

PENGEMBANGAN INDUSTRI BERBASIS TEPUNG TERIGU MELALUI IDENTIFIKASI PREFERENSI KONSUMEN

Banun Diyah Probowati¹⁾, Iffan Maflahah¹⁾, Teti Sugiarti²⁾

¹⁾Jurusan Teknologi Industri Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura

²⁾Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura

Abstract

The aims of this research were to identify consumer preferences for wheat flour in Bangkalan, Madura, knowing how much market share, demand for wheat flour needs and market opportunities in Bangkalan flour, Madurese, examine the use of flour and the type of business or industry is likely based on wheat flour was developed by communities in the region Bangkalan, Madura, prepare a recommendation proposed development of an industry or type of business based on Bangkalan flour, Madurese. The results of this study is known there are 18 stimuli flour profiles are possible with the highest utility index preference for profiles with the texture of dry white, plastic packaging and price of Rp 5,000.00 with the preference index for 0.524, then flour with dry white texture, packaging bags, price Rp 125,000.00 with 0.227 the index, and texture of white flour, dry packing sacks, the price of Rp 50,000.00 with the utility value of the index 0.169. Utilization of wheat flour in Bangkalan is for processing business unit of bread and cakes, and noodles. This right is based on the utilization of nutrients for flour Bangkalan circulating in the region. Policies for licensing as well as ease of doing business and business management assistance and capital is expected to be driving the growth of wheat flour-based industries.

Key Words : wheat flour, consumer preferences

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara tropikal yang memiliki kekayaan sumber daya alam. Sumber daya alam ini sudah selayaknya menjadi asset penting bagi perkembangan perekonomian Indonesia. Upaya pengembangan perekonomian seharusnya mendasarkan pada pengembangan pertanian dan industri yang berbasis pertanian, mengingat kondisi masyarakat Indonesia yang sebagian besar merupakan masyarakat agraris. Sektor agraris, pertanian, dan industri yang berbasis pertanian masih merupakan sektor yang tangguh dalam menopang perekonomian Indonesia, termasuk di masa krisis ekonomi. Pada saat industri lain mengalami kehancuran di masa krisis ekonomi, sektor usaha mikro, kecil dan menengah yang berbasis hayati tetap berlangsung.

Upaya pengembangan sektor industri harus terus diupayakan dengan pengoptimalan seluruh potensi sumberdaya yang ada. Kontribusi sektor industri dalam Produk Domestik Bruto menunjukkan kenaikan yang cukup berarti meskipun tidak terlalu besar. Pada tahun 1994 kontribusi sektor industri pada pembentukan Produk Domestik Bruto 20,62%,

lima tahun kemudian tahun 1999 meningkat menjadi 22,45%, dan kontribusi sektor pertanian pada tahun 1994 17,29% dan 19,48% pada tahun 1999 (Depperindag, 2000). Meskipun demikian, perlu juga diwaspadai terjadinya proses perlambatan pertumbuhan.

Seiring dengan upaya pengembangan berbagai sektor usaha terutama sector usaha mikro, kecil, dan menengah pada industri yang berbasis pertanian, berdampak pada perebutan pangsa pasar. Produk yang ditawarkan kepada masyarakat juga semakin beragam. Persaingan untuk memperebutkan pangsa pasar, dari beberapa usaha sejenis memerlukan strategi tersendiri. Penerapan strategi yang tepat perlu dilakukan oleh produsen agar mampu memasarkan produknya. Strategi ini tentu saja harus didasarkan pada kebutuhan, preferensi konsumen dan pola pemanfaatan.

Demikian halnya dengan tepung terigu dan hasil olahannya. Masyarakat Indonesia seiring dengan perbaikan ekonomi ternyata mulai menerima komoditi gandum sebagai bahan makanan pokok selain beras (www.Google.com). Tingkat konsumsi masyarakat terhadap bentuk makanan olahan berbahan baku tepung terigu semakin meningkat. Perubahan pola konsumsi masyarakat terhadap

makanan yang praktis dan mudah dikonsumsi inilah yang mendasari perubahan tersebut. Perkembangan sistem sosial ekonomi masyarakat secara tidak langsung juga berpengaruh terhadap tingkat konsumsi masyarakat. Hal ini juga berdampak pada pertumbuhan industri makanan yang berbahan baku tepung terigu.

Industri makanan khususnya yang berbahan baku tepung terigu merupakan salah satu cabang industri di bawah binaan Direktorat Industri Hasil Pertanian dan Kehutanan yang berpotensi untuk dikembangkan. Hal ini disebabkan kelompok industri ini cukup dikenal di desa maupun kota, sehingga dapat menjelma menjadi kekuatan ekonomi nasional.

Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu: (1). Mengidentifikasi preferensi konsumen terhadap tepung terigu di Bangkalan, Madura; (2). Mengetahui seberapa besar pangsa pasar, kebutuhan permintaan tepung terigu dan peluang pasar tepung terigu di Bangkalan, Madura; (3). Mengetahui pemanfaatan tepung terigu dan jenis usaha atau industri berbasis tepung terigu yang berpeluang dikembangkan oleh masyarakat di wilayah Bangkalan, Madura; dan (4). Menyusun suatu rekomendasi usulan pengembangan suatu industri atau jenis usaha yang berbasis tepung terigu di Bangkalan, Madura

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey dengan mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner. Pengambilan sampel secara acak dilakukan di wilayah Bangkalan. Pengumpulan data ini dilakukan dengan penelitian pendahuluan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih tepung terigu.

Pengolahan data awal dilakukan dengan mentabulasikan data hasil jawaban responden dengan Microsoft Excel. Jawaban kuesioner tersebut kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat signifikansi 5%. Uji reliabilitas dilakukan dengan Teknik Alpha Cronbach sehingga akan diperoleh nilai koefisien realibitas(α). Analisis data dengan analisis multivariate.

Tahapan penelitian akan dilaksanakan sesuai dengan diagram alir Seperti pada Gambar 1.

Hasil Dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Kuesioner penelitian diberikan kepada responden terutama pelaku usaha di wilayah Kabupaten Bangkalan meliputi pemilik industri rumah tangga terutama untuk industri kue dan makanan berbasis tepung. Berdasarkan jenis kelamin, dari 100 responden yang memberikan jawaban untuk keperluan penelitian ini terdiri dari 48% pria dan 52% wanita.

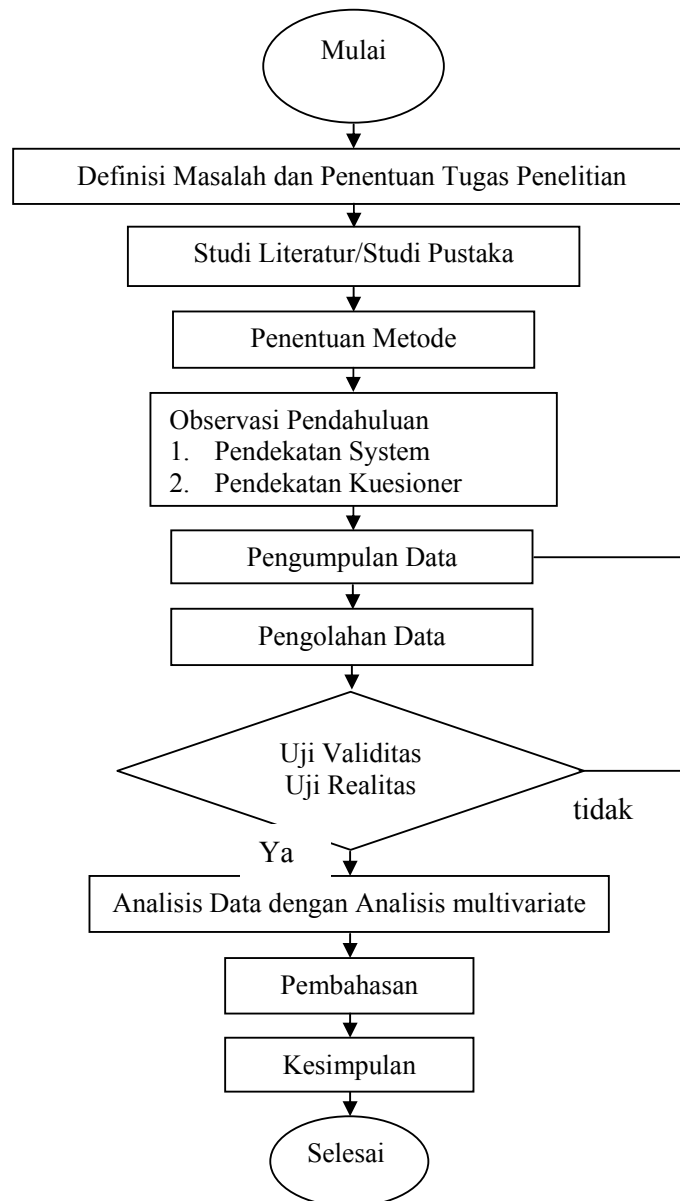
Pendidikan responden menunjukkan sebanyak tidak berpendidikan (18%), SD (21%), SMP (29%), SMA (26%) dan 6% berpendidikan Diploma dan S1. Pendapatan yang dihasilkan responden setiap bulan dikelompokkan pada tiga kelompok pendapatan seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Tingkat Pendapatan Responden

No	Tingkat Pendapatan	Jumlah Responden
1.	≤ Rp 500.000,00	36 (orang)
2.	Lebih dari Rp 500.000,00 sampai dengan Rp 1.000.000,00	39 (orang)
3.	≥ Rp 1.000.000,00	25 (orang)

Data dari responden menunjukkan bahwa jumlah pembelian tepung rata-rata selama satu bulan sebanyak 112.26 kg dan 79% responden menyatakan bahwa tepung terigu merupakan bahan baku utama yang belum bisa digantikan dengan tepung yang lain.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan tepung terigu untuk unit usaha di Kabupaten Bangkalan relatif cukup untuk suatu unit usaha rumah tangga ataupun unit usaha kecil. Jumlah unit usaha di Kabupaten Bangkalan yang berbasis tepung terigu tidak menunjukkan data yang akurat. Hal ini disebabkan karena pemilik unit usaha yang berbasis tepung terigu tidak mendaftarkan diri sebagai usaha perdagangan yang memiliki bentuk., karena dianggap untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.



Gambar 1. Diagram Alir Tahapan Penelitian

Unit usaha industri pengolahan pangan menurut Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Penanaman Modal Kabupaten Bangkalan (2005) ada sebanyak 597 unit, tidak termasuk industri kecil untuk kue, roti dan mie. Beberapa unit usaha berbasis terigu yang teridentifikasi di Bangkalan adalah usaha kecil untuk industri makanan berupa kue, roti dan mie.

Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen bersifat subyektif. Preferensi konsumen tepung terigu didasarkan pada tiga atribut yaitu tekstur tepung terigu, kemasan tepung terigu dan harga tepung terigu. Tekstur tepung terigu dibedakan atas tiga level yaitu Putih kering, putih lembab dan kekuningan kering. Kemasan tepung terigu dibedakan atas dua level atribut yaitu kemasan karung dan kemasan plastik. Atribut harga dibedakan atas tiga level yaitu Rp. 5.000,00,

Rp. 50.000,00 dan Rp 125.000,00. Level-level atribut ini merupakan level atribut yang dijumpai di pasar.

Atribut mutu tekstur dan kemasan merupakan salah satu faktor pendukung yang sejalan dengan syarat untuk tepung terigu dengan melihat kenampakan fisik di tingkat produsen yang dapat diamati langsung oleh konsumen. Tekstur putih kering menunjukkan warna tepung terigu putih khas terigu, bentuk serbuk dan kadar air tepat. Putih lembab menunjukkan ada kecenderungan kadar air mendekati atau bahkan melebihi batas maksimum syarat mutu kadar air tepung terigu. Kekuningan kering menunjukkan ada kecenderungan proses produksi tepung terigu yang kurang sempurna, di mana masih ada campuran-campuran pengotor seperti dedak. Kemasan tepung terigu berpengaruh pada umur simpan tepung terigu. Kemasan karung dengan berat tepung terigu rata-rata 25 kg memiliki masa simpan 3 bulan. Kemasan plastic dengan berat rata-rata 1 kg memiliki masa simpan 12 bulan.

Hasil analisis kimiawi tepung terigu yang sudah terpublikasi menunjukkan perbedaan kandungan nutrisi untuk masing-masing merk tepung terigu. Analisis untuk mengetahui kandungan kadar air, kadar abu, dan kadar protein atau kadar gluten inilah yang cukup memiliki pengaruh. Perbedaan kandungan ini memang merupakan ciri pembeda untuk membuat berbagai produk. Hal ini seharusnya menjadi pertimbangan bagi unit usaha atau industri dalam memilih produk tepung terigu. Merk tepung terigu yang teridentifikasi beredar di wilayah Bangkalan ini dengan inisial CK, SB, RS dan SM. Tepung dengan merk-merk ini memiliki karakteristik masing-masing yang berbeda dengan fungsi

atau ketepatan penggunaan yang berbeda-beda juga. Merk CK lebih tepat diaplikasikan untuk membuat roti dan mie, merk SB merupakan tepung serbaguna untuk olahan pangan selain roti dan mie, merk RS ini digunakan untuk membuat aneka olahan pangan sama dengan SM.

Konsumsi dan Pangsa Pasar Tepung Terigu

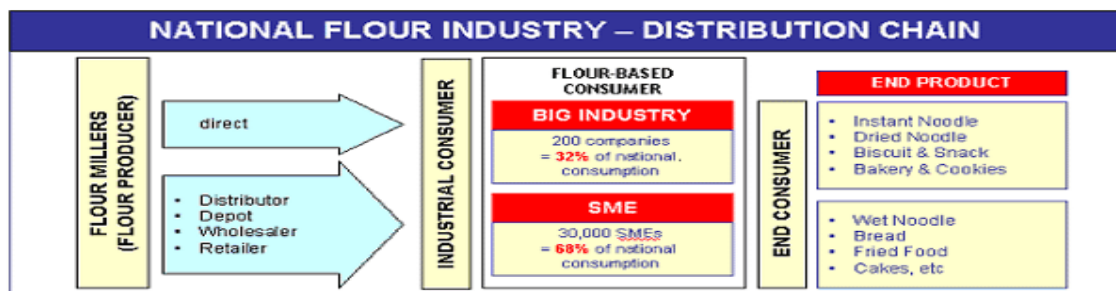
Konsumsi rata-rata tepung terigu responden di wilayah Bangkalan sebanyak 112,26 kg per bulan, untuk unit usaha yang teridentifikasi secara rata-rata. Responden yang dipilih melakukan pembelian tepung terigu secara beragam, dengan rata-rata pembelian sebanyak 22 kali selama sebulan. Konsumsi tepung terigu ini selanjutnya untuk dimanfaatkan lebih lanjut menjadi produk-produk yang berbasis tepung terigu. Hal ini tentu saja berbeda dengan konsumsi tepung terigu oleh masyarakat umum biasanya dalam bentuk *end product* berupa roti, kue, dan mie.

Gambar 2. menunjukkan rantai distribusi tepung terigu dari produsen tepung terigu, industrial consumer hingga ke end consumer. Posisi responden di Bangkalan pada posisi industrial consumer, namun lebih cenderung kepada SME (Small and Medium Enterprise).

Konsumsi tepung terigu ini seharusnya berpengaruh pada penghasilan juga, namun hal ini tidak diuji lebih lanjut, karena dari responden yang ada tidak bercerita dengan jujur penghasilan yang diperolehnya, dan ada ketakutan jangan-jangan nanti setelah pendapatan diketahui, harus menyeter pajak dan lain sebagainya. Data pendapatan tidak merupakan data yang valid.

Analisis Multivariate

Analisis multivariate dilakukan melalui



Gambar 2. Struktur Industri Pengguna Terigu Nasional

(APTINDO 2003 dalam www.bogasari flour mills)

desain stimuli selanjutnya akan dilakukan analisis. Desain stimuli yang dibangun ada 18 stimuli karena model tersebut memiliki 3 faktor dengan masing-masing faktor terdiri atas 2 dan 3 faktor sehingga banyaknya stimuli menjadi : $3 \times 2 \times 3$. Stimuli tersebut merupakan kombinasi dari tekstur tepung, kemasan tepung, dan harga tepung yang dianggap tepat. Responden diminta memberikan preferensi pada stimuli yang sudah dibuat. Rancangan kombinasi stimuli yang dibangun tersebut yaitu :

1	Putih Kering	Karung	5000
2	Putih Kering	Karung	50000
3	Putih Kering	Karung	125000
4	Putih Lembab	Karung	5000
5	Putih Lembab	Karung	50000
6	Putih Lembab	Karung	125000
7	kekuningan kering	Karung	5000
8	kekuningan kering	Karung	50000
9	kekuningan kering	Karung	125000
10	Putih Kering	Plastik	5000
11	Putih Kering	Plastik	50000
12	Putih Kering	Plastik	125000
13	Putih Lembab	Plastik	5000
14	Putih Lembab	Plastik	50000
15	Putih Lembab	Plastik	125000
16	kekuningan kering	Plastik	5000
17	kekuningan kering	Plastik	50000
18	kekuningan kering	Plastik	125000

Responden memberikan nilai untuk masing-masing rancangan stimuli yang dibuat, dan diberikan hasil seperti di bawah ini :

Preferensi terhadap stimuli yang dibangun menunjukkan bahwa hanya ada 3 stimuli yang menunjukkan data disukai oleh responden secara berurutan yaitu profil tepung terigu:

1. Putih kering, kemasan plastik, harga Rp. 5.000
2. Putih kering, kemasan karung, harga Rp. 125.000
3. Putih kering, kemasan karung, harga Rp. 50.000

Profil tepung terigu dengan tingkat kesukaan paling besar adalah profil stimuli putih kering, kemasan plastik, harga Rp. 5.000. Profil ini bisa dikatakan memberikan utilitas paling tinggi bagi konsumen tepung terigu ditunjukkan dengan hasil perhitungan tingkat preferensi 0.524 selanjutnya 0.227 dan 0.169. Preferensi dianggap sebagai nilai absolut sehingga tidak perlu dilakukan uji signifikansi

pada masing-masing stimuli meskipun angka yang ditunjukkan berbeda. Hal ini disebabkan karena penelitian ini merupakan penelitian untuk melihat stimuli dengan tingkat preferensi yang paling tinggi.

Profil produk dengan stimuli terpilih yaitu tepung terigu dengan tekstur putih kering, kemasan plastik, harga Rp 5.000, menunjukkan bahwa tekstur tepung putih kering pilihan responden yang juga merupakan tekstur tepung yang memenuhi syarat mutu perdagangan. Kemasan untuk tepung terigu dipilih kemasan plastik ini dengan pertimbangan kemasan plastik lebih praktis dan tepung terigu dapat disimpan lebih lama dibandingkan dengan kemasan karung. Harga Rp 5.000, menunjukkan bahwa harga masih menjadi pertimbangan dalam memilih tepung terigu. Harga yang paling murah yang diinginkan konsumen. Harga ini sebanding dengan kemasan plastik yang dipilih konsumen. Kombinasi kemasan plastik dengan harga Rp 5.000, dengan asumsi bahwa berat tepung terigu tersebut adalah 1 kg. Kombinasi profil untuk stimuli ini merupakan kombinasi yang cukup tepat untuk konsumen rumah tangga, bukan untuk konsumen industri. Hal ini menunjukkan bahwa dari responden yang ada masih sulit untuk dibedakan mana kebutuhan untuk unit usahanya dan kebutuhan untuk rumah tangga.

Profil dengan kombinasi stimuli berupa tekstur tepung terigu putih kering, kemasan karung, harga Rp 125.000, merupakan stimuli yang tepat untuk konsumsi unit usaha. Profil seperti ini diasumsikan dengan berat 25 kg dan langsung digunakan untuk produksi, dan pembelian dilakukan secara berkala. Namun, untuk konsumen dengan omzet yang kecil, tidak menyukai profil ini karena produksi untuk unit usahanya tidak banyak, harga dianggap terlalu mahal dan pembelian merupakan rutinitas yang dilakukan setiap hari.

Profil dengan kombinasi stimuli berupa tekstur tepung putih kering, kemasan karung, harga Rp 50.000 merupakan kombinasi yang sebenarnya cukup tepat untuk unit usaha atau industri rumah tangga dengan omzet sedang namun sifatnya rutin. Profil seperti ini diasumsikan dengan berat 10 kg dan langsung digunakan untuk produksi, dan pembelian dilakukan secara berkala. harga ini cukup terjangkau bagi konsumen unit usaha.

Pemanfaatan Tepung Terigu dan Peluang Pengembangan Industri

Tepung terigu yang teridentifikasi di madura dimanfaatkan untuk industri roti dan kue serta industri mie. Beberapa penggunaan tepung terigu sebagai campuran dilakukan untuk industri kerupuk. Industri pengolahan pangan ini sebagaimana sudah dikemukakan di atas tidak ada data pendukung yang akurat.

Pemanfaatan tepung terigu untuk kue, cake dan mie dengan bahan baku tepung terigu yang berbeda-beda karakteristiknya. Karakteristik untuk tepung terigu dengan kadar protein yang tinggi tepat untuk industri mie, seharusnya konsumen tepungterigu untuk unit usaha ini lebih memilih merk tepung dengan keterangan kandungan nutrisi protein yang tinggi. Unit usaha atau industri untuk roti dan kue lebih tepat dengan merk tepung terigu dengan kandungan protein sedang atau rendah agar memiliki daya kembang yang baik saat bereaksi dengan pengembang. Pilihan inilah yang seharusnya menjadi pertimbangan bagi konsumen tepung terigu dengan unit usaha roti dan kue.

Industri roti dan kue ini sangat mungkin untuk dikembangkan karena tidak membutuhkan investasi dan ketrampilan yang sulit. Industri ini berpotensi untuk menjadi besar dengan pengelolaan yang baik. Ada beberapa potensi pendukung untuk mengembangkan industri berbasis tepung terigu ini. Lokasi industri penghasil tepung terigu yang cukup dekat dengan Bangkalan memungkinkan industri yang berbasis tepung terigu ini akan memperoleh pasokan bahan baku yang memadai. Hasil olahan tepung terigu ini juga masih dianggap sebagai bahan makanan pengganti makanan pokok nasi untuk penduduk wilayah Bangkalan. Konsumsi ini berupa produk mie, kue, dan roti. Oleh sebab itu, industri roti, kue, dan mie inilah yang tepat untuk industri yang berbasis tepung terigu di wilayah bangkalan. Hal ini tentu saja harus didukung dengan sperangkat perijinan dan bantuan pengelolaan usaha serta modal yang ada.

Kesimpulan

Hasil penelitian di atas dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Ada 18 stimuli profil tepung terigu yang mungkin dengan nilai utilitas indeks preferensi paling tinggi untuk profil dengan tekstur putih kering, kemasan plastik, harga Rp. 5.000 dengan indeks preferensi sebesar 0.524, kemudian tepung terigu dengan tekstur putih kering, kemasan karung, harga Rp. 125.000 dengan indeks 0.227, dan tepung terigu tekstur putih kering, kemasan karung, harga Rp. 50.000 dengan nilai utilitas indeks 0.169.
2. Pemanfaatan tepung terigu di Kabupaten Bangkalan adalah untuk unit usaha pengolahan roti dan kue, serta mie. Pemanfaatan ini tepat didasarkan pada kandungan nutrisi untuk tepung terigu yang beredar di wilayah Bangkalan.
3. Kebijakan untuk kemudahan berusaha dan perijinan serta bantuan pengelolaan usaha serta modal diharapkan dapat menjadi pendorong tumbuh kembangnya industri berbasis tepung terigu.

Daftar Pustaka

- Al Ghifari. 1999. *Statistik Deskriptif*. Badan Penerbitan Fakultas Ekonomi. UGM.Yogyakarta.
- Anonim. 2001. *Peningkatan Harga, Konsumsi, dan Produksi terigu di Indonesia*. CPAS News. Senin, 16 April 2001. (www.Google.com)
- Anonim. 2003. *Harga Gandum*. World Bank. (www.Bulog.go.id)
- Anonim. 2003. *Perkembangan Harga Tepung Terigu Di Indonesia*, (www.Bulog.go.id)
- Apptindo.2003. dalam <http://www.bogasari.flour.mills>. [tanggal 17 Oktober 2006]
- Bushuk, W., dan Rasper, V.F., 1994, *Wheat : Production, Properties and Quality*, Blackie Academic and Profesional, London.
- Cakravastia A, Sutoko M.S., Yudhistira T, dan Yeannie D., 1999, *Analisa Data Multivariabel majemuk : Teknik-Teknik Analisis Data Multivariat*, Institut Teknologi Bandung, Bandung.

- Engel, J.F, Roger D.B, dan Paul W.M, 1994, ***Perilaku Konsumen***, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Hair, Anderson, Tatham, Black, 1993, ***Multivariate Data Analysis***, Third Edition, Mac. Milan Publishing Company, New York.
- Harbiyanto, S., 2000, ***Identifikasi Preferensi dan Pemanfaatan Terigu pada Berbagai Status Sosial Masyarakat***, Skripsi FTP UGM, Yogyakarta.
- Herawati, Marina, Guntarti T.M, dan Suharno, 2002, ***Penerapan Analisis Conjoin untuk Mengukur Preferensi Konsumen Minyak Goreng***, Agritech Vol 22 No. 3 hal 104-110, Yogyakarta.
- Hidayati, S.N, Wahyu S, dan Guntarti T.M, 2002, ***Analisa Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Permintaan Tepung Terigu oleh Industri Kecil Berbahan Baku Tepung Terigu di DIY***, Agritech Vol.21 No. 2, hal 63-68, Yogyakarta.
- Kottler, Phillip, 2002, ***Manajemen Pemasaran***, Edisi Milenium, Prenhalindo, Jakarta.
- Malhotra, Naresh, 1993, ***Marketing Research an Applied Orientation***, Prentice-Hall Internasional edition, New Jersey.
- Muhammad, F, 2001, ***Industrial Policy Pasca Krisis Suatu Kebutuhan untuk Pemulihan***, Jurnal Teknoin Vol 6, No. 3, hal :225-232, Yogyakarta
- Probowati, B.D, Adi Djoko, G. dan Endy S., 2001. ***Penyusunan Kebijakan Industri Kecil Berdasarkan Identifikasi Alternatif Kebutuhan Bantuan***, Jurnal Teknoin Vol 6 no. 3, hal 233-244, Yogyakarta.
- Sanjur, D., 1982, ***Social and Cultural Perpective in Nutrition***, Prentice hall, New York.
- Schiffman, L.G, dan Leslie K.K, 1994, 1994, ***Consumer Behaviour***, Prentice Hall Inc., New Jersey.
- Susanto, D., 1995, ***Pengorganisasian Masyarakat Memperkenalkan Kebiasaan Makan yang Baik***, Prosiding Widyakarya Nasional, Khasiat Makanan Tradisional, Jakarta.
- Suryaningsih,H., Didik P dan wahyu S, 2002, ***Identifikasi Preferensi Konsumen Terhadap Desain Kemasan dan Kandungan Nutrisi Tepung Terigu di DIY***, Agritech Vol.22 no.2 hal 48-55, Yogyakarta.
- Wahyuningsih, 2000, ***Analisa keunggulan Komparatif Industri Makanan Berbahan Baku Tepung Terigu***, Skripsi FTP UGM, Yogyakarta.