

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP GATOT TIWUL YU TUM
DI GUNUNGKIDUL**

E-JURNAL SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh :

APRILIA PUTRI PRASTANTI

13511244014

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK BOGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

Jurnal Tugas Akhir Skripsi

Disusun oleh:

Aprilia Putri Prastanti

NIM 13511244014

Jurnal dengan judul " Preferensi Konsumen Terhadap Gatot Tiwul Yu Tum Di Gunungkidul" telah memenuhi syarat dan disetujui oleh Dosen Pembimbing, Dosen Penguji, dan Reviewer Jurnal Tugas Akhir Skripsi Program Studi Pendidikan Teknik Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta.

Yogyakarta, Februari 2018

Dosen Pembimbing
Tugas Akhir Skripsi,

Dosen Penguji
Tugas Akhir Skripsi,

Reviewer Jurnal
Tugas Akhir Skripsi,



Dr. Kokom Komariah, M.Pd
NIP. 19600808 198403 2 002

Dr. Marwanti, M.Pd.
NIP.195703131983 2 001

Prihastut Ekawatiningsih, M.Pd
NIP.19750428 199903 2 002

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP GATOT TIWUL YU TUM DI GUNUNGGKIDUL

Oleh : Aprilia Putri Prastanti, Pendidikan Teknik Boga FT UNY
Email : putriprastanti27@gmail.com
Dosen : Dr. Kokom Komariah, M.Pd.
Email : kokom@uny.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) karakteristik konsumen produk Gatot dan Tiwul (2) preferensi konsumen terhadap produk Gatot dan Tiwul Yu Tum (3) alasan-alasan yang mendorong konsumen untuk membeli produk Gatot Tiwul Yu Tum. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode survey. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *sampling insidental*. Alat pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini adalah: (1) Karakteristik konsumen mayoritas berjenis kelamin perempuan, pekerjaan pegawai swasta, pendapatan 1-3 juta, dan berusia 20-40 tahun; (2) preferensi konsumen ditinjau dari karakteristik sensorik dengan nilai mean 50 dalam kategori suka, pemasaran dengan nilai mean 43,00 dalam kategori suka dan sanitasi dengan nilai mean 5,0 dalam kategori sangat suka; (3) alasan konsumen membeli gatot tiwul Yu Tum karena mempunyai cita rasa khas, harga terjangkau, produk berkualitas baik. Harapan konsumen agar bentuk dan tekstur produk gatot tiwul diperbaiki.

Kata kunci: preferensi, gatot tiwul, gunungkidul

A CONSUMER'S PREFERENS THROUGH YUTUM'S GATOT TIWUL AT GUNUNGGKIDUL

Abstract

This reseach is aimed to know: (1) the consumer characterization's in the product og Gatot and Tiwul (2) to know some reasons which encourage the consumer for buy the product of Yutum's Gatot Tiwul (3) for buy the product of Yutum's Gatot Tiwul. A kind of this reseach used quantitative description, with for survey methodology.the techniq sampling, of the reseach used sampling insidental technique. A quetiones as a tool for data sampling. The result of the reseach are: (1) The consumer's characterization of Yutum's Gatot Tiwul have majority as a female, private Employe, which have a income 1-3 million rupiah and for about 20-40 years old. (2) The consumer's preferences through Yutum's Gatot Tiwul reviewed by consoric characterization which have mean valued 5,0 chategorized like, yhe marketing with mean 43,00 valued included like and the sanitation with meand 5,0 valued categorized as very like these food. (3) the consumer stated that Yutum's Gatot Tiwul have special tasted, affordable prices, qualitated product and the consumers hope have a willingness for improve the tekstur.

Keywords : preferens, gatot tiwul, gunungkidul

PENDAHULUAN

Gunungkidul merupakan daerah yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Banyak sekali wisatawan dalam negeri maupun luar negeri yang sudah mengunjungi pariwisata di Gunungkidul. Selain tempat wisata, budaya, kesenian Gunungkidul juga memiliki kuliner khas yang dapat dijadikan sebagai oleh-oleh bagi para wisatawan yang berkunjung ke daerah Gunungkidul.

Kuliner khas Gunungkidul Gathot dan Thiwul adalah makanan tradisional asli Kabupaten Gunungkidul ini menjadi makanan favorit karena rasanya yang lezat, manis, dan gurih. Gatot dan tiwul merupakan makanan pokok masyarakat Gunungkidul, biasanya dimakan dengan sayuran sebagai pengganti nasi. Tapi seiring sejahteranya masyarakat Gunungkidul gatot berubah menjadi makanan camilan sehari-hari. Tiwul adalah makanan tradisional dari Gunungkidul yang terbuat dari olahan singkong. Makanan ini sudah terkenal sejak jaman dahulu dan menjadi salah satu warisan kuliner bagi masyarakat Yogyakarta.

Salah satu contoh usaha makanan khas yang berhasil adalah Gatot dan Tiwul Yu Tum. Usaha ini berlokasi di Jalan Pramuka Wonosari Gunungkidul. Lokasi toko ini tergolong kurang strategis. Gatot Tiwul Yu Tum buka setiap hari. Gatot Tiwul Yu Tum ini menyediakan juga aneka macam makanan khas selain Gatot dan Tiwul seperti belalang goreng, bakpia dan aneka camilan lainnya. Hal ini sangat mempermudah konsumen untuk memperoleh produk khas Gunungkidul.

Gatot Tiwul Yu Tum saat ini kebanjiran pengunjung dari luar kota. Karakteristik makanan

khas ini yang terlihat tidak tertarik atau kuno membuat wisatawan yang baru mengenal tidak menaruh perhatian pada produk Gatot Tiwul Yu Tum. Pengenalan produk Gatot Tiwul Yu Tum kurang luas sehingga banyak wisatawan yang belum mengenal produk ini. Kepopuleran Gatot Tiwul Yu Tum saat ini hanya ada dikalangan orang tua. Kalangan muda tidak terlalu mengenal produk ini karena lebih anak muda jaman sekarang lebih menyukai makanan cepat saji. Gatot Tiwul Yu Tum mempunyai beberapa kelemahan seperti cepat basi atau tidak tahan lama. Sajian yang sederhana menjadi salah satu kendala untuk menarik minat beli konsumen. Cita rasa setiap daerah yang berbeda-beda menjadikan tantangan bagi pemilik usaha untuk mengembangkan produknya. Peralatan untuk membuat produk yang digunakan juga masih serba tradisional yang mengakibatkan proses pembuatan menjadi lama.

Preferensi konsumen dapat didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk barang atau jasa yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai produk yang ada (Kotler, 2011:86). Preferensi konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk (Munandar 2012:42). Preferensi terhadap makanan didefinisikan sebagai derajat kesukaan atau ketidaksukaan terhadap makanan dan preferensi ini akan berpengaruh terhadap konsumsi pangan (Suhardjo, 2010:72).

Preferensi memiliki tujuan yang merupakan keputusan akhir dalam proses pembelian untuk

dapat dinikmati oleh konsumen sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen. Dengan preferensi dan anggaran yang tersedia, dapat diketahui bagaimana setiap konsumen memilih berapa banyak barang yang dibeli. Hal ini dapat diasumsikan bahwa konsumen dapat membuat pilihan secara rasional, mereka yang memilih barang untuk memaksimalkan kepuasan yang dapat mereka raih dengan anggaran terbatas yang mereka miliki (Rubinowo, 2012:111).

Penelitian tentang preferensi konsumen ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survey. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) karakteristik konsumen pada produk Gatot dan Tiwul (2) preferensi konsumen terhadap produk Gatot dan Tiwul Yu Tum (3) alasan-alasan yang mendorong konsumen untuk membeli produk Gatot Tiwul Yu Tum.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan teknik survey. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel dilakukan secara random, menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015:14).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di industri Gatot Tiwul Yu Tum yang terletak di Jalan Pramuka No.36 Wonosari Gunungkidul. Waktu yang dilakukan untuk penelitian di Gatot Tiwul Yu

Tum yaitu pada bulan Agustus 2017 – September 2017.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Gatot Tiwul Yu Tum. Dalam sehari kurang lebih 40 orang sedangkan jika dihitung dalam satu bulan kurang lebih 1200 orang.

2. Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2015:124).

Besarnya sampel pada penelitian ini ditentukan menggunakan rumus :

$$n : \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

(Riduwan, 2007:44)

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel 92 responden namun dibulatkan menjadi 100 responden.

Alat dan Metode Pengumpulan Data

1. Alat pengumpulan data

Alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan kepada responden. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan responden (Sugiyono, 2013:199).

a. Uji Validitas

Uji validitas instrument dengan mengkonsultasikan kepada ahli bidang yang

bersangkutan dengan penelitian, dalam penelitian ini yang ditunjuk adalah 1 dosen ahli materi tentang preferensi konsumen.

Uji validitas dilakukan dengan cara analisis butir soal, yaitu skor-skor yang dimiliki oleh setiap butir soal dikorelasikan dengan skor total. Uji validitas ini menggunakan rumus *Korelasi Product Moment*. Hasil uji validitas angket mengenai variabel preferensi konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Validasi Angket

Indikator	Butir soal	Keterangan
Karakteristik sensoris	1,2,3,4,5,6,7,8,9 10,11,12,13,14, 15,16,17,18,19, 20.	Valid
Pemasaran	21, 22, 23, 24,25,26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37	Valid
Sanitasi	38, 39	Valid

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan menggunakan SPSS 16 dengan keseluruhan butir soal dapat dijelaskan bahwa semua nilai $r_{hitung} > t_{tabel}$ berdasarkan α atau tingkat signifikansi 0.05 artinya bahwa item-item dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada satu cara pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Suharsimi Arikunto, 2006:178).

Rumus yang digunakan untuk mencari reabilitas menggunakan rumus *Alpha*. Rumus *Alpha* digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0. Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Koefisien Alpha	Tingkat Reliabilitas
Preferensi Konsumen	0,865	Sangat tinggi

Hasil uji reliabilitas didapatkan nilai r hitung 0,865 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner dinyatakan *reliable* dan layak digunakan sebagai instrument pengumpul data.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap Gatot Tiwul Yu Tum yaitu dilakukan dengan mengisi kuesioner yang sudah dibagikan langsung kepada responden. Sebelumnya peneliti memberikan informasi terlebih dahulu.

Teknik Analisis Data

Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara dikuantifikasi berdasarkan skor jawaban dari kuesioner yang ditetapkan, mulai dengan analisa data yaitu meneliti kembali data yang terkumpul, mengklasifikasikan data. Data yang terkumpul dikelompokkan dalam tabel distribusi dan presentase. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif untuk menganalisis masing-masing faktor yang mempengaruhi perilaku peduli lingkungan dalam bentuk distribusi frekuensi.

Selanjutnya dilakukan penghitungan Mean, Median, dan Modus. Ketiganya mempunyai cara-cara menghitung yang berbeda-beda, dan mempunyai arti yang berbeda pula sebagai alat untuk mengadakan deskripsi suatu distribusi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

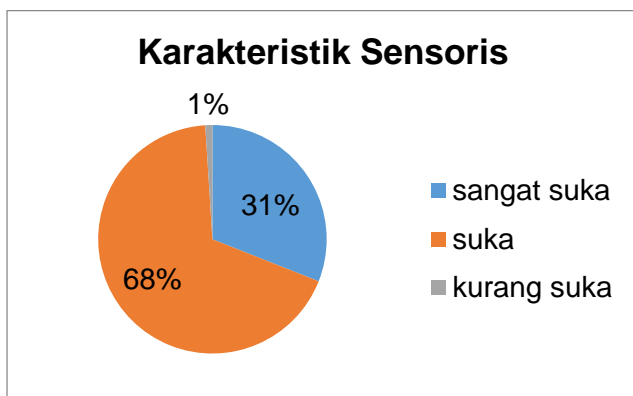
Berdasarkan hasil perhitungan karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi : jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan, usia dan asal daerah. Deskripsi karakteristik responden disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 3. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden		f	%
a. Jenis Kelamin	Laki-laki	48	48
	Perempuan	52	52
b. Pekerjaan	PNS	19	19
	Pegawai Swasta	31	31
	Pelajar	16	16
	Wiraswasta	29	29
	Lainnya	5	5
c. Pendapatan	Tidak ada	18	18
	< 1 juta	15	15
	1-3 juta	46	46
	> 3 juta	21	21
d. Usia	14-19 thn	2	2
	20-40 thn	74	74
	41-61 thn	24	24
e. Asal Daerah	Gunungkidul	20	20
	Bantul	15	15
	Sleman	5	5
	Kulonprogo	14	14
	Yogyakarta	7	7
	Luar Kota	39	39

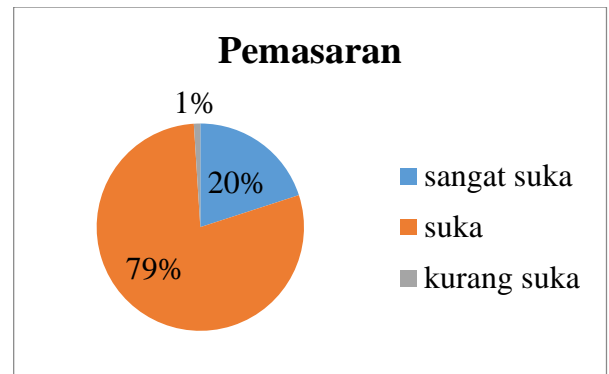
Dari tabel di atas dijelaskan bahwa karakteristik responden mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 52%, berkerja sebagai pegawai swasta 31%, berpendapatan 1-3 juta sebanyak 46%, berusia 20-40 tahun sebanyak 74%, dan berasal dari luar kota sebanyak 39%.

Berdasarkan data karakteristik sensoris, diperoleh skor tertinggi sebesar 76,0 dan skor terendah sebesar 33,0. Nilai *Mean* diperoleh sebesar 50, *Median* sebesar 58,00, *Modus* sebesar 58,00 dan *Standar Deviasi* 10. Kategorisasi dibagi menjadi sangat suka, suka dan kurang suka. Berdasarkan data di atas dapat digambarkan *pie chat* yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Pie Chart Karakteristik Sensoris

Berdasarkan data pemasaran, diperoleh skor tertinggi sebesar 59,0 dan skor terendah sebesar 26,0. Nilai *Mean* diperoleh sebesar 43,0, *Median* sebesar 48,00, *Modus* sebesar 47,00 dan *Standar Deviasi* sebesar 9,0. Kategorisasi dibagi menjadi sangat suka, suka dan kurang suka. Berdasarkan data diatas dapat digambarkan *pie chat* yaitu sebagai berikut:

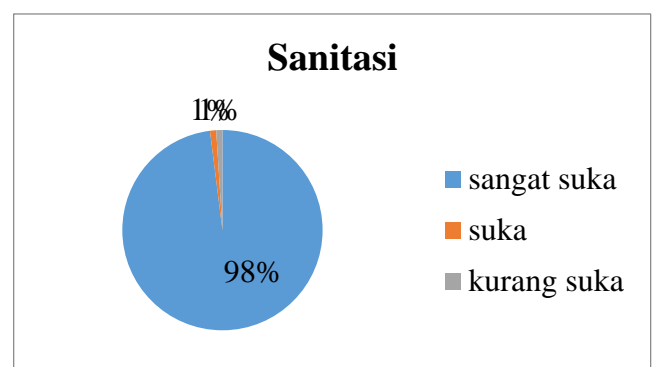


Gambar 2. Pie Chart Pemasaran Gatot Tiwul

Berdasarkan data indikator pada sanitasi, diperoleh skor tertinggi sebesar 8 dan skor terendah sebesar 3. Hasil analisis *Mean* sebesar 5,0, *median* sebesar 6, *modus* sebesar 6 dan standar deviasi sebesar 1,0. Kategorisasi dibagi menjadi sangat suka, suka dan kurang suka. Berdasarkan data di atas dapat digambarkan *pie chat* yaitu sebagai berikut:

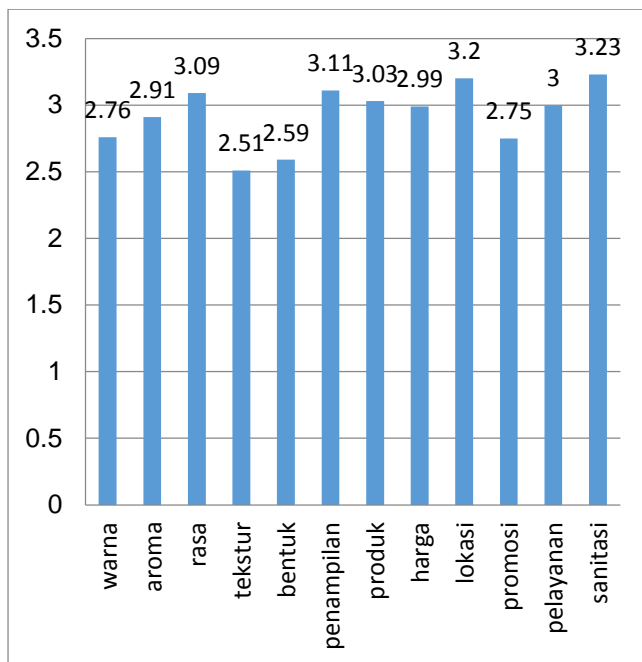
Gambar 3 . Pie Chart Indikator Sanitasi Gatot Tiwul

Berdasarkan data keseluruhan didapatkan rerata preferensi konsumen terhadap Gatot Tiwul Yu Tum yang dapat diperlihatkan pada diagram berikut :



Gambar 3. Pie Chart Sanitasi Gatot Tiwul Yu Tum

Berdasarkan data keseluruhan didapatkan rerata preferensi konsumen terhadap Gatot Tiwul Yu Tum yang dapat diperlihatkan pada diagram berikut:



Gambar 4. Diagram Preferensi Konsumen

Berdasarkan tabel dan diagram di atas diperoleh hasil rerata keseluruhan. Hasil yang paling mempengaruhi preferensi konsumen memilih Gatot Tiwul Yu Tum adalah sanitasi, konsumen sangat suka dengan penyajian dan produknya yang bersih sehingga saat membeli dan mendapatkan produk konsumen tidak perlu meragukan lagi kualitas produk Gatot Tiwul Yu Tum. Skor paling rendah yang mempengaruhi preferensi konsumen adalah tekstur dikarenakan tekstur gatot yang terkadang tidak lembut atau terlalu lembek membuat konsumen kurang tertarik.

Tanggapan- Tanggapan Konsumen Mengenai Gatot Tiwul Yu Tum di Gunungkidul

Berdasarkan tanggapan konsumen mengenai Gatot Tiwul Yu Tum untuk prospek ke depan data dapat dilihat pada tabel 4 di bawah ini

Tabel 4. Tanggapan Mengenai prospek kedepan

No.	Jawaban Konsumen	f	%
1.	Sesuai dengan selera konsumen	20	20%
2.	Usaha yang sampai sekarang berkembang dengan baik dan peminat konsumennya sangat tinggi	18	18%
3.	Sudah terkenal sebagai oleh-oleh khas Gunungkidul	15	15%
4.	Memiliki cita rasa yang khas atau berbeda dengan produk lain	10	10%
5.	Makanan tradisional yang dikemas unik tidak ditemukan ditempat lain.	10	10%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua konsumen setuju produk gatot tiwul Yu Tum mempunyai prospek ke depan. Dengan berbagai tanggapan yang diberikan oleh konsumen, produk gatot tiwul Yu Tum ini sudah terkenal sebagai makanan khas dari Gunungkidul. Sampai saat ini usaha gatot tiwul Yu Tum berkembang dengan baik dan pesat. Peminat konsumennya sangat tinggi karena produk gatot tiwul Yu Tum selalu terjaga kualitasnya Berdasarkan tanggapan konsumen mengenai Gatot Tiwul Yu Tum sebagai *icon* makanan khas Gunungkidul, data dapat dilihat pada tabel 5 dibawah ini:

Tabel 5. Tanggapan Konsumen Yu Sebagai *Icon* Makanan Khas

No.	Jawaban Konsumen	F	%
1.	Dikenal sebagai oleh-oleh khas Gunungkidul.	20	20%
2.	Dikenal keberadaannya oleh banyak orang	15	15%
3.	Ada sejak lama sehingga pantas menjadi produk unggulan dari daerah Gunungkidul.	14	14%
4.	Tidak diragukan lagi produknya.	10	10%
5.	Karena rasanya yang khas dan belum ada didaerah lain	10	10%

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan semua konsumen setuju bahwa produk gatot tiwul Yu Tum pantas untuk menjadi *icon* makanan khas Gunungkidul. Dengan berbagai alasan yang

diberikan oleh konsumen yang beranggapan bahwa produk gatot tiwul Yu Tum sudah dikenal oleh para konsumen sebagai makanan khas dari Gunungkidul sehingga pantas menjadi produk unggulan.

Berdasarkan tanggapan konsumen mengenai keunggulan Gatot Tiwul Yu Tum, data dapat dilihat pada tabel 6 dibawah ini:

Tabel 6. Tanggapan Konsumen Mengenai Keunggulan Gatot Tiwul Yu Tum

No.	Jawaban Konsumen	F	%
1.	Memiliki rasa yang enak	45	45%
2..	Sesuai dengan selera banyak konsumen	30	30%
3.	Harga murah, terjangkau dan ekonomis	20	20%
4.	Cita rasa yang khas	15	15%
5.	Tekstur tiwul yang lembut	15	15%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan mengenai tanggapan konsumen terhadap keunggulan produk gatot tiwul Yu Tum. Menurut konsumen banyak keunggulan yang dimiliki antara lain produk gatot tiwul Yu Tum memiliki rasa yang enak sehingga banyak konsumen yang berselera untuk mengkonsumsinya. Harga yang ditawarkan murah, terjangkau dan ekonomis sehingga semua kalangan dapat membeli produk ini. Cita rasa yang khas inilah yang membedakan dengan produk gatot tiwul yang lain.

Berdasarkan tanggapan konsumen mengenai kekurangan Gatot Tiwul Yu Tum, data dapat dilihat pada tabel 7 di bawah ini:

Tabel 7. Tanggapan Konsumen Mengenai Kekurangan Gatot Tiwul Yu Tum

No.	Jawaban Konsumen	F	%
1.	Produk mudah basi dan tidak tahan lama	50	50%
2.	Tampilan produk kurang menarik mata konsumen	15	15%
3.	Tempat kurang luas sehingga tidak nyaman	15	15%
4.	Bentuk tidak terlalu menarik	10	10%
5.	Warna tidak ada variasi	10	10%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan mengenai tanggapan konsumen terhadap kekurangan produk gatot tiwul Yu Tum. Menurut konsumen selain gatot tiwul Yu Tum ini mempunyai keunggulan, produk ini juga banyak memiliki kekurangan antara lain mudah basi dan tidak tahan lama, tampilan produk yang tidak bagus sehingga kurang menarik mata konsumen.

Berdasarkan tanggapan konsumen mengenai harapan-harapan terhadap Gatot Tiwul Yu Tum, data dapat dilihat pada tabel 8 di bawah ini:

Tabel 8. Tanggapan Konsumen Mengenai Kekurangan Gatot Tiwul Yu Tum

No.	Jawaban Konsumen	F	%
1.	Dari sisi penampilan sebaiknya di buat varian bentuk yang lebih menarik.	25	25%
2.	Menambah kualitas rasa, bentuk diperbaiki dan kualitas produk ditingkatkan.	15	15%
3.	Penampilan labih variasi untuk kualitas ditingkatkan juga mutu bahan baku harus tetap baik kebersihan bahan dan nilai gizi.	15	15%
4.	Selalu menjaga kualitas produk supaya semakin banyak konsumen yang datang untuk membeli produk gatot tiwul Yu Tum.	10	10%
5.	Selalu menjaga rasa agar tetap khas.	7	7%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa banyak sekali harapan-harapan yang diinginkan oleh konsumen untuk memperbaiki produk gatot tiwul Yu Tum. Konsumen sangat berharap dalam penampilan, bentuk, rasa, aroma, gizi, kualitas produk diperbaiki atau dikembangkan agar lebih menarik minat konsumen gatot tiwul Yu Yu

PEMBAHASAN

Hasil karakteristik konsumen yang didapat dari segi usia paling banyak berusia sekitar 20 sampai 40 tahun. Hal ini kemungkinan

dikarenakan konsumen yang berumur kurang dari 20 tahun kurang tertarik dengan makanan khas tradisional yang menurut mereka ketinggalan jaman sehingga dari data yang didapat hanya 2% saja konsumen dengan usia kurang dari 20 tahun. Apabila merujuk dari prospektif 100 responden ini merupakan kendala yang perlu disosialisasikan. Maka perlu adanya promosi atau sosialisasi pengenalan produk gatot tiwul kepada anak-anak muda untuk mencegah agar produk tidak hanya dikenal oleh kalangan tua namun bisa dikenal dan dinikmati oleh semua kalangan.

Preferensi konsumen Gatot Tiwul Yu Tum dilihat dari karakteristik sensoris dengan nilai yang paling rendah yaitu pada indikator bentuk dan tekstur. Konsumen menyatakan bentuk dari gatot tidak konsisten namun bentuk dari tiwulnya menarik yaitu berbentuk kerucut. Namun banyak konsumen yang tidak tertarik karena menurut mereka bentuknya kurang bervariasi sehingga tidak menarik mata konsumen. Dari segi indikator tekstur konsumen menyatakan bahwa tekstur tiwul lembut namun dari tekstur gatot ada yang keras. Dari hal tersebut diperlukan pengembangan dalam segi bentuk ataupun tekstur agar selalu konsisten sehingga dapat menarik minat konsumen.

Menurut konsumen Gatot Tiwul Yu Tum produk gatot dan tiwul berkualitas baik dan dari penyajian juga menarik hanya saja produk ini tidak tahan lama dan mudah basi. Gatot Tiwul Yu Tum mempunyai berbagai macam variasi mulai dari ukuran, dan variasi rasa. Konsumen dapat memilih sesuai keinginannya dan dapat disesuaikan dengan *budget* konsumen karena tersedia beberapa pilihan paket.

Tanggapan konsumen menyatakan bahwa konsumen setuju produk Gatot Tiwul Yu Tum mempunyai prospek ke depan. Hal ini didukung dengan berbagai tanggapan yang di berikan bahwa Gatot Tiwul Yu Tum sesuai dengan lidah atau selera konsumen. Makanan yang sudah menjadi oleh-oleh khas Gunungkidul ini memang sudah tidak diragukan lagi kualitasnya. Usaha Gatot Tiwul Yu Tum yang saat ini berkembang dengan pesat dan baik selalu menjaga cita rasa yang tidak bisa ditemukan diproduksi sejenis. Konsumen juga menyatakan setuju bahwa Gatot Tiwul Yu Tum pantas untuk menjadi *icon* makanan khas Gunungkidul karena memang sudah dikenal dari sejak lama sehingga pantas menjadi produk unggulan dari daerah Gunungkidul. Rasa yang khas dan belum ada didaerah lain walaupun ada rasanya pasti berbeda. Selain menjadi icon makanan khas Gunungkidul, Gatot Tiwul Yu Tum dapat memajukan wisata kuliner karena di toko Yu Tum ini tidak hanya menjual gatot dan tiwul namun banyak makanan lain yang ditawarkan. Kelebihan produk Gatot Tiwul Yu Tum antara lain memiliki rasa yang enak sesuai dengan selera konsumen, harga yang ditawarkan murah dan terjangkau, cita rasa yang khas membuat produk gatot tiwul beda dari produk sejenis, aroma yang dihasilkan enak dan harum, banyak varian rasa yang ditawarkan sehingga konsumen bisa memilih sesuai dengan keinginan, tempat yang strategis dekat dengan pusat kota membuat konsumen mudah untuk menemukan Gatot Tiwul Yu Tum. Selain kelebihan yang dimiliki Gatot Tiwul Yu Tum mempunyai kelemahan diantaranya produk gatot tiwul mudah basi dan tidak tahan lama, hal ini disebabkan karena

proses pembuatan tidak menggunakan bahan pengawet, bentuk kurang menarik dan menurut sebagian konsumen harga semakin mahal tidak sesuai dengan porsi.

Harapan-harapan untuk perbaikan produk konsumen banyak memberikan tanggapan. Penampilan produk Gatot Tiwul Yu Tum agar lebih di perhatikan lagi, sebaiknya dibuat varian bentuk terutama tiwulnya. Kualitas mutu bahan baku singkong harus tetap baik dan kebersihan bahan-bahan sampai peralatan yang akan digunakan harus tetap terjaga sanitasinya. Kualitas rasa yang khas, gizi dari produk harus tetap dijaga sehingga kualitas gatot tiwul lebih tahan lama. Dalam pelayanan konsumen berharap agar pelayan lebih mengutamakan konsumen yang datang sehingga konsumen tidak kebingungan dan merasa nyaman.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis karakteristik responden Gatot Tiwul Yu Tum mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 52%, pekerjaan pegawai swasta 31%, pendapatan 1-3 juta 46%, dan berusia 20-40 tahun sebanyak 74%.
2. Preferensi konsumen terhadap Gatot Tiwul Yu Tum di Gunungkidul ditinjau dari karakteristik sensoris dengan nilai mean 50 dalam kategori suka. Hal ini berarti bahwa Gatot Tiwul Yu Tum memiliki warna yang menarik, aroma yang menggugah selera, rasa yang khas, tekstur yang lembut, bentuk yang dapat menarik konsumen dan penampilan yang bagus dan unik.

Preferensi konsumen terhadap Gatot Tiwul Yu Tum di Gunungkidul ditinjau dari pemasaran dengan nilai mean 43,00 termasuk dalam kategori suka dan sanitasi dengan nilai mean 5,0 termasuk dalam kategori sangat suka. Hal ini berarti bahwa Gatot Tiwul Yu Tum memiliki produk yang berkualitas baik, harga yang terjangkau sesuai dengan pendapatan konsumen, lokasi yang dekat dengan pusat kota, pelayanan yang cepat dan ramah dan sanitasinya sangat baik.

3. Tanggapan atau alasan konsumen memilih Gatot Tiwul Yu Tum secara keseluruhan, konsumen menyatakan bahwa produk gatot tiwul yang sudah menjadi makanan khas Gunungkidul yang sudah tidak diragukan lagi kualitas produknya. Rasa yang khas dan penampilan kemasan yang menarik dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk Gatot Tiwul Yu Tum ini. Dengan banyaknya keunggulan produk seperti cita rasa yang khas, harga terjangkau kemasan yang menarik dan kekurangan yang dimiliki produk ini seperti produk gatot tiwul yang mudah basi dan tidak tahan lama. Para konsumen juga mempunyai harapan untuk perbaikan produk antara lain dalam bentuk, penampilan, rasa, aroma, gizi kualitas harus diperbaiki dan ditingkatkan.

Saran

1. Kepada pengusaha agar lebih meningkatkan kualitas tekstur dan bentuk.
2. Kepada Dinas Pariwisata agar melakukan promosi dan sosialisasi kepada anak-anak usia sekolah .
3. Kepada lembaga pendidikan yang memiliki program boga atau perguruan tinggi untuk

mengembangkan produk ini agar diperoleh produk gatot tiwul yang diinginkan oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Kotler P. (2011). *Dasar – Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT Indeks.
- Munandar. (2012). *Preferensi Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Rubinowo.(2012). *Perilaku Dasar dan Tujuan Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharjo.(2010). *Preferensi Makanan dan Pengaruh Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Riduwan (2007). *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur*. Bandung: Alfabeta.