

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi pengelolaan hasil pertanian saat ini mengalami perkembangan, perusahaan besar ataupun UKM (Usaha Kecil Menengah) sekarang harus bisa mengembangkan dan menguasai pangsa pasar yang ada. Salah satu UKM (Usaha Kecil Menengah) yang bergerak dalam bidang pengelolaan hasil pertanian yang memproduksi minuman yang berkhasiat obat yang berada di Kota Batu yaitu UKM R. Rovit. UKM R. Rovit merupakan salah satu UKM yang berkumpul dalam satu wadah jaringan usaha kota Batu Jatim yang bernama GRAS (Guyub Rukun Agawe Santoso). UKM R. Rovit bertempat di jalan Trunojoyo Kelurahan Songgokerto, Batu. Beberapa hasil olahan produk pertanian di UKM R. Rovit antara lain, sari alang-alang, jahe krimer, teh celup rosela, dan temulawak bubuk.

Minuman sari alang-alang merupakan produk utama dan menjadi produk unggulan dalam UKM R. Rovit. Produk ini menggunakan akar alang-alang sebagai bahan utama yang didapatkan dari petani sekitar. Minuman sari alang-alang ini mampu mengobati demam, gangguan pada tenggorokan, batuk, flu, dan pendarahan akibat panasnya darah.

Persaingan dalam bisnis selalu mengalami perkembangan, hal itu bisa dilihat dengan munculnya berbagai macam produk yang diciptakan pesaing untuk menguasai pangsa pasar. Produsen sekarang harus kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk dan memikirkan strategi apa yang digunakan agar konsumen tertarik kepada produk yang diciptakan, konsumen sekarang lebih pintar dan kritis dalam memilih suatu produk. Pemasaran yang dijalankan UKM R. Rovit untuk pemasaran produk tersebut, bertempat di jalan Trunojoyo Kelurahan Songgokerto Kota Batu karena produk sari alang-alang ini belum ada yang memasarkan di kota Batu kecuali UKM R. Rovit. Pemasaran yang digunakan UKM R. Rovit yaitu dengan menjual sendiri dan menggunakan media internet.

Penelitian terdahulu tentang preferensi konsumen dengan menggunakan metode analisis konjoin antara lain, bakso raja pentol (Pamungkas 2011)

preferensi konsumen bakso raja pentol menggunakan tiga atribut (tekstur, harga dan rasa) dengan menggunakan tiga sampel (bakso kecil, bakso besar dan bakso tahu) dari ketiga atribut dan bakso yang paling disukai yaitu tekstur empuk dengan ukuran kecil. Kecap cap salak (Efendi 2012) preferensi konsumen kecap cap salak menggunakan empat atribut (tekstur, warna, rasa dan aroma) dari keempat atribut tersebut yang disukai yaitu aroma kecap dan kismis salak (Purwanto 2014) preferensi konsumen kismis salak menggunakan empat atribut (tekstur, rasa, kemasan, dan harga) dari keempat atribut tersebut yang paling disukai yaitu harga kismis salak. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan produk minuman sari alang-alang. atribut yang digunakan adalah rasa, warna, kemasan dan harga.

Dalam penelitian pengukuran konsumen ini ada beberapa metode yang bisa dipakai untuk menganalisis suatu data yang diperoleh dari responden atau konsumen seperti. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), metode *Importance Performance Analysis* (IPA), metode *Quality Function Deployment* (QFD), dan Analisis Konjoin.

Analisis konjoin adalah teknik multivariat yang dikembangkan secara khusus untuk mengetahui bagaimana perkembangan preferensi konsumen terhadap beberapa macam barang atau jasa. Merancang suatu produk dengan cara memadukan semua kemungkinan atribut dan masing-masing atribut produk tersebut. Produk tersebut diberikan kepada responden yang memberikan evaluasi keseluruhan tentang produk. Responden disini merupakan konsumen minuman sari alang-alang dari UKM R. Rovit.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi konsumen terhadap minuman sari alang-alang berdasarkan atribut (rasa, warna, kemasan dan harga) ?
2. Manakah yang menjadi pertimbangan pada atribut Pertama, Kedua, Ketiga dan Keempat bagi konsumen minuman sari alang-alang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendapatkan gambaran preferensi konsumen terhadap minuman sari alang-alang berdasarkan atribut (rasa, warna, kemasan, harga).
2. Mendapatkan gambaran tentang atribut yang menjadi pertimbangan bagi konsumen minuman sari alang-alang pada atribut Pertama, Kedua, Ketiga dan Keempat.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka manfaat penelitian adalah:

1. Sebagai bahan informasi yang dapat menjelaskan tentang analisis konjoin dalam mengukur preferensi konsumen minuman sari alang-alang.
2. Sebagai tambahan referensi bagi peneliti, terutama penelitian yang berkaitan dengan analisis konjoin.