

PREFERENSI KONSUMEN PADA UMKM KERIPIK TEMPE IBU NUR JANNAH DI PASURUAN

Nur Khasanah¹,
Rr. Sri Karuniari Nuswardhani²,

Program Studi Agribisnis,
Fakultas Pertanian,
Universitas Yudharta Pasuruan

Email¹: antelantel739@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen, preferensi konsumen pada produk keripik tempe di UMKM di Pasuruan tepatnya di Ibu Nur Jannah yang ada di desa Urip Sumoharjo. Metode penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda daerah penelitian diambil secara sengaja (purposive) yaitu di desa Urip Sumoharjo Kelurahan Pohjentrek Kecamatan Purworejo Kota Pasuruan. Metode pengambilan sampel pada responden secara accidental sampling. Sampel diambil sebanyak 61 konsumen di UMKM Ibu Nur Jannah. Data yang diambil berupa data primer dan data sekunder dengan teknik wawancara, observasi, pengisian kuesioner pada responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen berdasarkan usia pada umur 26 sampai 35 tahun yaitu sebesar 42,6%. Karakteristik responden berdasarkan tingkat Pendidikan yaitu di tingkat sma sebanyak 65,6%. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terbanyak yakni Perempuan dengan jumlah 62,3%. Dan dari uji F bahwa X1, X2, X3, X4, dan X5 secara Bersama sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y dengan jumlah nilai F 18,175. Dan pada uji T semua variabel X memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y karena lebih kecil dari 0,05.

Kata kunci: Preferensi Konsumen, Karakteristik Konsumen.

ABSTRACT

This research aims to determine consumer characteristics, consumer preferences for tempeh chips products in MSMEs in Pasuruan, specifically in Ibu Nur Jannah in Urip Sumoharjo village. The research method uses multiple linear regression analysis. The research area was taken purposively, namely in the village of Urip Sumoharjo, Pohjentrek Subdistrict, Purworejo District, Pasuruan City. The method for taking samples from respondents is Accidental Sampling. Samples were taken from 61 consumers at Mrs. Nur Jannah's UMKM. The data taken is primary data and secondary data using interview techniques, observation, and filling out questionnaires for respondents. The research results show that consumer characteristics based on age at the age of 26 to 35 years are 42.6%. Characteristics of respondents based on education level, namely at the high school level, was 65.6%. The largest characteristic of respondents based on gender is women with 62.3%. And from the F test, X1, X2, X3, And in the T test all X variables have a significant influence on variable Y because they are smaller than 0.05.

Kata kunci: Consumer Preferences, Consumer Characteristics.

PENDAHULUAN

Diharapkan masyarakat memiliki alternatif produk makanan ringan dengan nilai gizi yang sangat baik yang terbuat dari kacang kedelai dengan adanya produk olahan kedelai berupa keripik tempe dengan berbagai rasa. Hal ini juga dapat meningkatkan nilai ekonomi kacang kedelai dan memberikan kemungkinan komersial yang berbeda, sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Keripik tempe dibuat dengan menggunakan bahan dasar tepung sagu dan kedelai. Keripik tempe ini kemudian diolah dengan cara tradisional dengan sedikit bumbu dan minyak sayur untuk menghasilkan keripik tempe yang renyah dan gurih, sehingga cocok untuk dijadikan camilan atau oleh-oleh. Keripik tempe juga menjadi makanan ringan yang paling banyak disukai, karena dari segi rasa yang gurih. Keripik tempe juga mudah di bawah kemana saja, karena dari segi kemasan yang strategis. Preferensi terhadap suatu jenis makanan dapat didefinisikan sebagai tingkat atau derajat kesukaan atau ketidaksukaan individu terhadap suatu jenis makanan tertentu. Tingkat kesukaan akan sesuatu dapat dilihat dari presentase jumlah responden yang memilih dan menyukai makanan tersebut. Preferensi konsumen juga diartikan sebagai sebuah keputusan evaluasi konsumen yang mempertimbangkan dua objek didalamnya atau lebih karena akan selalu melibatkan perbandingan antar objek. Tingkat preferensi konsumen terhadap produk tentu saja berbeda – beda tergantung dari persepsi konsumen. Hipotesis pada penelitian ini yakni:

- H1 : Harga keripik tempe memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen.
- H2 : Kemasan keripik tempe memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen.
- H3 : Rasa pada keripik tempe memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen.
- H4 : Tekstur pada keripik tempe memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen.
- H5 : Ukuran pada keripik tempe memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen

TINJAUAN PUSTAKA

1. Preferensi Konsumen

Menurut Simamora (2003:87), preferensi merupakan konsep abstrak yang menggambarkan peta peningkatan kepuasan yang diperoleh dari kombinasi barang dan jasa sebagai cerminan dari selera pribadi individu (Setyaningsih et al., 2009). Preferensi konsumen adalah kecenderungan seseorang dalam memilih penggunaan barang tertentu untuk dapat dirasakan dan dinikmati hingga mencapai kepuasan dari pemakaian produk tersebut, pada akhirnya konsumen loyal terhadap merek tertentu dari produk sejenis. Sedangkan menurut Kotler (2005:49) preferensi diartikan sebagai tingkat kesukaan terhadap suatu jenis produk yang digunakan seseorang. Dengan menganalisis preferensi konsumen, produsen dapat mengetahui apa yang

disukai dan tidak disukai konsumen dengan memperoleh urutan atribut produk dari yang dianggap penting hingga tidak penting bagi bagi konsumen (Nasution et al., 2019; Yusendra & Widarti, 2015).

2. UMKM

Sa'adah dkk. (2015) menyatakan bahwa karena usaha mikro membutuhkan modal yang lebih sedikit dan memiliki intensitas tenaga kerja yang lebih tinggi, mereka lebih siap untuk menangani dan menyesuaikan diri dengan perubahan di pasar (Heni dkk., 2016). Oleh karena itu, usaha mikro sangat penting bagi pembangunan ekonomi. Tuti Trisnawati (2009: 98) mendefinisikan usaha kecil dan menengah sebagai struktur komersial berskala kecil. Biasanya dimiliki oleh orang atau organisasi. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didefinisikan oleh Tambunan (2012: 22) sebagai usaha produktif yang beroperasi secara mandiri, dapat dijalankan oleh orang perorangan atau badan usaha, dan menjangkau semua sektor ekonomi. UMKM, atau usaha mikro, kecil, dan menengah, menurut Rudjito, merupakan perusahaan yang menopang perekonomian Indonesia. Karena UMKM akan meningkatkan devisa negara melalui pajak badan usaha dan membuka lapangan kerja baru (S, 2012; Yusendra & Widarti, 2015).

3. Karakteristik Konsumen

Konsumen merupakan seseorang yang menggunakan produk dan atau jasa yang dipasarkan (Nasution et al., 2019).

Karena sifat-sifat ini dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian, maka perlu untuk memahami sifat-sifat ini. Fitur dapat didefinisikan sebagai atribut, kualitas, atau informasi apa pun yang berkaitan dengan suatu elemen atau apa pun yang dimilikinya. Menurut Sumarwan (2011) menyatakan karakteristik konsumen adalah keseluruhan pengetahuan dan pengalaman, kepribadian dan karakteristik demografi konsumen. Karakteristik demografi meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir (Fitri, 2023). Karakteristik konsumen adalah perilaku yang diperhatikan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi produk, jasa, atau ide yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhannya dengan mengkonsumsi produk atau jasa dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan sehingga mempengaruhi konsumen dalam pengambilan Keputusan berurusan pada suatu Perusahaan yang diharapkan dapat memberikan manfaat seperti yang diinginkan (Nasution et al., 2019).

METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian yang digunakan untuk mempermudah dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif dengan format deskriptif. Berbeda dengan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan berbagai kondisi dan situasi dari hasil analisis dalam

bentuk narasi untuk membantu pembaca lebih memahami temuan penelitian, penelitian kuantitatif deskriptif merupakan pendekatan yang prosedur penelitiannya menghasilkan data kuantitatif berupa angka-angka. Dampak dari harga, rasa, kemasan, tekstur, dan ukuran keripik tempe terhadap preferensi konsumen diteliti dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan analisis regresi linier berganda. Secara spesifik, strategi sampling insidental digunakan untuk metode sampel dalam penelitian ini. dengan pengambilan sampel pelanggan UMKM Ibu Nur Jannah yang sedang makan keripik tempe.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Lokasi Penelitian

Jln. Urip Sumoharjo RT.05/RW.01 Kelurahan Pohjentrek Kecamatan Purworejo Kota Pasuruan menjadi subjek penelitian ini. Ada pertimbangan yang signifikan dalam memilih lokasi penelitian. Pemilik bertujuan untuk memastikan preferensi pelanggan terhadap barang-barang yang mereka jual dengan mempertimbangkan sejumlah faktor, terutama yang berkaitan dengan UMKM Ibu Nur Jannah. Dan para owner ingin mengoptimalkan produk yang dijual sesuai dengan preferensi konsumen untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas para konsumen dan pelanggan keripik tempe Ibu Nur Jannah.

Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

		Correlations				
		Y1	Y2	Y3	TOTAL	
Y1	Pearson Correlation	1	.587**	.418**	.798**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	
	N	61	61	61	61	
Y2	Pearson Correlation	.587**	1	.608**	.880**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	
	N	61	61	61	61	
Y3	Pearson Correlation	.418**	.608**	1	.817**	
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	
	N	61	61	61	61	
TOTAL	Pearson Correlation	.798**	.880**	.817**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		
	N	61	61	61	61	
		**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				
X1						TOTAL .642** .000 61
X2						.765** .000 61
X3						.775** .000 61
X4						.588** .000 61
X5	Pearson Correlation	.214	.374*	.425**	.057	1
	Sig. (2-tailed)	.097	.003	.001	.662	.595**
	N	61	61	61	61	61
TOTAL	Pearson Correlation	.642**	.765**	.775**	.588**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	61	61	61	61	61
		**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				
		*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).				

Gambar 1. Hasil Uji Validitas

Dari hasil tabel uji validitas pada variabel (x1 – x5) menunjukkan korelasi signifikan dengan total skor lebih kecil dari 0,05, namun x1, x2, dan x3 memiliki korelasi yang lebih kuat dibandingkan pada x4 dan x5. Dan untuk variabel (Y1 – Y3) juga menunjukan korelasi signifikan skor lebih kecil dari 0,05, namun pada Y2 memiliki korelasi yang paling kuat dan kemudian diikuti oleh Y3 dan Y1.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.699	5

Gambar 2. Hasil Uji Reabilitas

Pada tabel diatas uji reliabilitas pada variabel x dengan jumlah item 5 menunjukan

bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,699 dikatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6. Dan untuk tabel 2 uji reliabilitas pada variabel Y dengan jumlah item 3 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,777 dikatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6.

Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 1. Distribusi usia responden

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	17-25	17	27,9
2	26-35	26	42,6
3	36-55	18	29,5
Total		61	100

Presentase terbesar usia pada konsumen keripik tempe Ibu Nur Jannah berada pada kisaran 26 - 35 tahun yaitu sebesar 42,6% dan terendah pada usia 17 - 25 tahun yaitu sebanyak 27,9 %.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 2. Distribusi tingkat pendidikan responden

No	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	SD	10	16,4
2	SMP	4	6,6
3	SMA	40	65,6
4	S1	7	11,5
Total		61	100

Tingkat Pendidikan responden dari tabel diatas bisa diketahui presentase tertinggi

yaitu di tingkat pendidikan SMA yakni sebanyak 65,6%, sedangkan yang terendah yaitu di tingkat pendidikan SMP yakni sebanyak 6,6%.

3. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 3. Distribusi pendidikan responden

No	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Laki-Laki	23	37,7
2	Perempuan	38	62,3
Total		61	100

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa presentase tertinggi karakteristik responden pada jenis kelamin yakni Perempuan sebanyak 38 orang dengan presentase 62,3%, sedangkan yang terendah pada jenis kelamin laki – laki sebanyak 23 orang dengan presentase 37,7%. Kebanyakan Perempuan karena Perempuan cenderung lebih suka pada cemilan.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	0,818	1,162		0,704	0,484		

Teks tur (x1)	0,603	0,227	0,243	2,653	0,010	0,820	1,220
Kemasan (x2)	0,498	0,241	0,214	2,069	0,043	0,640	1,563
Harga (x3)	0,623	0,311	0,262	2,476	0,016	0,610	1,638
Rasa (x4)	0,436	0,205	0,191	2,128	0,038	0,849	1,177
Ukuran (x5)	0,818	0,247	0,253	2,697	0,009	0,777	1,287

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,818 + 0,603 X1 + 0,498 X2 + 0,623 X3 + 0,436 X4 + 0,667 X5$$

Rumus diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 0,818 menunjukkan bahwa tingkat Y adalah 0,818 jika X1, X2, X3, X4, dan X5 bernilai 0.
- Nilai koefisien X1 bernilai positif sebesar 0,603. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya Y naik sebesar 0,603 untuk setiap kali X1 bertambah satu.
- Nilai positif sebesar 0,498 untuk koefisien X2. Menurut interpretasi ini, tingkat Y naik sebesar 0,498 untuk setiap kali X2 naik satu.
- Nilai koefisien X3 adalah 0,623, sebuah angka positif. Hal ini dapat diartikan bahwa tingkat Y naik sebesar 0,623 untuk setiap kali X3 naik sebesar satu.
- Nilai koefisien X4 adalah angka positif sebesar 0,436. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya Y naik sebesar 0,436 untuk setiap kali X4 bertambah 1.

Nilai koefisien X5 sebesar 0,667 nilai positif. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap terjadinya meningkat pada X5 sebesar 1 kali maka tingkat Y meningkat sebesar 0,667.

Uji Hipotesis

A. Koefisien Determinasi

Tabel 5. Hasil uji hipotesisi Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,789 ^a	0,623	0,589	1,220	1,888

a. Predictors: (Constant), Ukuran (x5), Rasa (x4), Tekstur (x1), Kemasan (x2), Harga (x3)

b. Dependent Variable: Y

Nilai R², atau 58,9%, adalah 0,589 berdasarkan temuan pengujian di atas. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel independen X1, X2, X3, X4, dan X5-dapat mempengaruhi Y sebesar 58,9%. Sebaliknya, 41,1% dari Y dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak termasuk dalam model penelitian yang digunakan untuk investigasi ini.

B. Uji Simultan (F)

Tabel 6. Hasil uji hipotesisi simultan (f)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sign.
Regression	135,276	5	27,055	18,175	,000 ^b
Residual	81,871	55	1,489		

Total	217,148	60		
-------	---------	----	--	--

Nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa X1, X2, X3, X4, dan X5 secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y, sesuai dengan tabel di atas dengan hasil uji F. C. Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan software SPSS, pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan pada tingkat signifikansi 0,05 (α = 5%). Adapun kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil uji hipotesisi parsial (T)

		Coefficients ^a						
		Unstandarized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)		0,818	1,162		0,704	0,484		
	Tekstur (x1)	0,603	0,227	0,243	2,653	0,010	0,820	1,220
	Kemasan (x2)	0,498	0,241	0,214	2,069	0,043	0,640	1,563
	Harga (x3)	0,623	0,251	0,262	2,476	0,016	0,610	1,638
	Rasa (x4)	0,436	0,205	0,191	2,128	0,038	0,849	1,177
	Ukuran (x5)	0,667	0,247	0,253	2,697	0,009	0,777	1,287

a. Dependent Variable: Y

Hasil perhitungan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai signifikansi variabel X1 adalah 0,010, yang kurang dari 0,05 dan mengindikasikan bahwa X1 sedikit mempengaruhi Y.
2. Nilai signifikansi sebesar 0,043 untuk variabel X2 lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa X2 sedikit mempengaruhi Y.
3. Nilai signifikansi sebesar 0,016 untuk variabel X3 lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa X3 sedikit mempengaruhi Y.
4. Nilai signifikansi variabel X4 sebesar 0,038 lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa X4 sedikit mempengaruhi Y.
5. Nilai signifikansi variabel X5 adalah 0,009 yang lebih kecil dari 0,05 dan menunjukkan bahwa X5 sedikit mempengaruhi Y.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Karakteristik atau profil konsumen pada UMKM Keripik Tempe Ibu Nur Jannah berdasarkan usia jumlah yang paling banyak pada kisaran usia 26 – 35 tahun dengan jumlah 26 orang dengan presentase 42,6%. Dan berdasarkan tingkat pendidikan konsumen jumlah terbanyak yaitu di tingkat SMA dengan jumlah 40 orang dengan presentase 65,6%. Untuk karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin jumlah yang di dapatkan paling banayak yakni berjenis

kelamin perempuan dengan jumlah 38 orang dengan presentase 62,3%

2. Untuk hasil pengujian preferensi konsumen dibuktikan pada hasil uji T preferensi konsumen yang di lihat oleh para konsumen sebelum memutuskan untuk membeli produk Keripik Tempe dari UMKM Ibu Nur Jannah yakni pada variabel X5 dengan jumlah total nilai T 2,697 dengan signifikan 0,009 yaitu ukuran irisan pada keripik tempe karena di UMKM Ibu Nur Jannah menggunakan kemasan plastik, maka dari itu konsumen bisa melihat langsung bentuk ukuran irisan pada keripik.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitri, A. (2023). Sikap, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Susu Segar Yu-One Milk Di Kota Bandar Lampung. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 22–31.
- Heni, Sonia, G., & Silaban, C. L. (2016). *Analisis Root Causes Menggunakan Fish Bone pada UMKM Keripik Tempe Malang*.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- S, S. (2012). *Keripik Tempe*. 2010, 7–26.
- Setyaningsih, F. D., Pertanian, F., & Maret, U. S.

(2009). *ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BUAH SALAK (Salacca edulis)*.

- Yusendra, M. A. E., & Widarti, A. (2015). Pengembangan UKM Keripik Tempe di Pekon Way Jaha Kecamatan Pugung Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Bisnis Pengabdian Masyarakat Darmajaya*, 1(2), 12–27.
<https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/jbpmd/article/view/809>