

RINGKASAN

Perkembangan produksi usaha kecil menengah bidang pangan dan bahan baku industri dalam negeri serta bahan ekspor yang dihasilkan dari sektor pertanian tiap tahunnya semakin meningkat. Hal ini menunjukkan persaingan dari tiap-tiap produsen dengan produk sama akan semakin besar. Rumah produksi “Jenang Bapak Munir” merupakan salah satu industri rumahan. Jenang madusirat yang diproduksi masih sedikit, oleh karena itu bagaimana cara agar produknya disukai oleh konsumen dan memenuhi harapan dari konsumen, sehingga produsen jenang dapat berkembang dan bersaing dengan produsen lainnya. Konsumen yang membeli produk jenang madusirat masih sedikit, untuk menjawab asumsi dari masalah tersebut dibutuhkan analisis preferensi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengetahui urutan atribut mana saja dari ke empat atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam membeli “Jenang Madusirat Bapak Munir”, dan 2) Mengetahui sub atribut dari atribut apa saja dari ketiga atribut yang paling diminati konsumen dalam membeli produk “Jenang Madusirat Bapak Munir”.

Penelitian dilaksanakan secara *survei* di Kecamatan Bukateja Kabupaten Purbalingga, dilaksanakan pada tanggal 05 hingga 29 September 2019. Metode penelitian yang digunakan adalah *survei*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah pembeli jenang madusirat di rumah produksi jenang madusirat Bapak Munir. Atribut produk dalam penelitian ini ada empat yaitu harga, daya tahan, rasa dan kemasan. Masing-masing atribut terdiri atas tiga sub atribut atau bagian sebagai berikut 1) atribut harga dengan sub atribut rendah, sedang, dan tinggi. 2) atribut daya tahan dengan sub atribut pendek, sedang, dan panjang. 3) atribut rasa dengan varian rasa coklat, rasa sari buah-buahan, dan rasa rempah-rempah, 4) atribut kemasan terdiri atas kemasan besar, sedang yaitu satu kemasan besar dibagi menjadi dua, dan kemasan kecil (mini). Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji *Cochran Q Test*, dan analisis konjoin.

Hasil penelitian menunjukkan preferensi konsumen dalam membeli jenang madusirat bapak Munir, dinyatakan dalam atribut yang dipertimbangkan secara berurut-urut adalah rasa, harga, kemasan, dan daya tahan. Sub atribut yang paling diminati konsumen dalam membeli jenang madusirat bapak Munir berurut-urut adalah atribut rasa dengan sub atribut varian rasa rempah-rempah, atribut harga dengan sub atribut rendah, atribut kemasan dengan sub atribut kemasan sedang yaitu kemasan besar yang dibagi menjadi dua, dan atribut daya tahan dengan sub atribut satu hingga dua minggu.

SUMMARY

The development of small and medium enterprises in the food sector and domestic industrial raw materials as well as export materials produced from the agricultural sector is increasing every year. This shows that the competition from each producer with the same product will be even greater. The production house "Jenang Mr. Munir" is one of the home industries. Jenang madusirat that is produced is still small, therefore how to ensure that its products are liked by consumers and meet the expectations of consumers, so that jenang producers can develop and compete with other producers. There are still few consumers who buy jenang madusirat products, to answer the assumptions of this problem an analysis of consumer preferences is needed. This study aims to 1) Know which order of the four attributes most consumers consider in buying "Jenang Madusirat Mr Munir", and 2) Know which sub-attributes of the three attributes that consumers are most interested in buying "products Jenang Madusirat Mr. Munir".

The research was conducted in a survey in Bukateja Subdistrict, Purbalingga Regency, carried out from September 05 to 29 2019. The research method used was a survey. The sampling technique uses Accidental Sampling. The sample in this study were buyers of jenang madusirat at Mr. Munir's jenang madusirat production house. There are four product attributes in this study, namely price, durability, taste and packaging. Each attribute consists of three sub-attributes or parts as follows 1) price attribute with low, medium, and high sub-attributes. 2) endurance attribute with short, medium, and long sub-attributes. 3) attributes of taste with chocolate flavor variants, taste of fruit juices, and flavors of spices, 4) attributes of packaging consisting of large, medium packages, namely one large package divided into two, and small packages (mini). The analytical method used is descriptive analysis, Cochran Q Test, and conjoint analysis.

The results showed that consumer preferences in buying Mr. Munir's jenang madusirat, expressed in the attributes that were considered sequentially, namely taste, price, packaging, and durability. The sub-attributes that consumers are most interested in buying Mr. Munir's Madusirat jenang consecutively are the taste attribute with the spice flavor variant sub-attribute, the price attribute with the low sub-attribute, the packaging attribute with medium packaging sub-attribute, namely large packaging divided into two, and endurance attribute with one to two week sub-attribute.