

RINGKASAN

Gula kelapa cetak merupakan salah satu bahan makanan pokok yang dibutuhkan baik dalam rumah tangga maupun industri pengolah makanan. Kabupaten Banyumas merupakan salah satu daerah penghasil gula kelapa terbesar di Provinsi Jawa Tengah. Perajin gula kelapa cetak penting untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut-atribut gula kelapa cetak, sehingga keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap gula kelapa cetak dapat terpenuhi. Tujuan penelitian ini adalah (1) Mengidentifikasi preferensi konsumen terhadap kategori atribut yang dipertimbangkan dalam pembelian gula kelapa cetak di pasar tradisional dan pasar modern Kabupaten Banyumas (2) Mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut yang paling dominan dalam pembelian gula kelapa cetak di pasar tradisional dan pasar modern Kabupaten Banyumas (3) Mengidentifikasi peringkat kepentingan atribut gula kelapa cetak pada pasar tradisional dan pasar modern di Kabupaten Banyumas yang menjadi pertimbangan dalam pembelian gula kelapa cetak (4) Mengidentifikasi preferensi atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian gula kelapa cetak di pasar tradisional dan pasar modern Kabupaten Banyumas.

Penelitian ini dilaksanakan di pasar tradisional dan pasar modern Kabupaten Banyumas pada bulan Maret hingga April 2019. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling* (sampling kebetulan) dan diperoleh sampel 120 responden konsumen gula kelapa cetak. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cochran Q Test* dan *Conjoint*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian gula kelapa cetak yaitu rasa sebanyak 119 orang, warna sebanyak 120 orang, aroma sebanyak 116 orang dan bentuk gula kelapa cetak sebanyak 115 orang. (2) Atribut yang paling dominan dipertimbangkan dalam pembelian gula kelapa cetak adalah warna gula kelapa cetak sebanyak 120 orang. (3) Peringkat kepentingan atribut yang menjadi bahan pertimbangan dalam pembelian gula kelapa cetak adalah warna gula kelapa cetak (48,66%), rasa gula kelapa cetak (20,80%), aroma gula kelapa cetak (16,13%) dan bentuk gula kelapa cetak (14,40%). (4) Preferensi konsumen terhadap atribut gula kelapa cetak adalah konsumen menyukai gula kelapa cetak yang memiliki warna coklat (0,87%), rasa manis (0,32%), aroma nira kelapa (0,25%) dan bentuk cetakan bambu (0,22%).

Kata kunci : Gula Kelapa, Preferensi, Pasar, *Cochran Q Test*, *Conjoint*

SUMMARY

Coconut sugar is a staple food for household and food processing industries. Banyumas Regency is one of the largest coconut sugar producing regions in Central Java Province. Coconut sugar producers are important to know consumer preferences for coconut sugar attributes, so that the desires and needs of consumers for coconut sugar can be fulfilled. The objectives of this study are: (1) Identifying consumer preferences of the attribute categories considered in purchasing coconut sugar in traditional market and modern markets in Banyumas Regency (2) to find out consumer preferences of the most dominant attributes in buying coconut sugar in the traditional market and modern market in Banyumas Regency (3) Identifying the ranking of the importance of coconut sugar attributes in traditional markets and modern markets in Banyumas Regency which is a consideration in purchasing coconut sugar (4) Identifying the attribute preferences considered by consumers in purchasing coconut sugar in traditional market and modern market in Banyumas Regency.

This research was carried out in the traditional market and modern market in Banyumas Regency from March to April 2019. The method used in this study is the survey method. Sampling using Accidental Sampling method and obtained a sample of 120 respondents consumers of coconut sugar. The analysis used in this study was Cochran Q Test and Conjoint.

The results showed that: (1) Attributes considered by consumers in purchasing coconut sugar, namely taste as many as 119 people, color as many as 120 people, aroma as many as 116 people and form of coconut sugar as many as 115 people. (2) The most dominant attribute considered in purchasing coconut sugar is the color of coconut sugar as many as 120 people. (3) The rating of the attributes that are taken into consideration in purchasing coconut sugar is the color of coconut sugar (48.67%), the taste of coconut sugar (20.80%), the aroma of coconut sugar (16.13%) and the form of coconut sugar (14.40%). (4) Consumer preference for the attributes of coconut sugar is that consumers like coconut sugar which has a brown color (0,87%), sweet taste (0,32%), aroma of coconut sap (0,25%) and a form of bamboo mold (0,22%).

Keywords: Coconut Sugar, Preferences, Market, Cochran Q Test, Conjoint