

PENDAHULUAN

Singkong merupakan salah satu tanaman yang cukup mudah untuk dibudidayakan dan memiliki potensi produksi cukup besar. Berdasarkan data Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2018), Produktivitas singkong di Jawa Timur dari tahun 2015-2018 mengalami peningkatan yang cukup signifikan, sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 1.

Tabel 1 Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas singkong di Jawa Timur, 2014 - 2018

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Kw/Ha)
2015	146,787	3,161,573	215.39
2016	120,208	2,924,933	243.32
2017	118,409	2,908,417	245.62
2018	100,221	2,551,840	254.62

Sumber : (Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 2018)

Menurut Kalsum (2015) singkong merupakan produk pertanian yang banyak digunakan sebagai bahan baku dalam agroindustri makanan ringan. Singkong dapat dibuat menjadi berbagai makanan yang enak dan bernilai gizi tinggi. Salah satu produk olahan dari singkong adalah keripik singkong. Keripik singkong merupakan jajanan yang digemari oleh masyarakat mulai dari anak-anak hingga orang tua, baik kalangan bawah maupun kalangan atas.

Di Pulau Madura banyak terdapat agroindustri yang menghasilkan keripik singkong diantaranya keripik singkong merk Muris, Manding, Turbo, Putri Tunggal Dewi, B. Slamet, Baru Muncul, Bintang Lima, Sinar Mas, Nusa Indah, Apollo 11, dan Sumber Mas, dan lain-lain. Keberadaan agroindustri tersebut memiliki peran dalam meningkatkan nilai tambah, dan juga menciptakan pasar untuk produk pertanian melalui berbagai produk olahan. Selain itu, *agroindustry* keripik singkong juga dapat meningkatkan kesempatan kerja dan pendapatan (Aini et al., 2014).

Banyaknya jumlah produsen keripik singkong, menjadi permasalahan bagi produsen produk tersebut, karena kuantitas produk keripik singkong yang dapat dijual dipasar tidak terlalu besar. Dengan demikian produsen keripik singkong harus memikirkan langkah strategis untuk dapat bersaing dengan para pesaingnya. Mempertimbangkan dan memahami apa yang menjadi keinginan (preferensi) konsumen merupakan upaya untuk membuat strategi pemasaran yang dapat dilakukan (Aini et al., 2014).

Menurut Sumarwan (2003) preferensi konsumen adalah pilihan antara suka dan tidak suka seseorang terhadap suatu barang atau jasa yang mereka beli. Preferensi menunjukkan seberapa besar kesukaan seseorang dari berbagai

pilihan produk yang ditawarkan (Wijayanti, 2011). Sedangkan Theodory et al. (2014) menyatakan preferensi konsumen terhadap suatu produk pada dasarnya ditentukan oleh sejumlah atribut produk yang ditawarkan kepada konsumen. Jadi preferensi konsumen menunjukkan seberapa tingkat suka konsumen dari adanya berbagai macam pilihan produk, dan atribut produk menjadi faktor yang menjadi pertimbangan konsumen saat mengambil keputusan pada pembelian suatu merek dari suatu produk. Berdasarkan permasalahan tersebut penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis kombinasi level atribut dan atribut keripik singkong yang paling disukai konsumen di daerah Kecamatan Bangkalan Kabupaten Bangkalan.