



Semakin berkembangnya teknologi terlebih dalam bidang proses pengolahan makanan memberikan alternatif-alternatif menu makan olahan bagi konsumen. Bahan pangan yang digoreng adalah salah satu menu alternatif yang merupakan sebagian besar dari menu makan. Saat ini, pedagang-pedagang kaki lima yang menjual makanan gorengan dengan menggunakan minyak goreng secara berulang-ulang dan proses dengan menggunakan suhu tinggi makin banyak dijumpai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola pemakaian minyak goreng serta pertimbangan produsen makanan gorengan dalam melakukan penggantian dan pemilihan jenis minyak goreng yang digunakan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik random sampling di 9 kecamatan yang ada di Kota Semarang. Kuesioner yang disebar dibedakan menjadi 2, yaitu kuesioner dengan responden produsen makanan gorengan dengan tepung sebagai bahan pembantu dan kuesioner dengan responden produsen makanan gorengan dengan tepung sebagai bahan baku utama sebagai pembanding. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan analisa indeks sikap untuk mengetahui sikap produsen makanan gorengan terhadap atribut mutu minyak goreng kemudian dilanjutkan dengan analisa Chi Square untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi pemilihan jenis minyak goreng yang digunakan.

Penelitian ini diperoleh hasil bahwa sebagian besar produsen makanan setiap hari mengganti minyak goreng yang digunakan, dengan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan adalah rasa dan aroma hasil gorengan, warna, kejernihan, dan frekuensi pemakaian. Adapun faktor-faktor yang menjadi pertimbangan produsen makanan gorengan dalam memilih minyak goreng yang digunakan adalah kejernihan, rasa dan aroma hasil gorengan, warna, kemudahan mendapatkan, merek, dan kemasan. Khususnya untuk produsen makanan gorengan dengan tepung sebagai bahan baku utama pemilihan jenis minyak goreng yang digunakan dipengaruhi pula oleh faktor tingkat keuntungan yang diperoleh setiap hari dan frekuensi pemakaian minyak goreng.

Kata kunci : minyak goreng, preferensi, sikap konsumen, pola konsumsi