

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK (KUE KERING)
ROKERZ CRACKREZ DI PONDOK PESANTREN AL MUMTAZ
YOGYAKARTA**

**CONSUMER PREFERENCE TOWARDS ROKERZ CRACKREZ PRODUCTS
(CAKES) AT AL MUMTAZ ISLAMIC BOARDING SCHOOL, YOGYAKARTA**

¹Lia Nuraliyah¹, Nur Saudah Al Arifa Dewi¹

¹ *Fakultas Industri Halal, Jurusan Agribisnis, Universitas Nahdlatul Ulama*

ABSTRACT

Consumer behavior towards producers involves identifying consumer needs and desires, which are then used to formulate and implement marketing strategies through the products offered by producers to consumers. This research aims to explore consumer preferences for Rokerz Cracker dry cake products. To achieve this goal, efforts need to be made to introduce the Rokerz Crackerz product to the market so that the product can attract the attention, interest and desires of consumers. It is hoped that this will encourage the market to consumers whether they like it or not. I like Rokerz Crackerz products. The method in this research uses quantitative and qualitative data collection (mix method). Data analysis in this study used fishbein multi-attribute analysis. The results of this research are to determine consumer preferences for Rokerz Crackerz products. Based on the results of Fishbein's multi-attribute analysis, it is known that the attributes that consumers most consider when purchasing Rokerz Crackerz at Al Mumtaz Islamic Boarding School Yogyakarta are price, product, promotion, packaging, colour, variant and location.

Keywords: Consumer preferences, Attributes and Pastry products

INTISARI

Perilaku Konsumen adalah sikap konsumen dalam memilih kebutuhan dan keinginan pada keputusan pembelian produk kue kering Rokerz Crackerz. Produk kue kering Rokerz Crackerz adalah produk dari olahan yang berbahan dasar tepung terigu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap kue kering Rokerz Crackerz. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dan kualitatif. Data diambil dari 30 responden dan dianalisis menggunakan analisis *multiatribut Fishbein*. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa atribut-atribut yang mempengaruhi konsumen dalam mempertimbangkan pembelian produk kue kering Rokerz Crackerz yaitu harga, produk, promosi, kemasan, warna, varian, dan tempat penjualan. Karakteristik konsumen produk kue kering Rokerz Crackerz yaitu dengan pendidikan terakhir mulai dari TK dengan persentase 6,7%, SD dengan persentase 10%, SMP dengan persentase 10%, SMA dengan persentase 53,3% dan perguruan tinggi (PT) dengan persentase 20%.

Kata kunci: Preferensi konsumen, Atribut, dan Produk kue kering

¹ Correspondence author: Lia Nuraliyah. email: lianuraliyah@student.unu-jogja.ac.id

PENDAHULUAN

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), di Yogyakarta pada tahun 2022 di daerah perkotaan jumlah rata-rata konsumsi perkapita pada komoditas kue kering adalah 2.147 ons, sedangkan di daerah pedesaan jumlah rata-rata konsumsi perkapita pada komoditas kue kering adalah 1.432 ons, dan perpaduan antara keduanya yaitu perkotaan dan pedesaan memiliki jumlah rata-rata konsumsi perkapita 1.965 ons. Perusahaan perlu memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan kebutuhan konsumen yang terus berkembang (Marfu'ah et al., 2023). Perkembangan Industri makanan di Yogyakarta saat ini sangatlah pesat sehingga para pengusaha bergabung dengan Unit Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Yogyakarta. Hal ini dilakukan agar usaha yang dijalankan tidak kalah saing dengan usaha-usaha lainnya (Susilo, Y. S. 2018).

Persaingan ketat dalam dunia bisnis, di pasar lokal setiap perusahaan berupaya keras untuk menghasilkan inovasi produk terbaru atau mengembangkan produk baru yang telah ada sebelumnya. Maka semakin banyaknya pesaing, konsumen akan dihadapkan pada berbagai pilihan produk yang dihadirkan oleh perusahaan-perusahaan tersebut. Oleh karena itu perusahaan perlu memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan kebutuhan konsumen yang terus berkembang (Rahanatha, 2018). Perilaku konsumen ialah kebutuhan dan keinginan konsumen yang memberi keputusan dalam pembelian produk yang tepat dan sesuai dengan karakteristik konsumen yang diinginkan (Santoso & Radiah, 2020). Mempertimbangkan hal tersebut produsen harus memahami dengan baik perilaku konsumen agar dapat tetap eksis dan berkembang. Perilaku konsumen terhadap produsen mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen yang memungkinkan bisa menyusun dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan karakteristik konsumen yang menjadi target pasar (Santoso & Radiah, 2020).

Pengolahan produk yang dilakukan oleh para pengusaha industri harus melihat keuntungan yang didapatkan, selain itu perlu diperhatikan juga segi pengolahan yang dilakukan produk bakery, salah satunya bahan baku yang sering digunakan pada olahan kue kering, yaitu tepung terigu. Untuk mendapatkan kualitas tepung yang lebih baik serta kandungan zat gizi yang tinggi, maka perlu adanya perpaduan dengan bahan baku yang lainnya seperti tepung jagung yang sering digunakan pada olahan kue kering (Tehuayo, 2021). Tepung terigu seringkali menjadi komponen utama dalam pembuatan produk makanan ringan seperti olahan roti, kue kering, dan berbagai jenis produk makanan kecil lainnya. Variasi produk makanan khususnya dalam kategori makanan ringan seperti cookies, biskuit, wafer, dan food bar terus berkembang. (Hidayat & Berliana, 2018). Pemanfaatan tepung lokal dari dalam negeri, salah satunya adalah dengan pemanfaatan ubi kayu sebagai bahan pangan yang fungsional dan dijadikan sebagai tepung mocaf (*Modified Cassava Flour*) (Putri et al., 2015).

Tepung mocaf adalah produk yang dihasilkan dari ubi kayu melalui proses modifikasi fermentasi, sebagaimana yang dijelaskan oleh (Faridah & Bambang Widjanarko, 2014). Melihat peluang yang ada, pada produk bakery tepung mocaf ini pada umumnya sebagai bahan baku tambahan dalam pembuatan kue kering dan brownies, sehingga bisnis pembuatan kue kering ini merupakan peluang yang sangat strategis, karena untuk bahan bakunya menggunakan tambahan tepung mocaf, selain harganya murah tepung mocaf ini merupakan bahan baku lokal, sehingga mengurangi bahan baku tepung terigu yang masih impor.

Preferensi konsumen adalah suatu pilihan suka ataupun tidak suka terhadap beberapa pilihan produk yang ada (Anonim., 2017). Preferensi dapat diartikan sebagai kecenderungan atau keinginan untuk memilih sesuatu sehingga sejumlah pilihan maupun tindakan memilih yang dibuat oleh konsumen

terhadap produk yang mereka konsumsi (Syam et al., 2022). Preferensi tersebut merupakan kesukaan seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi. Tingkat preferensi konsumen bervariasi tergantung cara mereka memandang suatu produk. Preferensi konsumen berperan penting dalam kelangsungan bisnis, perlu adanya penelitian preferensi konsumen dalam pembelian produk kue kering Rokerz Crackrez agar produsen bisa mengetahui suka atau tidak suka konsumen terhadap produk kue kering tersebut. Hal tersebut sekaligus menjadi fokus dalam penelitian ini, sehingga dari hasil penelitian ini akan diketahui atribut yang harus diperbaiki dalam pembuatan Rokerz Crackerz agar lebih banyak diminati oleh konsumen.

METODE

Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari-September 2023 di unit Rotaz Bakery yang berada di Pondok Pesantren Al Mumtaz Yogyakarta. Tempat ini merupakan salah satu usaha bakery yang dimiliki oleh pondok pesantren yang berada di Yogyakarta. Metode penelitian pada Rokerz Crackerz menggunakan analisis multi attribute fishbein multiatribut Fishbein ini produsen akan lebih mudah dalam mengukur kelemahan dan kekuatan dari produknya. Rumus untuk analisis Multi atribut fishbein adalah:

$$N A_o = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

Atau bisa ditulis dengan

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

Keterangan:

N= Jumlah atribut yang dimiliki oleh objek atau produk

Ao= Sikap terhadap suatu objek atau produk

bi = Kekuatan kepercayaan bahwa objek atau produk tersebut memiliki atribut

ei= Evaluasi terhadap atribut (Amalina dan Harti, 2021).

Adapun cara untuk menentukan bi dan ei pada analisis model fishbein, harus

menggunakan skala likert dengan memberikan skor 1-5 (Sumarlin & Al Arifa, 2023). Selanjutnya untuk menentukan nilai evaluasi (ei) yang diberikan oleh responden dengan korelasi sebagai berikut.

Skor 5 dikaitkan dengan nilai evaluasi 2

Skor 4 dikaitkan dengan nilai evaluasi 1

Skor 3 dikaitkan dengan nilai evaluasi 0

Skor 2 dikaitkan dengan nilai evaluasi-1

Skor 1 dikaitkan dengan nilai evaluasi-2.

Penentuan sikap terhadap objek (Ao) dengan Rumus $A_o = \sum b_i e_i$

Sikap (Ao) dihitung dengan mengalikan bobot (bi) dengan nilai evaluasi (ei) dari masing-masing atribut yang menjadi keputusan pembelian kue kering.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Proses pembuatan Rokerz Crackerz

Adapun Langkah-langkah pembuatan produk rokerz crackerz sebagai berikut:

- Siapkan alat-alat untuk membuat rokerz crackerz
- Siapkan bahan-bahan rokerz crackerz
- Panaskan margarin sampai meleleh lalu masukkan bubuk coklat kemudian aduk sampai tercampur rata
- Bahan-bahan kering yang sudah di timbang kemudian diayak supaya halus dan tidak menggerindil lalu campurkan bahan-bahan kering seperti tepung terigu, tepung mocaf, dan garam ke dalam baskom lalu aduk menggunakan spatula
- Masukkan telur, gula pasir dan sp ke dalam mangkuk mixer kemudian aduk menggunakan mixer dengan kecepatan sedang hingga gula pasirnya larut, setelah tercampur rata kemudian masukkan bahan-bahan kering ke dalam mangkuk mixer dan aduk dengan kecepatan normal setelah tercampur rata lalu masukkan margarin dan coklat bubuk yang sudah dilelehkan kemudian aduk Kembali menggunakan mixer dengan kecepatan normal hingga semua adonan tercampur rata
- Setelah semua adonan tercampur rata kemudian adonan siap cetak kedalam loyang yang sudah dilapisi dengan kertas

- bakar dan di atas adonannya di beri topping almond dan chocohip (untuk toppingnya bisa disesuaikan sesuai selera)
- g. Lalu oven dengan 150°C selama 15-20 menit
- h. Setelah di oven kemudian adonan di diamkan suhu panasnya berkurang, setelah dingin adonan di packaging dan dipasarkan.

Adapun alat dan bahan merupakan media yang digunakan dalam pembuatan Produk Rokerz Crackerz menggunakan bahan yang berkualitas, serta menggunakan alat atau mesin yang tersedia saat ini untuk memproduksi sekala banyak kisaran 1 sampai 2 kg adonan. Alat yang digunakan untuk membuat Rokerz Crackerz:

1. Mixer
2. Loyang
3. Gelas Ukur

4. Timbangan digital dan mangkuk
5. Spatula
6. Cetakan kue kering
7. Ayakan
8. Rak penyimpanan
9. Oven

Bahan-bahan yang di gunakan untuk membuat Rokerz Crackerz yaitu:

1. Tepung terigu
2. Susu bubuk/ Chocولات
3. Tepung Maizena
4. Tepung mocaf
5. Margarin
6. Gula
7. Garam
8. Air
9. Sp (pengembang kue)
10. Kacang almond, Choco Chip (topping bisa sesuai selera)

2. Preferensi konsumen

Tabel 1. Hasil Kuesioner Rokerz Crackerz

No.	Pertanyaan	JAWABAN				
		Sangat tidak baik	Tidak baik	Netral	Baik	Sangat baik
1	Harga produk terjangkau	1	3	3	8	15
2	Produk mempunyai rasa yang enak	1	1	2	8	18
3	Iklan promosi yang dibuat	4	2	2	10	12
4	Kemasan yang unik	1	2	3	7	16
5	Warna makanan yang sangat menarik	0	2	3	4	21
6	Banyaknya varian produk makanan olahan dari kue kering	0	3	1	9	17
7	Tempat berada di area wisata	1	0	2	7	20

Sumber: Data primer telah diolah (2023)

Preferensi konsumen dijelaskan secara singkat terhadap atribut produk Rokerz Crackerz yang diambil melalui wawancara dan penyebaran kuesioner berdasarkan harga, produk, promosi, kemasan, warna, varian dan

tempat. Pernyataan pada tabel 1 hasil kuesioner Rokerz Crackerz dari 7 atribut tersebut dapat diketahui melalui hasil penilaian yang menggunakan pilihan sangat tidak baik, tidak baik, netral Baik, dan sangat

baik. Pada Pernyataan tabel 1 hasil persentase disimpulkan melalui tabel persentase. dari 7 attribut Rokerz Crackerz dapat

3. Karakteristik

Tabel 2. Hasil dari persentase dari Pendidikan dan domisili

No.	Pertanyaan	JAWABAN				
		TK	SD	SPM	SMA	PT
1	Pendidikan	6,7%	10%	10%	10%	20%

No.	Pertanyaan	JAWABAN	
		Ponpes	Luar
1	Domisili	63,3%	36,7%

Sumber: Data primer telah diolah (2023)

Karakteristik pada produk kue kering Rokerz Crackerz diambil dari 30 responden. Pada pernyataan tabel 2. Tampak hasil persentase dari pendidikan dan domisili. Pada 20% responden berpendidikan Perguruan Tinggi (PT), 6,7% responden berpendidikan Taman Kanak-kanak (TK), 10%, responden berpendidikan Sekolah Dasar (SD), 10% responden berpendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP), 53,3% responden

berpendidikan Sekolah menengah Atas (SMA) yang sangat banyak peminatnya dalam pembelian produk Rokerz Crackerz. Sedangkan pada karakteristik responden yang diamati dari alamat domisili yaitu memiliki penilaian sebanyak 36.7% dari pembeli produk tersebut dari kalangan luar pondok pesantren, sementara 63.3% sisanya adalah konsumen atau responden dari dalam pondok pesantren.

4. Analisis Data

Tabel 3. Fishbein Summary Analysis

Atribut	Evaluasi (ei)	Kepercayaan (bi)	Total (ei x bi)
Harga	1.10	4.10	4.51
Produk	1.37	4.37	5.97
Promosi	0.80	3.80	3.04
Kemasan	1.13	4.13	4.68
Warna	1.47	4.47	6.55
Varian	1.33	4.33	5.78
Tempat	1.50	4.50	6.75
Total	8.70	29.70	37.28
Interpretasi			Baik

Sumber: Data primer telah diolah (2023)

Berdasarkan hasil dari olah data jawaban kuesioner maka dapat disimpulkan melalui pernyataan pada tabel 3. Fishbein

Summary Analysis, yaitu, terdapat pada table fishbein 1 dapat dijelaskan rata-rata dari nilai yang diperoleh dari nilai evaluasi (ei) dan

keyakinan (bi) yang dikalikan dengan hasilnya terdokumentasi dalam kolom total. Selanjutnya, total dari setiap variabel tersebut diakumulasikan, dengan jumlah akhir 37,28. Setelah menyelesaikan tabel fishbein 1, lalu menyusun tabel fishbein 2 untuk menentukan peringkat atau ranking pada atribut produk Rokerz Crackerz.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap produk Rokerz Crackerz cenderung berfokus pada ketujuh atribut yaitu tempat, warna, produk, varia, kemasan, harga, dan promosi. Adapun karakteristik konsumen pada produk Rokerz Crackerz dapat disimpulkan dari jenjang terahir pendidikan yang paling tertinggi yaitu SMA dan domisili kebanyakan dari dalam pondok pesantren

Saran

Kue kering merupakan makanan yang mempunyai daya simpan yang tahan lama, oleh karena itu dalam pembuatan kue kering perlu diperhatikan cara pengolahan sampai pengemasannya supaya produk kue kering ini terjaga kualitas dan kerapiannya agar konsumen lebih puas dalam membeli. Produsen dalam pembuatan kue kering harus bisa memanfaatkan bahan yang ada di sekitarnya, seperti memanfaatkan tepung mocaf untuk penambahan bahan baku pembuatan kue kering sehingga dapat mengurangi bahan tepung terigu yang masih impor dari luar negeri, maka perlu menggunakan alternatif lain dengan menggunakan bahan baku tepung mocaf. Selain mudah didapat tepung mocaf merupakan produk dari olahan singkong yang dimodifikasi, di sini keunggulan tepung mocaf adalah bahan baku yang tersedia cukup banyak di daerah pegunungan seperti di Yogyakarta, secara tidak langsung dapat mengajak para konsumen agar lebih suka dan mencintai produk dalam negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, N. N., & Harti. (2021). Analisis Sikap Fishbein Pada Konsumen Pengguna Indihome PT Telkom Kediri. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1397–1403. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/41514/35736>.
- Badan Pusat Statistik. BPS. (2022) Jumlah rata-rata perkapita pada komoditas kue kering. Sumber: Badan Pusat Statistik.
- Faridah, A., & Bambang Widjanarko, S. (2014). Penambahan Tepung Porang Pada Pembuatan Mi dengan Substitusi Tepung Mocaf (Modified Cassava Flour). *Jurnal Teknologi Dan Industri Pangan*, 25(1), 98–105. <https://doi.org/10.6066/Jtip.2014.25.1.98>
- Hatmiyani, Djoko Santoso, Eka Radiah (2020). Analisis Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Atribut Kue Apam di Kecamatan Barabai Frontier Agribisnis 4(2), Juni 2020.
- Hidayat, B., & Berliana, D. (2018). *Analisis Preferensi Konsumen Dan Proksimat Cookies Bebas Gluten Berbahan Baku Tepung Ubi Kayu (Manihot Utilissima) Tinggi Protein* 3(2), 14–22.
- Putri, A. E. V. T. P., Pratjojo, W., & Susatyo, E. B. (2015). Uji Proksimat dan Organoleptik Brownies Dengan Substitusi Tepung Mocaf (Modidies Cassava Flour). *Indo. J. Chem. Sci*, 4(2), 169–171. [Http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/Ijcs](http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/Ijcs)
- Rahanatha, G. B. (2018). *Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli Kembali*. 6(4), 2018–2046.
- Sumarlin, B. R., & Al Arifa, N. S. (2023). Karakteristik Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Gendong di Desa Kiringan, Jetis, Bantul, Yogyakarta. *Agrisaintifika: Jurnal Ilmu-*

- Ilmu Pertanian*, 7(2(Is)), 119.
[https://doi.org/10.32585/AgS.V7i2\(Is\).4355](https://doi.org/10.32585/AgS.V7i2(Is).4355)
- Susilo, Y. S. (2018). Strategi Bertahan Industri Makanan Skala Kecil Pasca Kenaikan Harga Pangan Dan Energi Di Kota Yogyakarta. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 14(12), 225-244.
<http://doi.org/10.240334/j25485024.y2010.v14.i2.284>
- Syam, S. A., Haeruddin, M. I. W., Ruma, Z., Musa, M. I., & Hasbiah, S. (2022). Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace. *Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 18(2), 73–79.
- Tehuayo, R. (2021). Substitusi Tepung Pisang Raja dan Tepung Kacang Merah Pada Mutu Kue Kering.
- Marfu'ah, Umma Rizqi, Darsono, Isti Khomah. (2023). Terhadap Pembelian Produk Madu di Provinsi Jawa Tengah Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Agribisnis Terpadu* 16(1).