

## PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PANCAKE DARI TEPUNG SUKUN

Sitti Rosipah, Burhan, Umi Purwandari,  
Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura,  
Korespondensi : Jln. Raya Telang, PO Box 2 Kamal, Madura, Jawa Timur 69162

### ABSTRACT

*Preference of food product is influenced by personal characteristics (age, sex, education, income, and nutrient knowledge), food characteristics (taste, shape, and texture) and also surroundings characteristics (job, number of family, mobility, and season). Pancake has some attributes such as texture, colour, taste, and aroma. These attributes will influence consumer likes. The aims of this research are to determine the attributes of consumer preference appraisal and to know the order of consumer preference toward pancake made of breadfruit flour. The method used in this research is conjoint analysis. Attributes and their level is determined by asking for some respondents (questionnaire) to collect data of consumer preference of this product. The results (measured by utility value) of this research are: texture (rather soft) 0,029; colour (golden yellow) 0,112; taste (sweet) 0,021; and aroma (usual) 0,566. The priority of consumer's decision making toward pancake made of breadfruit are: aroma (49,745%), texture (19,925%), colour (19,628%), and taste (10,702%).*

**Keywords: consumer preference, attributes, pancake, breadfruit, flour, conjoint method, priority**

### PENDAHULUAN

*Pancake* adalah makanan yang terbuat dari tepung terigu yang diragikan dengan ragi roti dan dipanggang di dalam adonan boleh ditambah dengan garam, gula, susu atau bubuk susu, lemak, dan bahan-bahan pelezat, seperti coklat, kismis, sukade, dan sebagainya. *Pancake* tersebut memakai tepung terigu sebagai bahan dasar. Hal inilah yang menjadi alasan harga *pancake* yang relatif mahal (Setyawan 2007).

Kebutuhan masyarakat yang besar terhadap tepung terigu akibat dari bertambahnya berbagai usaha pengolahan makanan. Tepung terigu merupakan bahan makanan yang ideal untuk produk mie, roti, makanan ringan sehingga kebutuhan tepung secara nasional terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Kenaikan permintaan ini tidak diimbangi oleh ketersediaan tepung terigu sehingga produsen terigu masih mengimpor gandum dari luar negeri karena tanaman padi-padian ini belum bisa dibudidayakan secara besar-besaran di Indonesia. Pada tahun 2009 jumlah impor tepung terigu tercatat 646,7 ribu ton sekitar

14,2% dari total konsumsi tepung terigu nasional sebesar 4,6 juta ton sedangkan produksinya sebanyak 3,9 juta ton. Diperkirakan, permintaan tepung terigu pada 2014 akan mencapai 5,7 juta ton atau tumbuh sekitar 7,4% Kondisi menunjukkan bahwa Indonesia sangat tergantung dari Negara lain dalam hal kebutuhan tepung terigu (Krusdiana 2010).

Salah satu cara untuk mengatasi permasalahan ketergantungan industri tepung nasional terhadap bahan baku impor tersebut yaitu diversifikasi pangan yang akan mendukung ketahanan pangan nasional dengan memanfaatkan bahan pangan alternatif berupa tepung alternatif. Tepung sukun yang berbahan baku lokal merupakan salah satu alternatif untuk mengatasi permasalahan ketergantungan industri tepung nasional sekaligus menambah nilai ekonomis dari sukun.

Menurut Yuliatin (2013), tepung sukun dengan penambahan gum arab serta *yeast* berpengaruh terhadap kadar air, densitas dan volume *pancake*. Kondisi yang disarankan untuk hasil optimum (kadar air

40%, densitas 0,42 gr/cm<sup>3</sup>, volume 61,4 cm<sup>3</sup>) dalam pembuatan *pancake* untuk menghasilkan kadar air, densitas dan volume *pancake* yang baik yaitu menggunakan konsentrasi tepung sukun 30%, gum arab 2,7% serta *yeast* 5%. Gum arab digunakan untuk pengikatan *flavour*, bahan pengental, pembentuk lapisan tipis dan pematap emulsi sedangkan *Yeast* digunakan sebagai bahan pengembang.

Pemasaran merupakan pokok kajian dalam studi kelayakan bisnis. Banyak yang menyatakan bahwa pemasaran merupakan aspek yang paling utama yang harus dilakukan karena tidak akan mungkin suatu bisnis didirikan dan dioperasikan jika tidak ada pasar yang siap menerima produk dari perusahaan. Pemasaran dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui oses ertukaran yang saling menguntungkan. Pemasaran meliputi perencanaan produk, kebijakan harga, melakukan promosi, distribusi, penjualan, membuat strategi pemasaran, dan lain-lain. Salah satu tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui keinginan konsumen (Angraini 2013).

Metode untuk mengetahui keinginan konsumen salah satunya yaitu preferensi konsumen terhadap *pancake* dari tepung sukun. Preferensi terhadap produk makanan dipengaruhi oleh karakteristik individu (umur, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan dan pengetahuan gizi), karakteristik makanan (rasa, rupa, bentuk dan tekstur) serta karakteristik lingkungan (pekerjaan, jumlah keluarga, mobilitas dan musim). Dalam teori preferensi konsumen diasumsikan setiap konsumen mampu membuat daftar urutan atau *rank preference* atas semua komoditas yang dihadapinya. Nilai preferensi dapat dinyatakan dengan nilai utilitas suatu taraf atribut pada analisis konjoin (Pamungkas 2012).

Penelitian mengenai preferensi konsumen pernah dilakukan oleh Pamungkas (2012). Penelitian ini menggunakan metode analisis konjoin dan teknik tabulasi sederhana melalui sebaran frekuensi untuk melihat perilaku dan preferensi konsumen. Hasil yang

diperoleh menunjukkan bahwa kepuasan konsumen bakso Raja Pentol diharapkan akan semakin meningkat meskipun muncul pesaing baru, konsumen tetap menjatuhkan pilihannya terhadap produk bakso Raja Pentol. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa urutan peringkat yang paling utama untuk atribut pembelian bakso adalah mutu. Parameter mutu yang digunakan adalah rasa, aroma, tekstur, warna dan ukuran. Dengan ukuran peringkat mutu bakso raja pentol menurut konsumen adalah rasa, aroma/bau, tekstur, warna dan ukuran.

Efendi (2013) melakukan penelitian "Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kecap Cap Salak Melalui Analisis Konjoin". Penelitian ini menggunakan metode analisis konjoin dan teknik tabulasi melalui sebaran frekuensi untuk melihat perilaku dan preferensi konsumen. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa Aroma kecap, rasa kecap, kekentalan kecap dan warna kecap merupakan pertimbangan pertama, kedua, dan ketiga bagi konsumen dalam mengkonsumsi kecap cap salak Bangkalan dengan nilai persentase secara berurutan 32,41%, 25,28%, 24,05% dan 18,26%.

Penelitian yang dilakukan penulis adalah preferensi konsumen terhadap *pancake* dari tepung sukun dengan menggunakan metode analisis konjoin. Atribut yang digunakan adalah menentukan atribut dan level atribut terhadap *pancake* dan meminta responden untuk memberikan/ menentukan preferensi terhadap produk *pancake*.

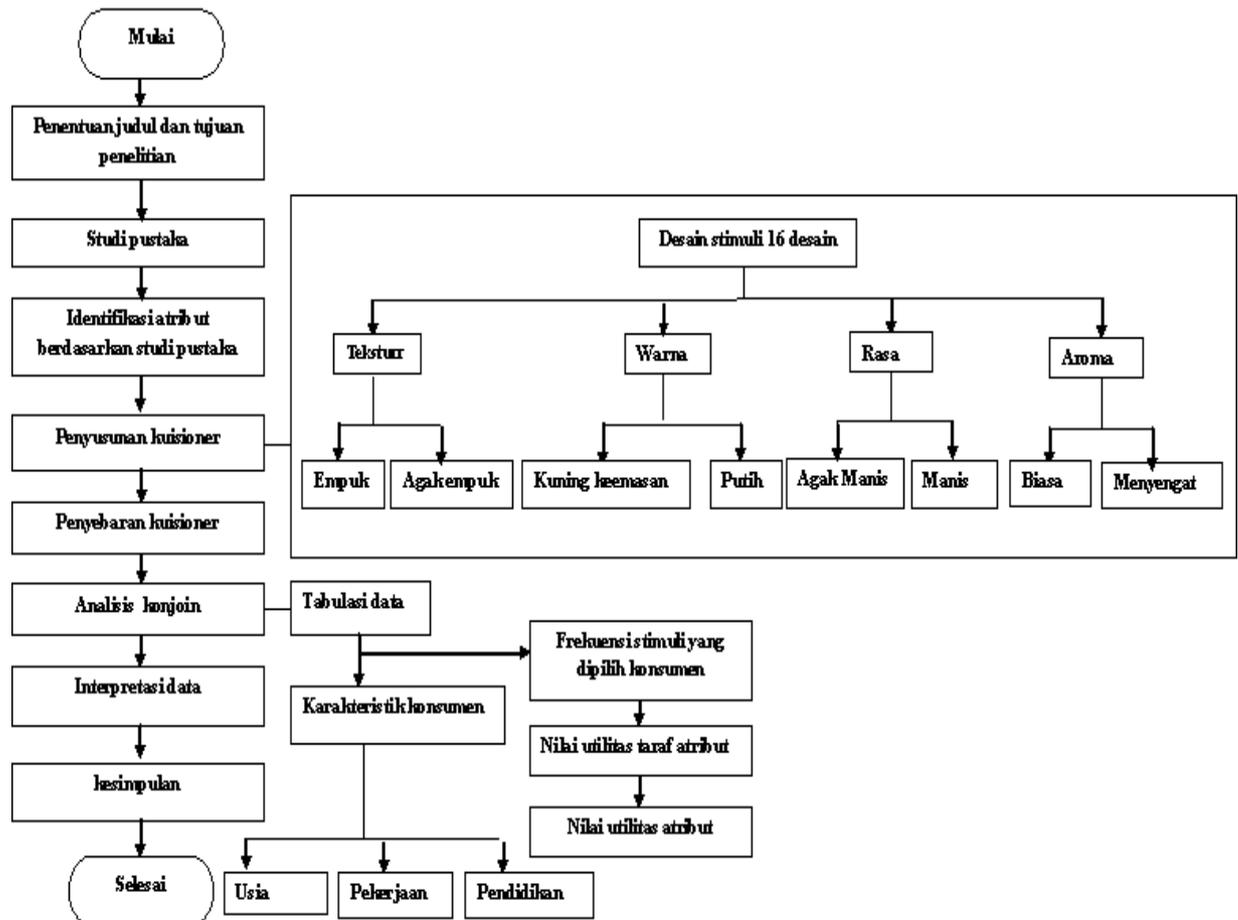
## METODE PENELITIAN

### Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei-Juli 2013 di laboratorium Teknologi Industri Pertanian Universitas Trunojoyo Madura.

### Tahapan Penelitian

Beberapa tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

## Jenis dan sumber data

### Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh melalui observasi dengan menggunakan kuisioner. Mengumpulkan data primer dilakukan dengan cara wawancara, dengan mencari keterangan dan pendapat melalui tanya jawab lisan dan tertulis dengan konsumen *pancake* dari tepung sukun.

### Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari data-data yang sudah ada. Data ini dapat diperoleh dari studi pustaka penelitian-penelitian terdahulu, maupun data olahan yang dikeluarkan oleh badan resmi milik pemerintah.

### Skala Pengukuran

Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala *linkert*. Skala *linkert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi

seseorang ataupun sekelompok orang terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item pernyataan (Sarjono dan Julianita 2011).

Pada pengukuran ini, responden diminta memberikan jawaban terhadap pertanyaan tentang keputusan pembelian yang disusun dengan kategori sangat tidak suka sampai sangat setuju. Pemberian skor pada tiap-tiap jawaban paling tinggi diberi skor 5, sedangkan pemberian skor paling rendah diberi skor 1.

### Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis data kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan tentang gambaran umum responden. Analisis kuantitatif digunakan

untuk mengetahui preferensi konsumen dalam membeli *pancake* dari tepung sukun.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Preferensi Konsumen Terhadap *Pancake* Dari Tepung Sukun

#### *Analisis Konjoin*

Salah satu tujuan dilakukan analisis konjoin adalah untuk mengetahui nilai utilitas dari setiap taraf atribut yang diujikan. Perhitungan nilai utilitas dari taraf atribut yang telah dilakukan dengan bantuan program SPSS 16 ditampilkan dalam Tabel 2

Analisis konjoin dari nilai utilitas taraf atribut menunjukkan bahwa responden memilih *pancake* dengan tekstur agak empuk (0,029), warna kuning keemasan (0,112), rasa manis (0,021) dan aroma biasa (0,566). Hal

ini diperkuat dengan 23 responden (28,8%) dan 18 responden (22,5%) memilih stimuli nomor 10 (tekstur agak empuk, warna kuning keemasan, rasa manis, aroma biasa) dengan memberikan nilai preferensi 4 (suka) dan 5 (sangat suka). Secara lengkap nilai frekuensi dari stimuli yang dipilih oleh responden dapat dilihat pada Tabel 2

#### *Tingkat Kepentingan Atribut*

Tingkat kepentingan atribut merupakan nilai utilitas dari setiap atribut yang digunakan sebagai parameter. Tingkat kepentingan atribut diperoleh dari nilai rata-rata setiap kepentingan atribut yang dihasilkan dari nilai hasil utilitas atribut setiap responden. Hasil dari data nilai tingkat kepentingan atribut Secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 3

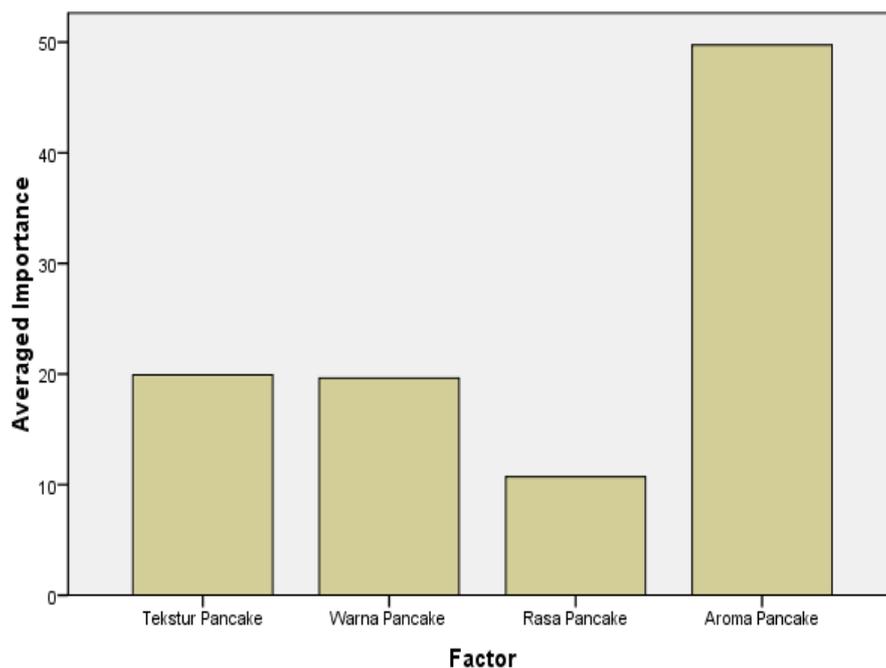
Tabel 2 Nilai Utilitas Dari Taraf Atribut

Atribut	Taraf Atribut	Nilai Utilitas	Std. Error
Tekstur	Agak empuk	0.029	0.031
	Empuk	-0.029	0.031
Warna	Kuning keemasan	0.112	0.031
	Putih		
	Manis	-0.112	0.031
Rasa	Agak manis	0.021	0.031
	Biasa	-0.021	0.031
Aroma	Menyengat	0.566	0.031
		- 0.566	0.031
(Constant)		2.590	0.031

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2013)

Tabel 3 Nilai tingkat kepentingan atribut

Atribut	Tingkat Kepentingan Atribut
Tekstur	19,925
Warna	19,628
Rasa	10,702
Aroma	49,745



Gambar 2 Nilai Utilitas Dari Atribut

Tabel 3 dan Gambar 2 yang dihasilkan dari penilaian responden menganggap nilai dari atribut aroma *pancake* adalah faktor terpenting dalam menilai produk dari *pancake* dengan nilai bobot sebesar 49,745%. Aroma *pancake* ini berasal dari bahan tambahan yang dicampurkan pada saat proses pemasakan. Faktor terpenting kedua adalah faktor tekstur *pancake* dengan nilai bobot sebesar 19,925%. Tekstur *pancake* yang terdapat pada *pancake* berasal dari *yeast* yang dicampurkan pada adonan. Banyaknya *yeast* yang dicampurkan sangat mempengaruhi tekstur pada *pancake* itu sendiri, sehingga memerlukan perbandingan yang sesuai antara banyaknya bahan baku *pancake* dan *yeast*.

Faktor terpenting ketiga adalah faktor warna *pancake* dengan nilai bobot sebesar 19,628%. Warna pada *pancake* diperoleh dari proses pemasakan. Proses pemasakan yang sesuai akan menghasilkan tingkat warna yang sesuai (tidak terlalu kuning atau putih). Sebaliknya proses pemasakan yang terlalu lama akan menghasilkan warna kecoklatan pada *pancake*.

Faktor terpenting keempat adalah faktor rasa *pancake* dengan nilai bobot

sebesar 10,702%. Varian rasa *pancake* ini berasal dari bahan tambahan seperti susu, keju dan coklat dapat meningkatkan cita rasa pada *pancake*.

Uji korelasi secara Pearson dan Kendall menghasilkan nilai yang relatif kuat, yaitu 0,984 dan 0,840 (di atas 0,05). Hal ini menandakan terdapat hubungan yang kuat antara *estimates* dan *actual*, atau terdapat *predictive accuracy* terhadap proses analisis konjoin. Sedangkan pada uji signifikansi menghasilkan nilai 0,000 (di bawah 0,05). Hal ini menandakan uji korelasi yang dilakukan mempunyai nilai signifikansi yang cukup kuat (Sari dan kawan-kawan 2010). Hasil dari data uji korelasi dan signifikansi secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 4.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang dilakukan, kesimpulan yang dapat diambil antara lain: Atribut penilaian preferensi konsumen meliputi : tekstur : agak empuk, warna : kuning keemasan, rasa : manis, dan aroma : biasa. Urutan preferensi konsumen terhadap konsumen *pancake* dari tepung sukun adalah aroma, tekstur, warna dan rasa. Saran yang bisa diberikan adalah

Produsen lebih memperhatikan keinginan konsumen terhadap *pancake* dari tepung sukun berdasarkan atribut aroma, tekstur, warna dan rasa dari *pancake*, sehingga bisa mendapatkan konsumen yang lebih dan meningkatkan jumlah produksi serta pemasaran yang lebih luas lagi. Penelitian mengenai preferensi konsumen untuk produk *pancake* dari tepung sukun masih perlu dilakukan lebih mendetail lagi, sehingga informasi yang spesifik tentang keinginan dan kesukaan konsumen terhadap produk tersebut dapat diketahui dengan pasti. Perlu dilakukannya penelitian lebih lanjut dengan menghubungkan antara demografi dengan uji organoleptik sehingga informasi yang diperoleh lebih banyak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya IM. 2008. Kajian perbedaan wadah kemasan terhadap mutu cake selama penyimpanan dingin. [Skripsi]. Bogor: Institut Pertanian Bogor
- Angraini. 2013. Analisis kelayakan pancake mix instan dari tepung sukun. [Skripsi]. Bangkalan: jurusan Teknologi Industri Pertanian, UTM
- Efendi J. 2013. Analisis pengukuran preferensi konsumen terhadap kecap cap salak melalui analisis konjoin skripsi. Bangkalan: jurusan Teknologi Industri Pertanian, UTM
- Kusdriana. 2010. Kondisi industri tepung terigu nasional di tengah serbuan produk impor. Jakarta: PT Media Data Riset.
- Malhotra NK dalam Pamungkas. 2012. Marketing Research. An Applied Orientation. USA: Printice-Hall, Inc. New Jersey.
- Sari DP, Prastawa H, Lintang D. 2010. Analisis tingkat kepentingan atribut perpustakaan berbasis riset melalui metode conjoint analysis. Int J TI Undip. Vol. V. No. 2.
- Sarjono H dan Julianita W. 2011. SPSS vs LISREL: sebuah pengantar, aplikasi untuk riset. Jakarta: Salemba empat.
- Sarwono J. 2010. Konsep-konsep dasar teknik analisa konjoin. [penelitian]. Universitas Komputer Indonesia.
- Setyawan A. 2007. Gum arab. [online]. [soulkeper28.files.wordpress.com/2009/01/gum\\_arab.pdf](http://soulkeper28.files.wordpress.com/2009/01/gum_arab.pdf). diakses tanggal 31 Januari 2013
- Sleumer DW. 1996. Ilmu dasar kependudukan. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sugiyono. 2002. Metode penelitian administrasi. Bandung: Alfabeta.
- Yuliatin Y. 2013. Analisis sifat fisik dari pancake mix sukun. Skripsi. Bangkalan: jurusan Teknologi Industri Pertanian, UTM

