstur searah dengan kesan setuju, artinya ketiga atribut tersebut memiliki kesan yang positif dalam persepsi konsumen, sehingga dengan adanya proses fortifikasi iodium rasanya masih sama dengan gula kelapa pada umumnya (Naufalin *et al.*, 2004), warna cokelat muda, dan karena bentuknya kristal maka memiliki mutu I atau teksturnya halus (Mustaufik *et al.*, 2014). Gambar 2 juga menunjukkan korelasi positif antara atribut rasa dengan tekstur dan warna. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa jika responden merasakan rasa yang baik dari gula kelapa kristal beriodium, maka konsumen mempunyai persepsi yang baik pula terhadap atribut tekstur dan warna. Responden penelitian belum menilai dari atribut nutrisi dan manfaat dikarenakan tidak adanya label mengenai informasi nilai gizi produk, komposisi produk, dan label legalitas seperti BPOM RI pada kemasan produk, selain itu alasan lain atribut nutrisi dan manfaat tidak diperhatikan oleh responden penelitian karena sebagian responden penelitian ini yaitu *potential market*, sehingga belum merasakan manfaat yang ada pada gula kelapa kristal beriodium.

### KESIMPULAN

Berdasarkan karakteristik responden terdapat 3 segmen pasar gula kelapa kristal beriodium yang terbentuk. Target pasar yang dipilih yaitu *cluster* 2 dengan karakteristik responden berusia 41-50 tahun, tingkat pendidikan terakhir Diploma, profesi ibu rumah tangga, dan pengeluaran per bulan Rp1.500.000 - Rp3.000.000. Berdasarkan analisis *biplot*, didapatkan hasil pemetaan persepsi oleh responden yang paling melekat terhadap gula kelapa kristal beriodium adalah atribut rasa, warna, dan tekstur, maka strategi yang perlu dilakukan adalah mempertahankan citra merek yang telah melekat tersebut agar tetap bertahan di tengah persaingan pasar.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Unsoed atas pendanaan penelitian ini melalui Riset Dosen Pemula (RDP BLU Unsoed) Tahun 2020.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anuraga, G. 2015. Analisis biplot untuk pemetaan karakteristik kemiskinan pada Kabupaten/Kota di Jawa Timur. *J Statistika*, 7:25–34.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas. 2021. *Kabupaten Banyumas dalam Angka 2021*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas, Purwokerto.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. 2021. *Provinsi Jawa Tengah dalam Angka 2021*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, Semarang.
- Barokatuminalloh, N. Widayaningsih. 2011. Analisis Ketahanan Pangan Rumah Tangga Perkotaan di Kota Purwokerto Kabupaten Banyumas. Universitas Jenderal Soedirman.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyumas. 2017. *Eksportir Gula Kelapa Terbesar dan Harga Jual Gula Kelapa Kristal Organik di Kabupaten Banyumas Tahun 2017*. Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Banyumas.
- Fitria, E. M. 2015. Dampak online shop di instagram dalam perubahan gaya hidup konsumtif perempuan shopaholic di Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 3:117–128.
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. 4th Ed.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kardani. 2017. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Restoran Termonal O Bogor untuk Menentukan Strategi Pemasaran. Institut Pertanian Bogor.
- Kartono, D., S. Supadmi. 2013. Kelebihan asupan iodium yang kronik pada ibu menyusui dan bayinya. *Penelitian Gizi dan Makanan*, 36:103–112.
- Lupiyoadi, R. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa. 3rd Ed.* Salemba Empat, Jakarta.

- Mulyantoro, D. K. 2017. Perlukah wanita hamil mendapat suplementasi iodium? *MGMI*, 8:137–150.
- Mustaufik, Tobari, N. Hidayat. 2014. Peningkatan mutu produksi dan pemasaran gula semut beriodium di Koperasi Serba Usaha (KSU) Ligasirem Sumbang Banyumas. *Jurnal Performance*, 19.
- Naufalin, R., B. Sustriawan, P. Arsil. 2004. Fortifikasi iodium dalam gula kelapa: pengaruh saat fortifikasi dan sumber iodium. *Jurnal Teknol. dan Industri Pangan*, XV:227–231.
- Nisa, N. C. 2018. Analisis Posisi pasar PT Pos Indonesia (Persero) dalam Industri Jasa Pengiriman Barang di Kota Bogor. Institut Pertanian Bogor.
- Purba, R. 2006. *Measuring Customer Perception Through Factor Analysis*. The Asian Manager.
- Rizki, D. A. 2013. Analisis Presepsi Konsumen dan Strategi Pemasaran Beras Anlog (*Analog Rice*). Institut Pertanian Bogor.
- Said, A. 2007. *Pembuatan Gula Kelapa*. Ganeca Exact, Jakarta.
- Sari, S. R., I. A. Wibowo, R. C. Devianto. 2018. Perilaku generasi milenial dalam menggunakan aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6:240–249.
- Suliyanto. 2005. *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Ghalia, Bogor.
- Talakua, M. W., Z. A. Leleury, A. W. Talutta. 2017. Analisis cluster dengan menggunakan metode k-means untuk pengelompokan kabupaten/kota di Provinsi Maluku berdasarkan indikator indeks pembangunan manusia tahun 2014. *Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 11:119–128.
- Telaumbanua, M. M., M. Nugraheni. 2018. Faktor yang mempengaruhi upaya ibu rumah tangga dalam meningkatkan kesejahteraan sosial. *Jurnal PKS*, 17:217–226.
- Umar, H. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia, Jakarta.
- Umar, H. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Vermila, C. W. M. 2016. Analisis karakteristik konsumen yang berbelanja sembilan bahan pokok (sembako) di pasar tradisional dan pasar moderen di Kecamatan Marpoyan Mamai Kota Pekanbaru. *Jurnal Agribisnis*, 18(2).