

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN UNTUK  
MENINGKATKAN PEMASARAN SALAK PONDOK  
BERSERTIFIKAT ORGANIK DAN INDIKASI GEOGRAFIS**  
Wahyu Windayanti<sup>1</sup>, Novita Erma Kristanti<sup>2</sup>, Kuncoro Harto Widodo<sup>2</sup>

Departemen Teknologi Industri Pertanian Universitas Gadjah Mada  
Jalan Flora No. 1 Bulaksumur, Yogyakarta 55281 Indonesia  
Email : wahyu.0107@gmail.com

**ABSTRAK**

Salak pondoh dengan sertifikat organik dan indikasi geografis merupakan produk pengembangan dari produk salak pondoh umum lainnya, dengan dua sertifikat tersebut produk memiliki ciri khas dan keistimewaan khusus. Kendala yang dialami oleh produsen dan pemasar produk saat ini adalah produk belum banyak dikenal oleh masyarakat. Oleh karena itu, memerlukan analisis perilaku konsumen untuk meningkatkan pemasaran. Tujuan penelitian untuk mengidentifikasi persepsi dan pengelompokan konsumen, menganalisa sikap konsumen, menganalisa atribut yang dianggap penting dan memerlukan perbaikan.

Metode pengolahan data yang digunakan yaitu analisis cluster untuk mengelompokkan data berdasarkan persepsi konsumen, multiatribut *fishbein* untuk menganalisis sikap konsumen dan *ImportancePerformanceAnalysis* untuk menganalisis atribut produk. Tahapan penelitian terdiri dari uji *content validity* dan dilanjutkan dengan pembagian kuesioner kepada responden di dua lokasi pemasaran produk yaitu pusat oleh-oleh Bale Dono dan pasar tani jogja.

Berdasarkan analisa persepsi konsumen dan analisis *cluster* didapatkan mayoritas konsumen pada dua lokasi termasuk dalam kelompok yang memahami pengertian produk sertifikat organik dan indikasi geografis serta meyakini karakteristik produk berdasarkan sertifikasi yang dimilikinya. Sikap konsumen pada dua lokasi pemasaran tergolong dalam kategori baik dengan nilai sebesar 134,41 dan 135,34. Atribut yang memerlukan perbaikan pada dua lokasi adalah reputasi, ketersediaan, label, harga dan promosi.

**Kata kunci :Indikasi Geografis, Multiatribut *Fishbein*, Organik, Perilaku Konsumen, Salak Pondoh**

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP, UGM

<sup>2</sup>Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP, UGM

**ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR TO  
IMPROVEMARKETING ON SALAK PONDOKH  
ORGANIC CERTIFICATION AND GEOGRAPHIC INDICATIONS**

Wahyu Windayanti<sup>1</sup>, Novita Erma Kristanti<sup>2</sup>, Kuncoro Harto Widodo<sup>2</sup>

Department of Agricultural Industry Technology Gadjah Mada University  
Jln. Flora No. 1 Bulaksumur, Yogyakarta 55281 Indonesia  
Email: wahyu.0107@gmail.com

**ABSTRACT**

Salak pondoh with organic certificates and geographical indications are the development products of other common pondoh salak products, with two certificates product has special characteristics and special features. The difficulties experienced by product producers and marketers today are products that are not widely known by the public. Therefore, it requires analysis of consumer behavior to improve marketing. The research objective is to identify consumer perceptions and groupings, analyze consumer attitudes, analyze attributes that are considered important and need improvement.

Data processing method used is cluster analysis to classify data based on consumer perception, fishbein multi attribute to analyze consumer attitudes and Importance Performance Analysis to analyze product attributes. The research stage consisted of content validity test and continued with the distribution of questionnaires to respondents in two locations of product marketing, namely the center of souvenirs of Bale Dono and pasar tani jogja

Based on the analysis of consumer perception and cluster analysis, the majority of consumers in two locations are included in the group that understands the understanding of organic certificate products and geographical indications and believes in the characteristics of the products based on their certification. Consumer attitudes in two marketing locations are categorized as good with scores of 134.41 and 135.34. Attributes that require improvement in two locations are reputation, availability, labels, prices and promotions.

**Keywords : Geographical Indications, Multiatribut Fishbein, Organic, Consumer Behavior, Salak Pondoh**

---

<sup>1</sup> Student of Agro-Industrial Technology Department, FTP UGM

<sup>2</sup> Lecturer of Agro-Industrial Technology Department, FTP UGM