

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMBELI
PRODUK EGG ROLL PADA *HOME INDUSTRY* EGG ROLL
DI KECAMATAN CEPU KABUPATEN BLORA**

Zamrotul Muflihah Fitriati , Heru Irianto, Rr. Aulia Qonita

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret
Jl.Ir. Sutami No. 36 A Ketingan Surakarta 57126 Telp./Fax.(0271) 637457
Email: Zamrotul_fitriati@yahoo.com/Telp: 085728068284

ABSTRACT: *This study aims to determine the attributes of the products that become consumer preferences in District Cepu Blora and to determine the attributes that most consumers consider the purchase decision in the District egg roll products Cepu Blora. This research was conducted at the a gift shop, minimarkets and supermarkets in the District Cepu predetermined. The method of determining the location of the research conducted by purposive sampling method and the method of sampling was conducted using judgment sampling with a sample size of 100 respondents. Egg roll product attributes that are analyzed are the attributes of raw materials, brands, flavors and sizes. The analytical method used is the analysis of Chi-Square and Multiatribut Fishbein. The results showed the Chi-square analysis is known that there are differences in consumer preferences towards product attributes egg roll. Based on the analysis Multiatribut Fishbein attributes that most consumers consider the product purchasing decisions egg roll are the attributes of flavor.*

Keywords: *Chi-Square Analysis, Multiatribut Fishbein Analysis, Egg Roll, Consumer Preference*

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut-atribut produk yang menjadi preferensi konsumen di Kecamatan Cepu Kabupaten Blora dan untuk mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk egg roll di Kecamatan Cepu Kabupaten Blora. Penelitian ini dilaksanakan di toko oleh-oleh, minimarket dan swalayan di Kecamatan Cepu yang telah ditentukan. Metode penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan metode penentuan sampel dilakukan dengan metode *judgement sampling* dengan jumlah sampel sebesar 100 responden. Atribut produk egg roll yang dianalisis adalah atribut jenis bahan baku, merk, rasa dan ukuran. Metode analisis yang digunakan adalah analisis *Chi-Square* dan *Multiatribut Fishbein*. Hasil penelitian menunjukkan dari analisis *Chi-square* diketahui bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut produk egg roll. Berdasarkan analisis *Multiatribut Fishbein* atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk egg roll adalah atribut rasa.

Kata Kunci: *Analisis Chi-Square, Analisis Multiatribut Fishbein, Egg Roll, Preferensi Konsumen*

PENDAHULUAN

Agroindustri merupakan salah satu kegiatan yang menghasilkan suatu produk olahan yang berbahan baku dari komoditi pertanian. Agroindustri dikembangkan karena memiliki berbagai tujuan salah satunya adalah untuk meningkatkan nilai tambah produk pertanian (Rahayu, 2015). Berkembangnya Agroindustri yang mengolah produk yang sama di suatu daerah, tidak menutup kemungkinan produk tersebut menjadi produk khas pada daerah tersebut. Persaingan industri pangan yang ketat menimbulkan berbagai macam strategi yang diunggulkan oleh masing-masing industri.

Menurut Khoironi (2013) Kecamatan Cepu, Kabupaten Blora, Jawa Tengah yang lebih dikenal sebagai BLOK CEPU ingin mengangkat namanya tidak hanya sebagai penghasil minyak bumi tetapi juga sebagai daerah penghasil makanan ringan yang akan menjadi oleh-oleh dengan berbagai merek produk, sehingga siapapun yang berkunjung akan memiliki kesan tersendiri terhadap daerah Cepu. Salah satu usaha *home industry* yang sudah banyak berkembang di Kecamatan Cepu Kabupaten Blora adalah usaha egg roll.

Egg roll merupakan jenis kue dengan ciri khas rasa manisnya, teksturnya renyah, bentuknya gulungan utuh, berlubang dan tidak pecah-pecah. Sesuai dengan namanya, dalam pembuatan egg roll menggunakan telur yang lebih banyak dibandingkan dengan bahan-bahan yang lain. sebagian masyarakat mengenal kue egg roll dengan nama kue semprong. Umumnya egg roll terbuat dari tepung

terigu, sedangkan semprong terbuat dari tepung beras dan menggunakan sedikit telur. Egg roll memiliki tekstur yang renyah dan mudah dicerna, sehingga disukai oleh masyarakat dari berbagai kalangan usia, seperti anak-anak, remaja, dewasa, maupun lansia. Egg roll biasanya digunakan untuk sajian tamu, cemilan sehari-hari atau untuk oleh-oleh (Purwanita, 2013).

Banyaknya pengusaha yang memproduksi produk egg roll menjadikan sebuah tantangan bagi pengusaha untuk lebih inovatif dalam memproduksi produk olahannya. Pengusaha egg roll di Kecamatan Cepu Kabupaten Blora melakukan inovasi dengan mengolah Waluh sebagai bahan baku campuran pembuatan egg roll. Inovasi ini muncul karena jumlah produksi waluh di Kecamatan Cepu yang setiap tahun selalu meningkat. Selain waluh sebagai bahan campuran pembuatan egg roll, para pengusaha juga menggunakan ubi ungu sebagai bahan campuran pembuatan egg roll.

Semakin banyak *home industry* yang mengolah produk yang sama semakin banyak pula inovasi produk yang dilakukan oleh produsen guna menarik minat konsumen terhadap produknya. Konsumen dalam memilih produk yang hendak dibeli perlu memperhatikan beberapa atribut yang ada pada suatu produk. Oleh sebab itu pengusaha harus memperhatikan apa yang disukai oleh konsumen. Menurut Utaminingsih (2007) permintaan konsumen terhadap suatu produk merupakan hal yang dipengaruhi oleh selera atau preferensi konsumen terhadap produk tersebut. Untuk itu produsen

harus mengetahui bagaimana preferensi konsumen yang dapat tercermin dari perilaku konsumen. Produk yang sesuai dengan preferensi konsumen akan memberikan kepuasan bagi konsumen tersebut. Preferensi konsumen terhadap produk egg roll dapat diketahui dari atribut yang ada pada produk egg roll tersebut. Preferensi konsumen terhadap produk egg roll dapat memberikan informasi bagi produsen agar mampu menentukan strategi pemasaran produknya.

METODE PENELITIAN

Metode Dasar Penelitian

Metode dasar penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis, yaitu metode untuk pengukuran yang cermat terhadap fenomena sosial tertentu, misalnya perceraian, pengangguran, keadaan gizi, preferensi terhadap politik tertentu dan lain-lain. Teknik penelitian yang digunakan adalah penelitian survey. Penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. (Singarimbun dan Sofian, 1995).

Metode Penentuan Lokasi

Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di Kecamatan Cepu Kabupaten Blora. Lokasi tersebut dipilih atas dasar pertimbangan bahwa Kecamatan Cepu merupakan sentra pengembangan usaha egg roll. Produk egg roll khususnya egg roll dengan bahan baku waluh menjadi produk makanan khas Kecamatan Cepu Kabupaten Blora.

Metode Penentuan Sampel

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *judgement sampling* yaitu metode penentuan sampel dari suatu populasi yang didasarkan atas kriteria tertentu, sehingga keterwakilannya terhadap populasi dapat dipertanggung jawabkan (Sekaran, 2006). Jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Responden diambil dari toko pusat oleh-oleh, minimarket, maupun toko-toko besar yang menjual produk egg roll di Kecamatan Cepu Kabupaten Blora.

Metode Analisis Data.

Analisis Chi Square (X^2). Analisis *Chi-Square* digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk egg roll. Menurut Siegel (1992) teknik dari tes *chi-square* adalah tipe *godnes of fit* yakni bahwa tes tersebut dapat digunakan untuk menguji apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara banyak yang diamati (*observed*) dari objek atau jawaban yang diharapkan (*expected*) berdasarkan hipotesis nol. Rumus dasar perhitungan ini adalah:

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \left[\frac{(fo - fe)^2}{fe} \right]$$

Analisis multiatribut Fishbein. digunakan untuk mengetahui atribut produk egg roll yang paling dipertimbangkan oleh konsumen, dengan rumus sebagai berikut :

$$A_o = \sum_{i=1}^n bi . ei$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden.

Karakteristik berdasarkan jenis kelamin. Responden yang memiliki proporsi terbesar adalah responden perempuan dengan proporsi sebesar 56% dan sisanya sebanyak 44% adalah laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan merupakan pengambil keputusan dalam pembelian kebutuhan pangan dan perempuanlah yang bertugas dalam melakukan kegiatan belanja. Perempuan sebagai penanggung jawab dan pengurus rumah tangga memiliki peranan penting dalam mengelola keuangan rumah tangga.

Karakteristik responden berdasarkan umur. Responden yang membeli produk egg roll dengan proporsi terbesar adalah kategori umur 20-29 tahun yaitu sebesar 57%. Kelompok umur tersebut merupakan kelompok umur yang sudah dewasa, sehingga cenderung berpikir secara rasional dalam pengambilan keputusan pembelian produk egg roll.

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan. Responden yang memiliki proporsi terbesar adalah responden yang memiliki tingkat pendidikan SLTA yaitu sebesar 57%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen egg roll memiliki pendidikan yang cukup tinggi. Sehingga responden yang didapat memiliki pengetahuan dan informasi yang baik. Pengetahuan konsumen yang baik diharapkan produsen menjadi semakin meningkatkan kualitas terhadap atribut egg roll.

Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan. Jenis pekerjaan responden yang memiliki proporsi terbesar adalah Pegawai Swasta dan Mahasiswa yaitu masing-masing

sebesar 20% dari total seluruh responden.

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan. Tingkat pendapatan responden yang membeli produk egg roll adalah Rp 1.500.000- Rp 2.500.000 yaitu sebesar 29 %. Kabupaten Blora yang memiliki Upah Minimum Regional (UMR) sebesar Rp1.328.000 berarti dapat diketahui bahwa sebagian besar responden produk egg roll sudah memiliki pendapatan yang sedang.

Karakteristik responden berdasarkan jumlah anggota keluarga. Jumlah keluarga responden yang memiliki proporsi terbanyak adalah responden dengan keluarga berjumlah 4 orang sebesar 40% responden. Jumlah anggota keluarga sangat mempengaruhi jumlah pembelian, semakin banyak jumlah anggota keluarga maka pembelian terhadap produk egg roll juga akan semakin banyak.

Perilaku Beli Konsumen

Tujuan utama pembelian egg roll. Tujuan utama konsumen dalam membeli produk egg roll adalah untuk oleh-oleh dengan proporsi terbanyak sebesar 56%. Hal tersebut dikarenakan produk egg roll di Kecamatan Cepu merupakan salah satu makanan ringan yang khas dari Cepu Kabupaten Blora, sehingga terdapat beberapa responden yang dengan sengaja berkunjung ke Blora untuk membeli produk egg roll.

Frekuensi pembelian. Responden melakukan pembelian produk egg roll dalam frekuensi yang tidak tentu, dengan proporsi yang terbanyak yaitu sebesar 70%. Konsumen yang melakukan pembelian secara tidak tentu merupakan konsumen yang

mempunyai jadwal tertentu dalam melakukan pembelian egg roll.

Jumlah pembelian. Sebagian responden produk egg roll cenderung membeli egg roll dengan jumlah 3-5 bungkus yaitu sebanyak 51 orang atau sebesar 51%. Responden yang melakukan pembelian egg roll dengan jumlah 3-5 bungkus biasanya adalah para penggemar atau yang suka dengan produk egg roll. Tidak jarang para responden membeli dengan jumlah tersebut digunakan sebagai oleh-oleh.

Tempat pembelian. Responden melakukan pembelian produk egg roll cenderung membeli egg roll di minimarket yaitu sebanyak 38 orang atau 38%. Alasan responden lebih menyukai pembelian egg roll di minimarket, karena menurut mereka minimarket merupakan tempat belanja praktis, bersih, konsep toko yang modern sehingga mudah dalam melakukan pembelian maupun pembayaran.

Preferensi Konsumen Terhadap Atribut-Atribut Produk Egg Roll

Preferensi konsumen terhadap produk egg roll merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk. Pilihan antar responden satu dengan responden yang lain tentu berbeda. Konsumen memiliki pertimbangan tersendiri dalam menentukan produk yang akan dibeli sesuai dengan atribut yang disukai.

Preferensi konsumen pada penelitian ini dapat diketahui melalui sikap konsumen terhadap produk egg roll. Konsumen yang memberikan sikap positif terhadap egg roll akan membentuk perilaku pembelian terhadap produk egg roll. perilaku pembelian terhadap produk egg roll

dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor sosial dan lingkungan. Faktor sosial dan ekonomi yang mempengaruhi perilaku pembelian dalam penelitian ini antara lain, pekerjaan, pendidikan, tingkat pendapatan, dan jumlah anggota keluarga dalam satu rumah.

Preferensi konsumen terhadap produk egg roll dapat dianalisis menggunakan analisis *chi-square*. Atribut-atribut yang diteliti antara lain meliputi jenis bahan campuran, merek, rasa, dan ukuran. Jenis bahan campuran dikategorikan menjadi 2 kategori yaitu waluh (labu kuning) dan ubi ungu. Merek egg roll dikategorikan menjadi 3 kategori yaitu merek A, merek B, dan merek C. Rasa egg roll dikategorikan menjadi 3 kategori yaitu original, cokelat, dan strawberry. Ukuran egg roll dikategorikan menjadi 2 kategori yaitu ukuran bungkus kecil dan bungkus besar. Frekuensi konsumen yang memilih kategori tiap atribut produk egg roll, kemudian dilakukan analisis menggunakan analisis Chi Square. Dari hasil analisis *Chi Square* dapat diketahui bahwa preferensi konsumen terhadap produk egg roll di Kecamatan Cepu Kabupaten Blora menunjukkan hasil seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Analisis Chi Square Atribut Produk Egg Roll

Atribut Produk Egg Roll	Asymp.Sig	Keterangan
Jenis bahan campuran	.000	Signifikan
Merek	.001	Signifikan
Rasa	.000	Signifikan
Ukuran	.000	Signifikan

Sumber : Analisis Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa atribut egg roll mulai dari jenis bahan campuran, merek, rasa dan ukuran produk yang diamati dalam penelitian ini berbeda nyata dengan tingkat kepercayaan 95% yang artinya bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Keempat atribut tersebut memiliki tingkat signifikansi lebih kecil dari α 0,05 yang berarti menunjukkan hasil yang signifikan, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut yang ada pada produk egg roll, artinya konsumen dalam membeli produk egg roll memiliki perbedaan preferensi berdasarkan atribut jenis bahan campuran, merek, rasa dan ukuran.

Kepercayaan dan Evaluasi Konsumen Terhadap Atribut-Atribut Produk Egg Roll

Terdapat banyak model yang menunjukkan hubungan antara persepsi dan preferensi atau atribut dan sikap. Model ini sering disebut model kepercayaan sebagai evaluatif struktur kognitif yang menekankan bahwa sikap adalah produk dari kedua evaluasi atribut dan keyakinan. Sebuah model sikap multiatribut memandang suatu objek sikap, seperti produk atau merek, pengolahan sejumlah atribut yang memberikan dasar yang konsumen dari sikap mereka. Salah satu model yang populer tersebut telah dikembangkan oleh Martin A. Fishbein. Model ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki keyakinan mengenai atribut merek

tertentu, dan melampirkan berbagai tingkat pentingnya produk.

Sikap konsumen terhadap produk egg roll merupakan gambaran mengenai suka atau tidak suka konsumen terhadap produk egg roll. Sikap konsumen terbentuk dari pengalaman selama dia melakukan pembelian produk egg roll. Produk egg roll yang memberikan kesan positif akan membentuk sikap positif konsumen terhadap produknya. Konsumen yang sudah mendapat kesan positif terhadap suatu produk akan melakukan pembelian yang berulang, mereka juga akan mengajak orang lain untuk membeli produk tersebut.

Indeks sikap konsumen (A_o) didapat dari perkalian antara penilaian kepercayaan atau keyakinan (b_i) dengan nilai evaluasi (e_i) terhadap produk egg roll. Angka ini menunjukkan penilaian konsumen terhadap atribut yang melekat pada produk egg roll yang meliputi Jenis bahan Campuran, merek, rasa dan ukuran. Berikut merupakan nilai dari indeks sikap konsumen (A_o) terhadap produk egg roll di Kecamatan Cepu Kabupaten Blora:

Tabel 2. Sikap Konsumen Terhadap Produk Egg Roll di Kecamatan Cepu Kabupaten Blora

Atribut Produk Egg Roll	Kepercayaan (b_i)	Evaluasi (e_i)	Sikap (A_o)
Jenis Bahan Campuran	4,27	4,24	18,1
Merek	4,22	4,15	17,51
Rasa	4,23	4,84	20,38
Ukuran	3,79	3,79	14,36

Sumber : Analisis Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai indeks sikap konsumen terhadap atribut yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian produk egg roll adalah atribut rasa. Atribut rasa produk egg roll menjadi atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian produk egg roll. Rasa merupakan hal yang paling utama yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk makanan, konsumen akan membeli makanan yang sesuai dengan rasa yang mereka sukai. Konsumen yang menyukai rasa coklat dia akan membeli egg roll dengan varian rasa coklat, begitu halnya dengan konsumen yang menyukai rasa original dan strawberry.

Berdasarkan hipotesis atribut yang berturut-turut dipertimbangkan oleh responden adalah merk, jenis bahan campuran, rasa dan ukuran. Setelah melakukan penelitian, ternyata atribut yang paling dipertimbangkan responden dalam melakukan pembelian egg roll adalah atribut rasa. Sehingga, hasil penelitian diatas tidak sesuai dengan hipotesis pada penelitian ini. Hipotesis pada atribut ukuran yang menempati urutan keempat sesuai dengan penelitian ini, namun berbeda dengan atribut merk, jenis bahan campuran dan rasa. Atribut rasa adalah atribut utama yang paling dipertimbangkan dalam pembelian egg roll. Ketidaksesuaian ini diakibatkan karena saat penelitian di lapangan, responden lebih memperhatikan atribut rasa sebagai pertimbangan utama. Responden produk makanan akan lebih mengutamakan rasa, karena makanan

adalah suatu olahan yang penilaiannya berdasarkan rasa yang diberikan.

Produk egg roll yang menjadi makanan khas di Kecamatan Cepu khususnya yang menggunakan bahan campuran dari waluh, semakin banyak disukai masyarakat baik di dalam maupun luar Kecamatan Cepu. Agar *home industri* egg roll semakin berkembang perlu adanya campur tangan dari pemerintah agar produsen lebih mengembangkan usahanya. Pemerintah bisa melakukan program pameran mengenai produk yang ada di Kabupaten Blora agar produk menjadi lebih dikenal masyarakat luar daerah. Produk yang semakin dikenal masyarakat akan menjadikan produk lebih diminati sehingga permintaan egg roll akan meningkat. Peningkatan permintaan produk maka produsen akan lebih banyak membutuhkan tenaga kerja dalam memproduksi produknya, sehingga akan menjadi peluang pekerjaan bagi masyarakat.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut: 1) Atribut produk egg roll yang menjadi preferensi konsumen di Kecamatan Cepu Kabupaten Blora adalah jenis bahan campuran, merk, rasa dan ukuran. Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut yang ada pada produk egg roll, artinya konsumen dalam membeli produk egg roll memiliki perbedaan preferensi berdasarkan atribut jenis bahan campuran, merk, rasa dan ukuran. 2) Atribut produk egg roll

yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian produk egg roll di Kecamatan Cepu Kabupaten Blora adalah atribut rasa. Saran yang dapat diberikan adalah 1) Produsen diharapkan mampu menyediakan produk egg roll yang sesuai dengan selera konsumen, sehingga perlu memperhatikan atribut-atribut yang menjadi kesukaan konsumen. (2) Produsen sebaiknya menambah proporsi produk egg roll yang memiliki rasa original, karena berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa produk egg roll dengan rasa original lebih disukai konsumen dibandingkan dengan rasa yang lain. Diharapkan produsen menambah proporsi rasa original tanpa mengurangi atau menghilangkan varian rasa yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Khoironi, I. 2013. Implementasi Pendaftaran Merek sebagai Bentuk Perlindungan Hukum pada Home Industry Eggroll di Kelurahan Ngroto Kecamatan Cepu Kabupten Blora. *Skripsi*. Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Purwanita, R. 2013. Eksperimen Pembuatan Egg Roll Tepung Sukun (*Artocarpus altilis*) dengan Penambahan Jumlah Tepung Tapioka yang Berbeda. *Skripsi*. Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Rahayu, E . 2015. Analisis Nilai Tambah Waluh di Sentra Industri Egg Roll Waluh Kecamatan Cepu Kabupaten Blora. *Skripsi*. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta. Surakarta.
- Sekaran, U. 2006. *Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi 4*. Salemba Empat. Jakarta.
- Siegel. 1992. *Statistik Nonparametrik*. Penerbit Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Singarimbun, M dan Effendi, S. 1995. *Metode Penelitian Survai*. PT Pustaka LP3ES Indonesia. Jakarta.
- Utaminingsih, R W. 2007. Analisis Preferensi Konsumen terhadap Tiwul Instan di Kota Yogyakarta. *Skripsi*. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta. Surakarta.