

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN INDUSTRIAL TERHADAP PRODUK BAWANG MERAH GORENG KWT PUTRI MANUNGGAL “SUPERBRAM”

Ananda Bella Maharani¹, Ibnu Wahid F.A.², Makhmudun Ainuri²

INTISARI

Bawang goreng merupakan produk olahan yang diolah dari sumber bahan baku utama yaitu bawang merah. Bawang merah goreng umumnya digunakan sebagai bumbu atau penyedap rasa sebagai bahan tambahan makanan. Salah satu produk bawang merah goreng yang ada di Yogyakarta yaitu bawang merah goreng ‘Superbram’ yang diproduksi oleh KWT Putri Manunggal di desa Srikayangan, Kulon Progo. KWT Putri Manunggal memproduksi bawang merah goreng premium dan non premium. Bawang merah goreng non premium untuk target konsumen industrial. Kendala yang dialami produk tersebut yaitu konsumen tidak tertarik untuk membeli dan tidak ada pembelian ulang dari konsumen yang telah membeli produk tersebut. Oleh karena itu, diperlukannya suatu cara untuk perbaikan dan pengembangan produk dengan mengetahui preferensi konsumen melalui pendekatan atribut produk.

Metode analisis konjoin dipilih untuk melakukan evaluasi dan identifikasi atribut produk terhadap preferensi konsumen. Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen industrial yang terdiri dari warung makan, rumah makan, dan catering yang merupakan target pasar bawang merah goreng non premium

Hasil dari pengolahan data metode analisis konjoin yaitu urutan kepentingan atribut berdasarkan nilai kepentingannya antara lain harga dengan nilai kepentingan 39,29%, tekstur dengan nilai kepentingan 29,05%, rasa dengan nilai kepentingan 17,74%, warna dengan nilai kepentingan 7,47%, dan aroma dengan nilai kepentingan 6,45%. Kemudian diperoleh kombinasi atribut produk yaitu bawang merah goreng dengan harga yang berkisar antara Rp100.000-Rp120.000, memiliki tekstur renyah agak tebal, rasa original, berwarna coklat keemasan, dan aroma bawang kurang menyengat dengan total nilai utilitas sebesar 5,23. Perbaikan dari produk yang didapatkan dari penelitian ini adalah mengubah tekstur menjadi renyah agak tebal dan aroma bawang yang kurang menyengat.

Kata kunci: Bawang Merah Goreng, Atribut Produk, Analisis Konjoin

¹Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

²Staf Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

**ANALYSIS OF INDUSTRIAL CONSUMER PREFERENCES ON FRIED
RED ONION PRODUCTS KWT PRINCESS MANUNGAL
"SUPERBRAM"**

Ananda Bella Maharani¹, Ibnu Wahid F.A.², Makhmudun Ainuri²

ABSTRACT

Fried onions are processed product that processed from the main source of raw ingredients namely onions. Fried onions are generally used as food additive for seasoning or flavoring. One of the fried onions products in Yogyakarta is 'Superbram' fried onions produced by KWT Putri Manunggal in Srikayangan village, Kulon Progo. KWT Putri Manunggal produces premium and non-premium fried onions. Non-premium fried onions are targeted for industrial buyers. The problems experienced by this product are that consumers are not interested in buying this product and there are no repurchase from customers who have purchased this product before. Therefore, it's required a way to improve and develop the product by knowing the consumer's preferences through the product attributes approach.

The Conjoint Analysis method was chosen to evaluate and identify product attributes to consumer's preferences. This research was conducted in Yogyakarta with a total of 100 respondents. Respondents in this research are industrial buyers consisting of food stalls, restaurants, and catering which are the target market of non-premium fried onions.

Based on running data of conjoint analysis is the importance attribute based on its importance value, among them are prices with the importance value 39.29%, texture with the importance value 29.05%, taste with the importance value of 17.74%, color with the importance value of 7.47%, and aroma with the importance value 6.45%. Then combination of attributes that chosen by consumers are price ranging between Rp 100.000-Rp 120.000, has a slightly thick crispy texture, original taste, golden brown color, and less pungent aroma of onions with total utility value of 5.23. The improvement of the product from this research are to change the texture into a slightly thick crispy texture and less pungent aroma of onions.

Keywords: fried onions, attributes Product, conjoint Analysis

¹Student at Agro-industrial Technology Departement, Faculty of Agricultural Technology, Universitas Gadjah Mada

²Lecturer at Agro-industrial Technology Departement, Faculty of Agricultural Technology, Universitas Gadjah Mada