

ANALISIS PROSPEKTIF SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK DODOL NENAS DI KOTA DUMAI

ANALYSIS OF PROSPECTIVE CONSUMER ATTITUDES TO PRODUCTS PINEAPPLE DODOL IN DUMAI CITY

Novia Dewi¹

¹Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau
Email: dewinovia642@gmail.com

ABSTRAK

Dodol nenas merupakan salah satu produk oleh-oleh khas Dumai. Kajian sikap konsumen terhadap atribut-atribut produk dodol nenas di Kota Dumai bermanfaat untuk melihat tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen dalam mengkonsumsinya dan dapat dikembangkan bauran pemasaran dari produk tersebut. Sehubungan dengan itu, penelitian ini bertujuan untuk (1) Menganalisis atribut-atribut penentu sikap konsumen dalam mengkonsumsi dodol nenas, (2) Menentukan implikasi bagi pengembangan produk dodol nenas di Kota Dumai. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Teknik penarikan sampel dilakukan secara aksidental dengan jumlah responden konsumen sebanyak 30 orang. Selain itu dilakukan jajak pendapat dengan key person sebanyak 5 orang yang memang mengetahui seluk beluk dodol nenas. Selanjutnya data dianalisis menggunakan analisis prospektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut penentu sikap konsumen dalam mengkonsumsi produk dodol nenas, yaitu: kualitas dodol, kadaluarsa, variasi rasa, keluarga, ketahanan produk, kekenyalan, tampilan kemasan, kandungan bahan, keamanan produk, tersedia setiap saat, ukuran produk dan kepemilikan. Implikasi bagi pengembangan produk dodol nenas di Kota Dumai, yaitu: perbaikan dalam bauran pemasaran, terutama dari aspek produk dan distribusi.

Kata Kunci: dodol nenas, prospektif, sikap konsumen

ABSTRACT

Pineapple dodol is one of the typical souvenirs of Dumai. The study of consumer attitudes towards attributes of dodol pineapple products in Dumai City is useful to see the level of satisfaction and loyalty of consumers in consuming them and can be developed a marketing mix of these products. In this connection, this study aims to (1) Analyze the determinants of consumer attitudes in consuming pineapple lunkhead, (2) Determine the implications for the development of dodol pineapple products in Dumai City. The research method used is the survey method. The sampling technique is accidentally with the number of consumer respondents 30 people. In addition, a poll with a key person was carried out 5 people who really knew about pineapple dodol. Furthermore, the data were analyzed using prospective analysis. The results showed that the determinants of consumer attitudes in consuming pineapple dodol products: namely: dodol quality, expiration, taste, family, product durability, elasticity, packaging appearance, ingredients, product safety, available at any time, product size and ownership. Implementation for the development of dodol pineapple products in the City of Dumai, namely: improvements in the marketing mix, especially from the product and distribution aspects.

Keywords: dodol pineapple, prospective, consumer attitudes

1. PENDAHULUAN

Industri pengolahan dodol nenas di Kota Dumai merupakan skala industri rumah tangga yang awal berdiri usaha umumnya berkelompok yang di bina oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dari PT Chevron Pacifik Indonesia, serta lembaga-lembaga pemerintahan seperti

Dinas Perindustrian, Koprasi dan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM), serta Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Dumai. Dengan berkembangnya agroindustri dodol nenas di Kota Dumai akan dapat meningkatkan pendapatan bagi petani nenas dan pelaku usaha. Menurut Tarigan (2007) kegiatan agroindustri

tersebut dapat meningkatkan nilai tambah produk dan menambah pendapatan serta keuntungan produsen. Di samping itu tersedianya gerai oleh-oleh khas Dumai yang ke depannya diharapkan dapat mendiversifikasikan produk olahan berbasis nenas.

Pelaku usaha dodol nenas di Kota Dumai jumlahnya masih terbatas sebanyak tiga orang yang berada di Kecamatan Medang Kampai dan Sungai Sembilan, dapat dilihat pada Tabel 1. Usaha agroindustri dodol nenas di Kota Dumai tergolong jenis *home industry* karena pengerjaannya secara individual di rumah ataupun tempat usaha masing-masing pengusaha. Produksi dodol nenas dilakukan 1-4 kali dalam sebulan tergantung permintaan dodol nenas. Dodol nenas yang diproduksi masih terbatas pada kombinasi rasa manis asam dan dodol dikombinasi dengan wijen.

Tabel 1. Profil Pengusaha Agroindustri Dodol Nenas di Kota Dumai

No.	Pemilik	Nama Usaha	Tahun berdiri	Luas Kebun Nenas (Ha)
1.	Sri Umami	PKBM Selasih	2010	0,5
2.	Wagini	Dodol Ibu Wagini	2012	0,5
3.	Rosnah	Kemuning	2014	1,0

Sumber : Data Olahan, 2017

Agroindustri dodol nenas di Kota Dumai memiliki berbagai permasalahan, antara lain jumlah produksi dodol masih terbatas menyesuaikan permintaan konsumen dan jangkauan pemasarannya masih untuk memenuhi kebutuhan lokal. Para pengusaha dodol nenas di Kota Dumai umumnya menjual langsung dodol nenas di rumah mereka. Menurut Soekartawi (2000) beragamnya permasalahan agroindustri, antara lain: (1) Kurangnya bahan baku yang cukup dan kontinyu, (2) Keterbatasan pasar, (3) Lemahnya keterkaitan industri hulu dan hilir, (4) Kualitas produksi dan prosesing yang belum mampu bersaing.

Peluang pasar untuk mengembangkan usaha agroindustri dodol nenas masih terbuka lebar. Permintaan akan produk dodol nenas berasal dari toko atau kios oleh-oleh khas Riau jika produsen

dapat mengembangkan jaringan pemasaran dan distribusi produknya ke luar wilayah Kota Dumai. Sehubungan dengan itu kajian sikap konsumen dalam mengkonsumsi dodol nenas kiranya dapat memberikan gambaran tentang kepuasan dan loyalitas serta berbagai atribut yang mempengaruhinya. Penelitian ini bertujuan (1) Menganalisis atribut-atribut penentu sikap konsumen dalam mengkonsumsi dodol nenas, (2) Menentukan implikasi bagi pengembangan produk dodol nenas di Kota Dumai.

2. METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) dengan pertimbangan terdapat sentra-sentra agroindustri yang melakukan kegiatan pengolahan dodol nenas. Penelitian ini berlokasi di Kota Dumai, yaitu pada tiga agroindustri yang mengolah dodol nenas yang terdapat di Kecamatan Medang Kampai dan Sungai Sembilan. Penelitian dilakukan pada Bulan Januari sampai dengan Bulan April 2017.

Metode Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu pengamatan langsung di lapangan dengan mewawancarai mendalam dan terstruktur pada responden. Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini berbasis pakar yang mengetahui seluk beluk tentang dodol nenas, meliputi: konsumen dodol nenas, pelaku agroindustri, pedagang, dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Dumai dengan jumlah responden sebanyak sembilan orang.

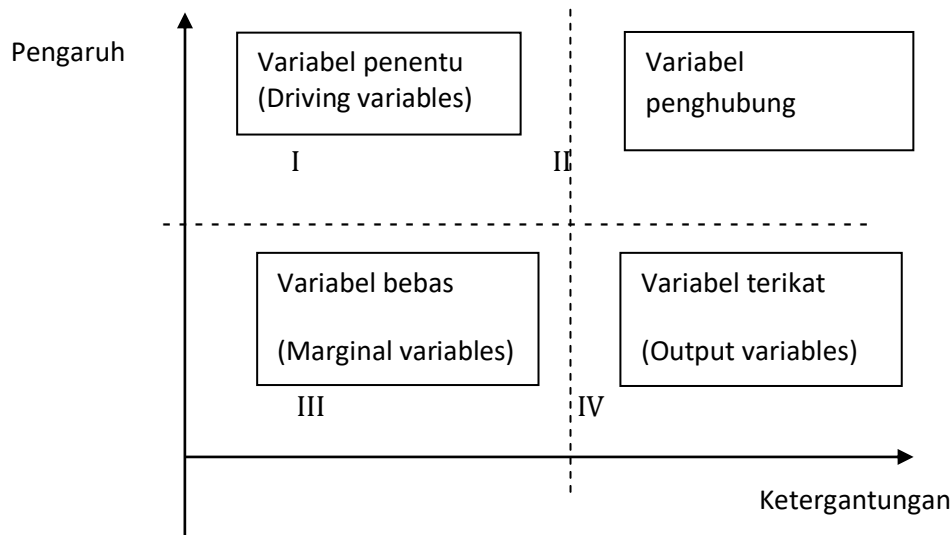
Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara secara mendalam dengan responden menggunakan kuesioner terstruktur. Data sekunder yang diperoleh dari instansi

terkait yang berkaitan dengan penelitian ini.

Analisis Data

Analisis prospektif merupakan suatu metode yang digunakan untuk menganalisis permasalahan dalam sistem ahli yang dapat menggabungkan pembuat keputusan dalam rangka menyusun kembali beberapa perencanaan dengan pendekatan yang berbeda (Bourgeois dan Jesus, 2004). Analisis prospektif bertujuan untuk menentukan kedudukan dari atribut-atribut pengungkit sehingga akan diperoleh atribut kunci atau faktor penentu (*driving variables*). *Output* analisis prospektif akan diperoleh 4 (empat) kuadran yang merupakan kedudukan atribut-atribut pengungkit, seperti Gambar 1.



Gambar 1. Tingkat Kepentingan Faktor

Keterangan:

- Kuadran-I adalah kuadran *input* yang merupakan kuadran variabel penentu (*driving variables*). Kuadran ini memuat atribut-atribut yang memiliki pengaruh kuat dan ketergantungan antar atribut rendah.
- Kuadran-II adalah kuadran *stake* yang merupakan kuadran variabel penghubung (*leverage variables*). Kuadran ini memuat atribut-atribut yang memiliki pengaruh kuat dan ketergantungan antar atribut juga kuat.
- Kuadran-III adalah kuadran *output* yang merupakan kuadran variabel terikat (*output variables*). Kuadran ini memuat atribut-atribut yang memiliki pengaruh rendah dan ketergantungan antar atribut kuat.
- Kuadran-IV adalah kuadran *unused* yang merupakan kuadran variabel bebas

(*marginal variables*). Kuadran ini memuat atribut-atribut yang memiliki pengaruh rendah dan ketergantungan antar atribut juga rendah.

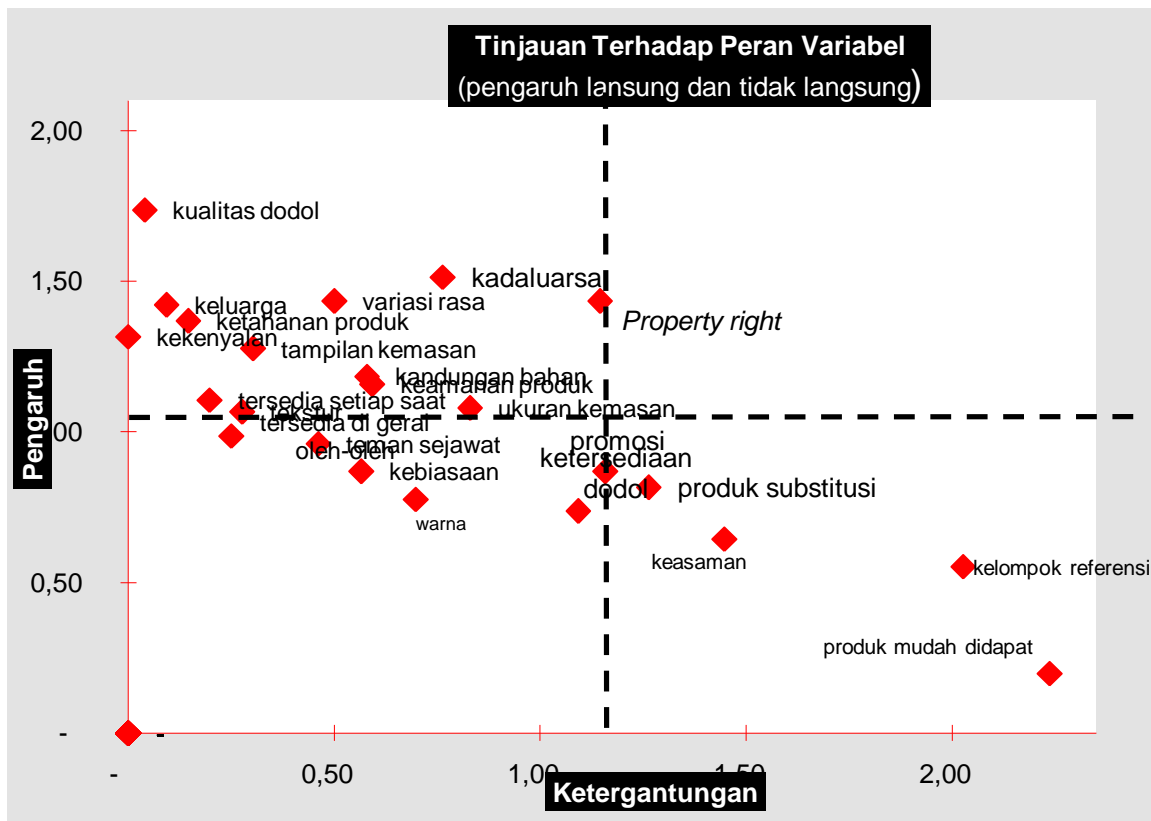
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Atribut Pengungkit Penentu Sikap Konsumen Dodol Nenas

Atribut pengungkit dalam penentu sikap konsumen dodol nenas, yaitu dimensi produk, harga, promosi, dan distribusi. Dua puluh empat atribut pengungkit tersebut selanjutnya dilakukan penilaian tingkat pengaruh antar atribut, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal tersebut dilakukan mengingat terdapat hubungan antara setiap atribut dalam pengelolaan bauran pemasaran dodol nenas. Hubungan antara atribut tersebut dapat berupa pengaruh ataupun ketergantungan antara atribut. Hasil

analisis prospektif diperoleh seperti pada Gambar 2. Berdasarkan hasil analisis prospektif, diperoleh bahwa tipe sebaran cenderung mengumpul di kuadran I dan kuadran III. Tipe ini menunjukkan bahwa sistem yang dibangun stabil karena memperlihatkan hubungan yang kuat di mana variabel penggerak/ penentu mengatur variabel terikat dengan kuat (Bourgeois and Jesus, 2004). Atribut yang termasuk dalam variabel penentu (*driving variables*) terdiri atas : kualitas dodol, kadaluarsa, variasi rasa, keluarga, ketahanan produk, kekenyalan, tampilan kemasan, kandungan bahan, keamanan produk, tersedia setiap saat, ukuran produk dan kepemilikan. Hasil penelitian Mukhtasida (2015) keunggulan yang

dimiliki dodol nanas berdasarkan penilaian konsumen terletak pada atribut harga (murah), dan aroma (harum). Selanjutnya hasil penelitian Dewi, N (2001) menunjukkan bahwa faktor kualitas produk, distribusi, ketersediaan dan promosi mempengaruhi sikap konsumen. Nuraeni (2006) menyatakan bahwa kemasan produk mempengaruhi keputusan pembelian dodol nenas. Qomariyah (2014) menunjukkan bahwa atribut aroma, rasa, ketersediaan, harga, bahan kemasan, umur simpan mempengaruhi sikap konsumen dalam mengkonsumsi produk.



Implikasi Pemasaran

Implikasi pengembangan pemasaran dodol nanas disusun berdasarkan atribut kunci yang terdapat pada Kuadran I dan memiliki pengaruh

yang kuat terhadap sikap konsumen. Dengan demikian dapat dideskripsikan berbagai kemungkinan perbaikan pemasaran dodol nanas, seperti Tabel 1.

Tabel 1. Kinerja Entry Point Sikap Konsumen

No	Atribut Penentu	Faktor pendorong/kinerja atribut
1.	Kualitas dodol	Sikap konsumen semakin positif jika kualitas dodol nanas

		ditingkatkan
2.	Kadaluarsa	Sikap konsumen semakin positif jika masa kadaluarsa dodol nenas dalam rentang yang panjang
3.	Variasi rasa	Sikap konsumen semakin positif jika produk dodol lebih bervariasi
4.	Keluarga	Sikap konsumen semakin positif dalam mengkonsumsi dodol karena pertimbangan keluarga
5.	Ketahanan produk	Sikap konsumen semakin positif jika produk dodol nenas dapat disimpan cukup lama
6.	Kekenyalan	Sikap konsumen semakin positif jika dodol nenas lebih kenyal
7.	Kandungan bahan	Sikap konsumen semakin positif jika kandungan bahan dodol nenas lebih baik
8.	Keamanan produk	Sikap konsumen semakin positif jika produk dodol nenas tidak menggunakan bahan pengawet dan pewarna yang berbahaya.
9.	Tersedia setiap saat	Sikap konsumen semakin positif jika produk dodol nenas senantiasa tersedia.
10.	Ukuran kemasan	Sikap konsumen semakin positif jika ukuran kemasan beragam
11.	Kepemilikan	Sikap konsumen semakin positif jika membeli langsung dengan pengusaha dodol nenas

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat gambaran tentang sikap konsumen dalam mengkonsumsi dodol nenas. Perbaikan bauran pemasaran yang perlu ditingkatkan lagi kinerjanya, yaitu dari aspek produk dan distribusi. Hal ini adalah upaya untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen dalam mengkonsumsi ataupun menjadi pilihan utama sebagai oleh-oleh khas Kota Dumai.

4. KESIMPULAN

1. Atribut yang termasuk dalam variabel penentu (*driving variables*) terdiri atas : kualitas dodol, kadaluarsa, variasi rasa, keluarga, ketahanan produk, kekenyalan, tampilan kemasan, kandungan bahan, keamanan produk, tersedia setiap saat, ukuran produk dan kepemilikan.
2. Perbaikan bauran pemasaran yang perlu ditingkatkan lagi kinerjanya, yaitu dari aspek produk dan distribusi. Hal ini adalah upaya untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen dalam mengkonsumsi dodol nenas.

DAFTAR PUSTAKA

Bourgeois, R and Jesus,F. (2004). Participatory prospective analysis. Exploring and anticipating challenges with stakeholders. *Center for Alleviation of Poverty through*

Secondary Crops Development in Asia and the Pacific, Monograph,46,1-29.

- Dewi, N. 2001. Analisis Faktor Internal, Eksternal, Persepsi, Sikap, Preferensi dan Perilaku Konsumen Ikan Patin di Kota Pekanbaru. Tesis Program Pascasarjana UNPAD, Bandung.
- Muhktasida, B.A. 2015. Persepsi Konsumen terhadap Produk Olahan Nanas dan Strategi Pengembangannya di Kabupaten Muaro Jambi. Provinsi Jambi. Skripsi, Fakultas Ekonomi UNTIRTA, Serang.
- Nuraeni, Y. 2006. Pengaruh Kemasan Produk Dodol Nenas Mekar Sari terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Erviani Subang. Skripsi, Fakultas Ekonomi. UNIKOM, Bandung.
- Qomariyah, N. 2014. Analisis Sikap Konsumen dan Kinerja Atribut Kopi Bubuk Sido Luhur (Studi Kasus di UKM Kopi Bubuk Sido Luhur Kota Malang. *J. Industri. Vol3, No.1 p.53-61.*
- Soekartawi. 2000. Pengantar Agroindustri. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tarigan, H. 2007. Peningkatan Nilai Tambah Melalui Pengembangan Agroindustri Pisang di Kabupaten Lumajang. http://pse.litbang.pertanian.go.id/ind/pdf/Pros_2007-B_4.pdf. Diakses Maret 2018.