

**PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK USUS SESUAI
PREFERENSI KONSUMEN MENGGUNAKAN ANALISIS
KONJOIN**

(Studi Kasus : Industri Rumah Tangga “Hikmah”)



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan program studi Strata I pada
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik**

Oleh:

**MIA FEBYANTI
D600150082**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK USUS SESUAI PREFERENSI KONSUMEN MENGGUNAKAN ANALISIS KONJOIN

(Studi Kasus : Industri Rumah Tangga “Hikmah”)

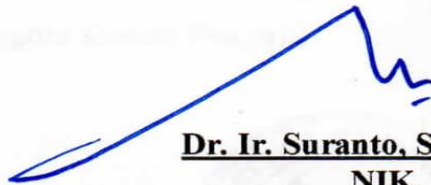
PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

MIA FEBYANTI
D600150082

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. Ir. Suranto, S.T., M.M., Msi.
NIK. 797

HALAMAN PENGESAHAN

PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK USUS SESUAI PREFERENSI KONSUMEN MENGGUNAKAN ANALISIS KONJOIN

(Studi Kasus : Industri Rumah Tangga “Hikmah”)

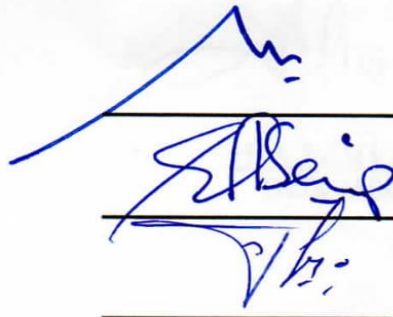
OLEH

MIA FEBYANTI
D600150082

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada Hari Jum'at, 9 Agustus 2019
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji:

1. **Dr. Ir. Suranto, S.T., M.M., M.Si.**
(Ketua Dewan Penguji)
2. **Eko Setiawan, S.T., M.T. Ph.D.**
(Anggota Dewan Penguji)
3. **Ida Nursanti, S.T., M.EngSc.**
(Anggota Dewan Penguji)



Dekan,



Ir. Sri Sunariono, M.T., Ph.D.
NIK. 682

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 21 Juli 2019



MIA FEBYANTI
D600150082

PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK USUS SESUAI PREFERENSI KONSUMEN MENGGUNAKAN ANALISIS KONJOIN

(Studi Kasus : Industri Rumah Tangga “Hikmah”)

Abstrak

Industri Rumah Tangga “Hikmah” merupakan salah satu industri berskala rumahan yang bergerak di bidang industri pengolahan makanan di Klaten, dengan produk yang dihasilkan berupa keripik usus ayam. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui nilai kegunaan dalam setiap taraf atau level atribut produk dan juga mengidentifikasi atribut-atribut yang menjadi preferensi konsumen terhadap pembelian produk keripik usus IRT Hikmah ini. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah wawancara, triangulasi, kuisioner, dan dokumentasi. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Judgement sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 60 orang yang pernah mengkonsumsi keripik usus. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan analisis konjoin, dimana pada metode ini berguna untuk menganalisis preferensi konsumen tentang suatu produk dan juga syarat sifat yang menyusun atribut dari produk tersebut. Hasil analisis didapatkan bahwa stimuli yang paling diminati responden adalah keripik usus dengan rasa original, ukuran lainnya atau tergantung permintaan (*custom*), tekstur renyah, warna tanpa tambahan kunyit, ada batas kedaluwarsa dan ada label halal. Sedangkan atribut yang dianggap penting oleh responden berdasarkan dari nilai yang tertinggi sampai terendah adalah yang pertama atribut ukuran, kedua adalah rasa, ketiga adalah warna, yang keempat batas kedaluwarsa, kelima adalah tekstur, dan yang terakhir adalah label halal.

Kata Kunci: analisis konjoin, keripik usus, nilai kegunaan, nilai kepentingan, preferensi konsumen.

Abstract

"Hikmah" Home Industry is one of the home-scale industries engaged in the food processing industry in Klaten, with products produced in the form of chicken intestinal chips. The purpose of this study is to determine the value of use in each level or level of product attributes and also identify the attributes that are consumers' preferences for the purchase of these IRT Hikmah chips products. Data collection methods used in this study include interviews, triangulation, questionnaires, and documentation. While the sampling technique used was Judgment sampling, with a total of 60 respondents who had consumed intestinal chips. Data processing in this study uses conjoint analysis, which in this method is useful for analyzing consumer preferences about a product and also the condition requirements that make up the attributes of the product. The results of the analysis found that the stimuli of the most popular respondents were intestinal chips with original flavor, other sizes or depending on demand (*custom*), crispy texture, color without the addition of turmeric, no expiration limits and no halal label. While the attributes considered important by

respondents based on the highest to lowest values are the first attribute size, the second is taste, the third is color, the fourth is expired, the fifth is texture, and the last is the halal label.

Keywords: conjoint analysis, consumer preferences, importance values, intestinal chips, utility values.

1. PENDAHULUAN

Industri rumah tangga “Hikmah” merupakan salah satu industri berskala rumahan yang bergerak di bidang industri pengolahan makanan di Klaten. Dengan produk yang dihasilkan berupa keripik usus ayam. Industri ini mampu memproduksi sebanyak 300 kg keripik usus ayam setiap harinya. Industri rumah tangga “Hikmah” ini memiliki 14 orang karyawan, diantaranya 3 orang yang bertugas mengolah usus ayam, 1 orang yang bertugas membersihkan usus ayam, dan 10 orang lainnya bertugas untuk mengemas keripik usus yang sudah jadi. Selain itu, usaha keripik usus ini telah memiliki izin usaha dengan P.IRT No 2033311010822.22.

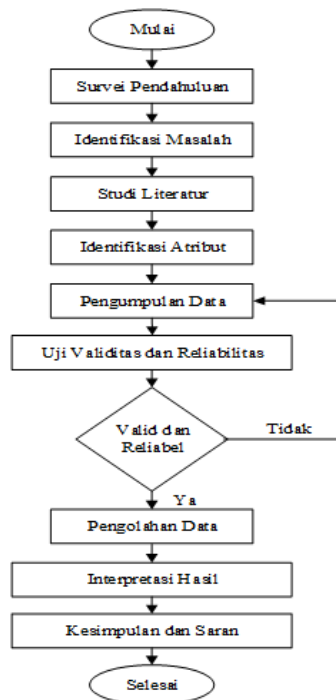
Pengembangan produk keripik usus ayam dapat dilakukan dengan mencari tahu preferensi atau kesukaan konsumen terhadap produk keripik usus ayam. Preferensi konsumen penting dilakukan, karena dapat membantu pelaku usaha dalam merancang strategi pemasaran yang tepat, guna memenangkan peta persaingan terhadap merek yang beredar di pasaran. Selain itu, preferensi konsumen dapat membantu pelaku usaha dalam menganalisis atribut yang ditawarkan pada produk apakah telah memenuhi keinginan dan harapan konsumen atau belum (Tasmaria, 2017).

Industri rumah tangga (IRT) “Hikmah” dapat menjadikan preferensi konsumen sebagai acuan dalam mengembangkan produk keripik usus, sehingga dapat menghasilkan suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Preferensi konsumen penting dilakukan dalam mengetahui kinerja atribut yang telah ditawarkan. Dalam penelitian ini, preferensi konsumen digunakan untuk mengetahui produk keripik usus seperti apa yang diinginkan konsumen. Untuk dapat mengetahui tingkat kesukaan konsumen berdasarkan atribut pada produk keripik usus ayam adalah dengan menggunakan metode analisis conjoint. Analisis conjoint sangat cocok digunakan untuk memahami respon konsumen terhadap stimuli (kombinasi) dari

berbagai atribut, sehingga dapat menentukan produk yang sepotensial mungkin untuk dilakukan pengembangan.

2. METODE

Penelitian dilakukan pada usaha keripik usus Industri Rumah Tangga “Hikmah” yang terletak di Desa Janjir, Sidowayah, Klaten. Penelitian ini difokuskan pada preferensi konsumen mengenai produk keripik usus, yang dilakukan dengan wawancara dengan pemilik usaha dan membagikan kuisioner kepada masyarakat sebagai konsumen. Adapun kerangka pemecahan masalahnya dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1 Kerangka Pemecahan Masalah

2.1 Identifikasi Atribut

Atribut-atribut yang ada, didapatkan berdasarkan diskusi terhadap ketiga pemilik usaha dibidang yang sama, atau disebut juga triangulasi. Berikut merupakan atribut-atribut dengan level masing-masing yang dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 2 Atribut dan Levelnya

No	Atribut	Level Atribut
1	Rasa	Original
		Balado
		Lainnya
2	Ukuran	8,5 gram harga Rp 500
		20 gram harga Rp 1.000
		Lainnya
3	Tekstur	Renvah
		Renvah Cenderung Keras
4	Warna	Dengan Tambahan Kunvit
		Tanpa Tambahan Kunvit
5	Batas Kedaluwarsa	Ada Batas Kedaluwarsa
		Tidak Ada Batas Kedaluwarsa
6	Label Halal	Ada Label Halal
		Tidak Ada Label Halal

2.2 Pengumpulan Data

Proses pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara, triangulasi (diskusi dnegan pemilik usaha keripik usus di wilayah yang berbeda), penyebaran kuisioner, serta dokumentasi.

2.3 Teknik Pengolahan Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas pada penelitian digunakan untuk mengetahui apakah kuisioner yang digunakan sesuai dengan variabel yang diteliti secara tepat. Sedangkan reliabilitas menunjukkan keandalan dari suatu data, bukan hanya semata-mata instrumen yang digunakan. Menurut Singarimbun (2005), reliabilitas adalah sejauh mana suatu hasil dari pengukuran relatif konsisten jika pengukuran diulang dua kali atau lebih.

2. Analisis Konjoin

Analisis konjoin adlalah metode yang digunakan untuk menganalisis preferensi konsumen mengenai produk atau jasa yang tersusun atas kombinasi atribut-atribut yang ada. Model analisis konjoin dapat diformulasikan sebagai berikut (Malhotra, 2004):

$$U(x) = \sum_{i=1}^{m_i} \sum_{j=1}^{k_j} \beta_{ij} X_{ij} \dots\dots\dots (2.1)$$

Kombinasi atribut dilakukan dengan menjalankan program *syntax editor* pada SPSS versi 20. Selain kombinasi atribut, dengan *syntax editor* juga dapat diperoleh nilai kegunaan (utilitas) dan nilai kepentingan pada tiap atribut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Kombinasi Atribut

Pembentukan kombinasi atribut dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 20 dengan program *syntax* seperti pada Gambar 2. Kombinasi atributnya membentuk *orthogonal array* dengan 14 profil.

```

ORTHOPLAN
/FACTORS=
RASA 'rasa' (Original ' Balado' Lainnya)
UKURAN 'ukuran dan harga' (8,5 gram harga Rp 500' 20 gram harga Rp 1000' Lainnya)
TEKSTUR 'tekstur keripik' (Renyah' Renyah Cenderung Keras')
WARNA 'warna keripik' (Dengan Tambahan Kunyit' Tanpa Tambahan Kunyit)
BATAS_KEDALUWARSA 'batas kedaluwarsa' (Ada Batas Kedaluwarsa' Tidak Ada Batas Kedaluwarsa)
LABEL_HALAL 'label halal' (Ada Label Halal' Tidak Ada Label Halal)
/HOLDOUT=0
SAVE OUTFILE= 'KOMBINASI.sav'

```

Gambar 2 *Syntax* Kombinasi Atribut pada SPSS

3.2 Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 20 dengan sampel 60 responden. Data hasil kuisioner dapat dilihat pada lampiran 2. Dengan $\alpha = 0,05$; $df = n - 2 = 60 - 2 = 58$, maka didapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0,2542. Data hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh atribut dikatakan valid, dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Keterangan Hasil Uji Validitas

No	Atribut	Level Atribut	SS	S	TS	STS
1	Rasa	Original				
		Balado				
		Lainnya				
2	Ukuran	8,5 gram harga Rp 500				
		20 gram harga Rp 1.000				
		Lainnya				
3	Tekstur	Renyah				
		Renyah cenderung keras				
4	Warna	Dengan Tambahan Kunyit				
		Tanpa Tambahan Kunyit				
5	Batas Kedaluwarsa	Ada Batas Kedaluwarsa				
		Tidak Ada Batas Kedaluwarsa				
6	Label Halal	Ada Label Halal				
		Tidak Ada Label Halal				

3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 20 dengan sampel 60 responden. Dari hasil perhitungan uji reliabilitas, diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,645. Maka dapat dikatakan bahwa data tersebut reliabel,

karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. *Output* hasil uji reliabilitasnya dapat dilihat pada Gambar 2.

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

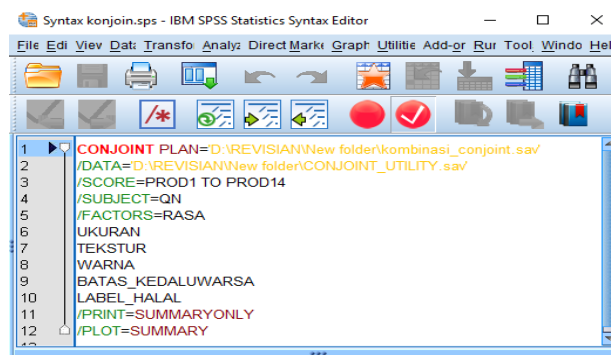
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.645	15

Gambar 3 *Output* Hasil Uji Validitas

3.4 Nilai Kegunaan (Utilitas) Level Atribut

Nilai kegunaan (utilitas) dalam setiap atribut berfungsi untuk mengetahui seberapa penting atribut-atribut dalam suatu produk yang diteliti. Untuk mengetahui nilai kegunaan pada setiap level atribut dilakukan menggunakan SPSS versi 20 dengan menjalankan program *syntax* seperti pada gambar 4, yang juga termasuk *syntax* untuk mengetahui nilai kepentingan.



Gambar 4 *Syntax* Nilai Kegunaan dan Kepentingan pada SPSS

Output nilai kegunaan dan nilai kepentingan pada tiap level atribut dapat dilihat pada Tabel 4 dan Tabel 5.

Tabel 4 *Output* Nilai Kegunaan (Utilitas) pada SPSS versi 20

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
RASA	Original	.307	.349
	Balado	.119	.376
	Lainnya	-.426	.450
UKURAN	8,5 gram harga Rp 500	.240	.349
	20 gram harga Rp 1000	-.847	.450
	Lainnya	.607	.376
TEKSTUR	Renyah	.193	.262
	Renyah Cenderung Keras	-.193	.262
	Keras		
WARNA	Dengan Tambahan Kunyit	-.363	.262
	Tanpa Tambahan Kunyit	.363	.262
BATAS_KEDALUWARSA	Ada Batas Kedaluwarsa	.226	.253
	Tidak Ada Batas Kedaluwarsa	-.226	.253
LABEL_HALAL	Ada Label Halal	.130	.253
	Tidak Ada Label Halal	-.130	.253
(Constant)		1.804	.299

Tabel 5 *Output* Nilai Kepentingan pada SPSS versi 20

Importance Values	
RASA	19.894
UKURAN	34.094
TEKSTUR	10.115
WARNA	16.676
BATAS_KEDALUWARSA	11.927
LABEL_HALAL	7.295
Averaged Importance Score	

Hasil dari pengolahan kuisioner yang diperoleh pada atribut rasa dengan level atribut original menjadi rasa yang paling disukai oleh responden dengan nilai kegunaan sebesar, yaitu 0,307. Sedangkan pada atribut ukuran, responden lebih memilih ukuran lainnya dengan besarnya nilai kegunaan yaitu 0,607. Pada atribut tekstur, responden lebih memilih keripik usus dengan tekstur renyah yang memiliki nilai kegunaan sebesar 0,193. Pada atribut warna dengan level atribut tanpa tambahan kunyit menjadi warna yang paling diminati oleh responden daripada warna dengan tambahan kunyit dengan besarnya nilai kegunaan yaitu 0,363, dan atribut batas kedaluwarsa dengan level atribut ada batas kedaluwarsa merupakan pilihan yang paling disukai oleh responden karena memiliki nilai lebih tinggi dari level lainnya yaitu sebesar 0,226, serta pada atribut label halal, level atribut yang paling disukai oleh responden adalah ada label halal yang memiliki nilai kegunaan sebesar 0,130.

Pengolahan data yang dilakukan menggunakan metode analisis konjoin ini diperoleh tingkat kepentingan tertinggi yang digunakan sebagai pertimbangan oleh konsumen dalam membeli keripik usus Industri Rumah tangga “Hikmah” ini terdapat pada atribut ukuran yaitu sebesar 34,094%, selanjutnya adalah tingkat kepentingan yang kedua yaitu atribut rasa yang memiliki nilai sebesar 19,894%, tingkat kepentingan selanjutnya adalah atribut warna yang memiliki nilai sebesar 16,675%, pada atribut batas kedaluwarsa merupakan tingkat kepentingan yang keempat dengan nilai sebesar 11,927%, serta untuk tingkat kepentingan kelima dan keenam adalah atribut tekstur dan label halal yang masing-masing memiliki nilai kepentingan sebesar 10,115% dan 7,295%.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengolahan kuisioner diperoleh bahwa stimuli yang paling diminati responden adalah keripik usus dengan rasa original, ukuran lainnya, tekstur renyah, warna tanpa tambahan kunyit, ada batas kedaluwarsa dan ada label halal.
2. Nilai kepentingan tertinggi yang digunakan oleh konsumen sebagai bahan pertimbangan dalam membeli keripik usus Industri Rumah tangga “Hikmah” ini terdapat pada atribut ukuran, selanjutnya adalah tingkat kepentingan yang kedua yaitu atribut rasa, tingkat kepentingan selanjutnya adalah atribut warna, pada atribut batas kedaluwarsa merupakan tingkat kepentingan yang keempat, serta untuk tingkat kepentingan kelima dan keenam adalah atribut tekstur dan label halal.

4.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini disarankan untuk dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai atribut desain kemasan dengan pertimbangan dari *market place* juga.

2. Industri Rumah Tangga “Hikmah” perlu mempertahankan serta meningkatkan kinerja atribut pada produk keripik usus agar terjaga kepercayaan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Hardiyanto, Dwi. 2013. *Preferensi Konsumen Terhadap Produk Selai Buah Nipah Menggunakan Analisis Konjoin*. Skripsi. Fakultas Teknologi Pertanian. Universitas Brawijaya : Malang.
- Malhotra, N.K. 2006. *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan. Jilid II*. Edisi 4. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Putri, Tasmaria. 2017. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Abon Ikan Tuna*. Tesis. Jurusan Agribisnis. Universitas Hasanuddin : Makassar.