

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kentang merupakan salah satu komoditas hortikultura dari kelompok tanaman sayuran umbi yang sangat potensial sebagai sumber karbohidrat dan mempunyai arti penting dalam perekonomian di Indonesia. Pengembangan agribisnis kentang mempunyai prospek yang baik, karena dapat menunjang program penganeekaragaman (diversifikasi) pangan, peningkatan pendapatan petani, perbaikan gizi masyarakat, sebagai komoditas ekspor, dan sebagai bahan baku industri pangan (Rukmana, 2003).

Kabupaten Wonosobo merupakan salah satu daerah penghasil kentang tertinggi di Provinsi Jawa Tengah. Wonosobo menjadi kabupaten dengan angka tertinggi nomor dua setelah Kabupaten Banjarnegara sebagai produsen kentang. Hal ini terlihat seperti pada tabel 1.

Tabel 1. Produksi Kentang Menurut Kabupaten di Jawa Tengah Tahun 2015

No	Kabupaten	Jumlah Produksi (ku)
1	Banjarnegara	1.139.034
2	Wonosobo	531.817
3	Semarang	39.894
4	Magelang	28.891
5	Purbalingga	20.535
6	Brebes	2657
7	Wonogiri	1.483
8	Boyolali	1.120
9	Batang	1.119
10	Temanggung	465
11	Pekalongan	393
12	Tegal	348
13	Karanganyar	98
14	Pemalang	65

Sumber: Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Tengah Tahun 2015

Tabel 1 menunjukkan bahwa Kabupaten Wonosobo tidak menempati urutan tertinggi sebagai produsen kentang di Provinsi Jawa Tengah, melainkan menjadi urutan kedua setelah Kabupaten Banjarnegara. Namun Kabupaten Wonosobo memiliki akses distribusi penjualan kentang yang lebih mudah dibandingkan dengan Kabupaten Banjarnegara. Kabupaten Wonosobo memiliki pasar induk kentang yang distribusi penjualannya ke beberapa kota di pulau Jawa. Sedangkan Kabupaten Banjarnegara tidak memiliki pasar induk kentang. Hal ini menjadikan akses pemasaran kentang dari Kabupaten Banjarnegara lebih sulit, sehingga produksi kentang dari Kabupaten Banjarnegara dipasarkan melalui jalur Kabupaten Wonosobo.

Varietas kentang yang banyak dibudidayakan di Kabupaten Wonosobo adalah Granola. Varietas ini disukai oleh konsumen kecil, karena memiliki tekstur umbi yang empuk, dengan warna daging kekuning-kuningan dan mata umbi dangkal. Mayoritas konsumen kecil memanfaatkan kentang jenis Granola untuk dikonsumsi sebagai sayuran. Kadar gula bahan mentah umbi kentang Granola berkisar antara 0,043% - 0,174%, ditunjukkan oleh hasil penelitian dari Balai Penelitian Tanaman Sayuran Lembang. Oleh karena itu, kentang Granola selain cocok digunakan sebagai bahan konsumsi kecil, juga dapat diterima sebagai bahan baku industri pengolahan. Kentang varietas lain yang sudah diketahui sasaran penggunaannya bagi industri pengolahan adalah varietas Atlantic dan Agria. Varietas ini cocok sebagai bahan baku industri pengolahan (Rukmana, 2003).

Balai Penelitian Tanaman Sayuran melakukan sebuah penelitian yang menunjukkan bahwa berdasarkan tujuan penggunaannya (konsumsi sehari-hari),

kentang dikonsumsi oleh tiga kelompok konsumen, yaitu konsumen kecil, konsumen lembaga, dan konsumen industri makanan. Konsumen kecil dikategorikan sebagai kelompok masyarakat kecil yang terdiri atas anggota keluarga atau perseorangan. Konsumen lembaga dikategorikan sebagai konsumen organisasi, yaitu konsumen yang membeli kentang untuk kebutuhan organisasi meliputi hotel, restoran, dan rumah sakit. Konsumen industri makanan menggunakan kentang sebagai bahan baku untuk diolah menjadi produk tertentu. Hasil olahan kentang yang sangat *populer* dan banyak dikonsumsi pada saat ini adalah keripik kentang (*chip*) dan kentang goreng (*french fries*).

Keripik kentang (*chip*) merupakan salah satu produk olahan kentang yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia, sehingga banyak muncul produsen keripik kentang baik dari industri berskala kecil maupun perusahaan dengan skala besar. Hal ini didukung dari ketersediaan bahan baku dan akses distribusi kentang yang mudah.

Terdapat beberapa industri kecil penghasil keripik kentang di Kabupaten Wonosobo antara lain; 1) Albaeta merupakan industri kecil yang sudah berdiri sejak tahun 1994. Lokasinya berada di wilayah Dataran Tinggi Dieng. Albaeta mampu memproduksi 2 kuintal per hari. 2) Tri Sakti merupakan industri kecil yang sudah berdiri sejak tahun 2006. Lokasinya berada di wilayah Dataran Tinggi Dieng. Tri Sakti mampu memproduksi 3-4 kuintal per minggu. 3) Pakuwojo merupakan industri kecil yang sudah berdiri sejak tahun 1994. Lokasinya berada di Desa Kejiwan, Wonosobo. Pakuwojo mampu memproduksi 2 kuintal per hari. Selain produk-produk keripik kentang yang dihasilkan oleh industri kecil, di Kabupaten Wonosobo juga dipasarkan

berbagai merek produk keripik kentang yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan skala besar seperti Chitato Potato Chips dari PT Indofood Fritolay Makmur, Lays dari PT Indofood Fritolay Makmur, Leo dari PT Garudafood Putra Putri Jaya, Piattos dari PT URC Indonesia, dan Pringles dari Super Food Technology.

Konsumen memiliki penilaian yang berbeda terhadap atribut pada berbagai merek produk keripik kentang. Beberapa atribut produk keripik kentang antara lain rasa, varian rasa, kerenyahan, bentuk keripik, ukuran, kemasan, label, harga, kemudahan mendapatkan produk, keamanan. Secara garis besar, penilaian konsumen terhadap atribut yang terdapat pada beberapa merek produk keripik kentang yang dihasilkan oleh industri kecil adalah sama, begitu juga penilaian konsumen terhadap atribut yang terdapat pada beberapa merek produk keripik kentang yang dihasilkan oleh perusahaan skala besar.

Adanya perbedaan atribut dari tiap merek produk keripik kentang menjadikan munculnya penilaian yang berbeda dari konsumen yang tentunya juga memunculkan sikap konsumen yang berbeda. Sikap konsumen ini merupakan perilaku menyenangkan (baik) atau tidak menyenangkan (tidak baik) terhadap produk keripik kentang. Dalam usaha untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, produsen perlu mengetahui sikap konsumen guna tercapai keberhasilan dalam peluncuran produk. Dari penjabaran tersebut maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Seperti apakah karakteristik berbagai merek produk keripik kentang yang dipasarkan di Kabupaten Wonosobo baik yang dihasilkan oleh industri kecil maupun perusahaan?

2. Bagaimana sikap konsumen terhadap berbagai merek produk keripik kentang yang dipasarkan di Kabupaten Wonosobo baik yang dihasilkan oleh industri kecil maupun perusahaan?
3. Bagaimana perbandingan sikap konsumen terhadap berbagai merek produk keripik kentang yang dihasilkan oleh industri kecil di Kabupaten Wonosobo dengan berbagai merek produk keripik kentang yang dihasilkan oleh perusahaan?

B. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui karakteristik berbagai merek produk keripik kentang yang dipasarkan di Kabupaten Wonosobo baik yang dihasilkan oleh industri kecil maupun perusahaan.
2. Mengetahui sikap konsumen terhadap berbagai merek produk keripik kentang yang dipasarkan di Kabupaten Wonosobo baik yang dihasilkan oleh industri kecil maupun perusahaan.
3. Mengetahui perbandingan sikap konsumen terhadap berbagai merek produk keripik kentang yang dihasilkan oleh industri kecil di Kabupaten Wonosobo dengan berbagai merek produk keripik kentang yang dihasilkan oleh perusahaan.

C. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yaitu dapat digunakan sebagai sumber informasi dan rekomendasi untuk pengembangan usaha industri keripik kentang industri kecil di Kabupaten Wonosobo yaitu Albaeta, Tri Sakti, Pakuwojo. Keripik kentang memiliki atribut produk antara lain rasa, varian rasa, kerenyahan, bentuk keripik, ukuran, kemasan, label, harga, kemudahan mendapatkan produk, dan keamanan. Dari penelitian ini akan diketahui informasi detail mengenai atribut-atribut tersebut, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi bagi produsen dalam memperbaiki atribut yang masih dinilai buruk oleh konsumen sehingga dapat meningkatkan pendapatan produsen tersebut. Penelitian ini juga bermanfaat bagi peneliti selanjutnya untuk dijadikan sebagai bahan referensi berdasarkan hasil, pembahasan dan saran