

RINGKASAN

Opak singkong merupakan makanan camilan yang digemari masyarakat, berbahan dasar singkong, dengan cara pembuatannya yang mudah. Ketersediaan bahan baku singkong di Kabupaten Wonosobo, berimplikasi terhadap kegiatan masyarakat untuk mengolah singkong menjadi produk olahan yaitu opak singkong, sehingga usaha pembuatan opak singkong berkembang dengan pesat dan menjamur di Kabupaten Wonosobo. Hal ini mengakibatkan banyaknya produsen opak singkong dan menimbulkan persaingan, baik persaingan antar produsen opak singkong, maupun antar produsen makanan ringan lainnya. Selain itu, keberlangsungan bisnis makanan ini juga sangat dipengaruhi oleh selera atau preferensi konsumen, sehingga produsen yang mampu menciptakan produk sesuai keinginan atau selera konsumen, maka dialah yang akan memenangkan persaingan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) preferensi konsumen terhadap pembelian opak singkong, dan (2) atribut opak singkong yang paling dipertimbangkan konsumen.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus sampai dengan Oktober 2021, bertempat di Pasar Induk Wonosobo, dengan objek penelitian adalah preferensi konsumen terhadap pembelian produk opak singkong. Rancangan penentuan responden yang digunakan yaitu *accidental sampling* dengan jumlah 76 responden. Kriteria yang dipakai dalam penelitian ini adalah konsumen opak singkong yang pernah membeli opak singkong minimal 2 kali dalam satu bulan terakhir dan berusia 17 tahun ke atas. Analisis data yang digunakan yaitu analisis *cochran Q test*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap pembelian opak singkong adalah (1) harga opak singkong kurang dari Rp15.000 dan bervariasi, (2) opak singkong dengan rasa original (asin), (3) kemasan yang sederhana (tanpa label, P-IRT, maupun *expired date*), bervariasi, dengan ukuran kecil, (4) tempat pembelian adalah tempat konsumen biasa membeli (dekat dengan rumah), dan (5) bentuk opak singkong bulat kecil menyerupai koin.

Kata kunci: preferensi konsumen, opak singkong

SUMMARY

Opak cassava is a popular snack food, made from cassava, with an easy way of making it. The availability of cassava raw materials in Wonosobo Regency has implications for community activities to process cassava into processed products, namely cassava opak, so that the business of making cassava opak is growing rapidly and mushrooming in Wonosobo Regency. This results in many cassava opak producers and creates competition, both among cassava opak producers, as well as among other snack food producers. In addition, the sustainability of the food business is also strongly influenced by consumer tastes or preferences, so that producers who are able to create products according to consumer desires or tastes, are the ones who will win the competition. This study aims to determine: (1) consumer preferences for the purchase of cassava opak, and (2) the attributes of cassava opak that consumers consider the most.

This research was conducted from August to October 2021, located at the Wonosobo Main Market, with the object of research being consumer preferences for purchasing cassava opak products. The design of determining the respondents used was accidental sampling with a total of 76 respondents. The criteria used in this study were cassava opak consumers who had bought cassava opak at least 2 times in the last month and were 17 years old and over. Analysis of the data used is the Cochran Q test analysis.

The results showed that consumer preferences for purchasing cassava opak were (1) the price of cassava opak was less than Rp. 15,000 and varied, (2) cassava opak with original (salty) taste, (3) simple packaging (without labels, P-IRT, as well as expired date), varies, with small size, (4) the place of purchase is the place where consumers usually buy (close to home), and (5) the shape of the cassava opak is small round like a coin.

Keywords: *consumers preferences, cassava opak*