

LAPORAN HASIL PENELITIAN

**KARAKTERISASI MUTU MADU
MENURUT KONSUMEN
DI WILAYAH JABOTABEK**

Oleh :

**Ir. Armein Syukri, M.Si
Dra. Eko Yuliasuti, M.Si
Drh. Ismed Sawir, M.Sc**



**FAKULTAS MATEMATIKA dan ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS TERBUKA
Jakarta, 2007**

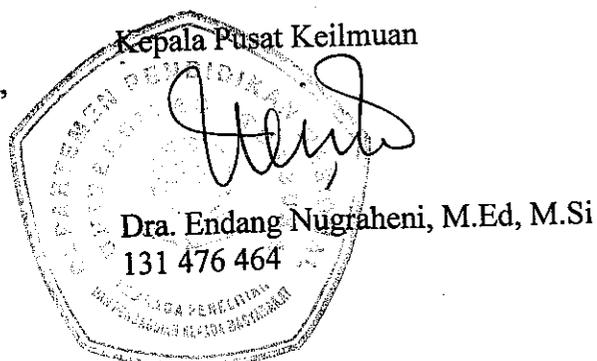
LEMBAR PENGESAHAN

- Laporan Penelitian Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
1. a. Judul Penelitian : Karakterisasi Mutu Madu Menurut Konsumen di Wilayah Jabotabek
 - b. Bidang Penelitian : Bidang Ilmu
 - c. Klasifikasi Penelitian : Mandiri
 - d. Bidang Ilmu : Teknologi Pangan
 2. a. Nama Lengkap dan Gelar : Ir. Armein Syukri, M.Si
 - b. NIP : 131 568 781
 - c. Golongan Kepangkatan : Penata (III/c)
 - d. Jabatan Akademik : Lektor
 - e. Fakultas/ Unit Kerja : FMIPA/Prog. Studi Teknologi Pangan
 3. a. Jumlah Anggota : Kajian Mutu Kerupuk Berdasarkan Preferensi Konsumen.
 - b. Nama Anggota/Unit Kerja : 1. Dra. Eko Yuliasuti, M.Si/FMIPA
2. drh, Ismed Sawir, M.Sc/FMIPA
 4. Lama Penelitian :
 - a. Periode Penelitian : April –Desember 2007
 - b. Lama Penelitian : 8 bulan
 5. Biaya Penelitian : Rp. 8.635.000,-
(Delapan juta enam ratus tiga puluh lima ribu rupiah)
 6. Sumber biaya : LPPM-UT



Pondok Cabe, Januari 2008
Ketua Peneliti

Ir. Armein Syukri, M.Si
NIP. 131 568781



DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan.....		i
Daftar Isi.....		ii
Daftar Tabel.....		iii
Daftar Gambar.....		iv
I PENDAHULUAN.....		1
A. Latar Belakang.....		1
B. Perumusan Masalah.....		2
C. Tujuan.....		3
D. Manfaat Penelitian.....		3
E. Hipotesa.....		4
II TINJAUAN PUSTAKA.....		5
A. Manfaat Lebah Madu.....		5
B. Prospek Pengembangan Lebah Madu.....		8
C. Konsep Pengembangan Mutu Produk.....		9
D. Konsep Eksplorasi Atribut Mutu Sensori.....		10
III METODA PENELITIAN.....		14
A. Waktu dan Tempat.....		14
B. Pengumpulan Data.....		14
C. Prosedur Pelaksanaan.....		15
D. Pengamatan.....		16
E. Daftar Pertanyaan (Kuesioner).....		20
F. Analisis Data.....		22
IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		24
A. Demografi Responden.....		24
B. Pola Konsumsi Madu.....		27
C. Daya Terima Madu.....		30
D. Preferensi Madu.....		32
E. Karakterisasi Mutu Madu.....		33
V KESIMPULAN DAN SARAN.....		51
DAFTAR PUSTAKA.....		57
LAMPIRAN.....		58

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
2.1.	Penjabaran Definisi Mutu Menurut Juran	9
3.1	Nilai Skala Pengamatan	19
3.2.	Daftar pertanyaan identifikasi atribut kecocokan konsumen madu	21
4.1	Jumlah responden menurut strata sosial dan sebaran wilayah tempat tinggal.	24
4.2.	Rata-rata Pendapatan Responden berdasarkan Kelas Sosial	26
4.3.	Khasiat madu menurut strata sosial	27
4.4	Skor daya terima madu berdasarkan Strata sosial dan kategori madu	31
4.5	Preferensi kategori madu menurut strata sosial.	32
4.6.	Uji beda ranking terbobot preferensi kategori madu menurut strata sosial	32
4.7a	Rank dan skor kecocokan atribut konsumen dari kategori madu non merek per strata sosial	36
4.7b	Rank dan skor kecocokan atribut produk madu non merek per strata sosial	37
4.7c.	Ranking dan skor kecocokan Atribut Kontekstual madu madu non merek per strata sosial	39
4.8a	Rank dan skor kecocokan atribut konsumen dari kategori madu tradisional bermerek per strata sosial	41
4.8b	Rank dan skor kecocokan atribut produk madu tradisional bermerek per strata sosial	42
4.8c.	Ranking dan skor kecocokan Atribut Kontekstual madu madu tradisional bermerek per strata sosial	44
4.9a	Rank dan skor kecocokan atribut konsumen dari kategori madu berkemasan modern per strata sosial	46
4.9b	Rank dan skor kecocokan atribut produk madu berkemasan modern per strata sosial	48
4.9c.	Ranking dan skor kecocokan Atribut Kontekstual madu madu berkemasan modern per strata sosial	50

DAFTAR GAMBAR

No. Judul	Hal
1. Skema pembahasa karakterusasu atribut pilihan konsumen	10
2. Skema represasi dari faktor – faktor yang memperngaruhi food choice (gains, 1994) choice (gains, 1994)	3
3. Diagram air pelaksanaan penelitian	6
4. Jumlah responden menurut kelompok usia dan kelas social	5
5. Jumlah responden menurut tingkat pendidikan	6
6. Pemilihan jenis madu oleh konsyemen	8
7. tempat mendapatkan madu oleh konsumen	9

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Madu merupakan cairan manis yang dihasilkan lebah. Madu mengandung komposisi zat makanan yang lengkap dan merupakan bahan makanan yang berkhasiat obat. Madu dapat disebut “cendera mata dari alam yang menyehatkan” (Rusfidra, 2006a,b). Madu merupakan makanan sumber energi yang sangat baik karena ia mengandung zat-zat gula sederhana. Madu juga bermanfaat bagi industri kosmetik dan shampo. Zat-zat makanan yang terdapat dalam madu sangat kompleks dan sudah diketahui terdapat 181 macam senyawa dalam madu. Secara umum madu mengandung 17,2% air; 304 kal/100 g energi; 0,35% protein; 0,0% lemak; 82,3% karbohidrat dan 0,2% mineral. Kandungan air dalam madu yang baik adalah berkisar 17-18%.

Madu mengandung tiga macam gula sebagai komponen utama yaitu fruktosa (41%), glukosa (35%) dan sukrosa (19%), sisanya berupa dekstrin (1,5%) dan mineral (0,2%). Madu juga kaya dengan vitamin B1, B2, B6, asam pantotenat (B5), niasin dan vitamin C. Di dalam madu terdapat 18 mineral esensial dan 19 mineral non-esensial. Unsur mineral esensial dalam madu adalah zat besi, fluor, iodium, kalium, kalsium, khlorin, khromium, kobalt, magnesium, mangan, selenium, silikon, sulfur, tembaga dan seng. Unsur mineral non-esensial antara lain: almunium, boron, titanium dan vanadium (Rusfidra, 2006a, b).

Komposisi madu ditentukan oleh dua faktor yakni komposisi nektar tanaman dan faktor eksternal seperti aspek lingkungan dan prosesing madu. Kualitas madu ditentukan antara lain oleh warna, rasa, kekentalan, aroma dan kadar air (17%-18%). Rasa, aroma dan warna madu sangat ditentukan oleh bunga sumber nektar yang dikumpulkan lebah pekerja. Koloni lebah yang dipelihara di sekitar perkebunan kelapa, maka madu yang dihasilkan disebut madu kelapa. Di pasaran sekarang ini kita mengenal madu karet, madu kapuk, madu lengkung, madu kopi, madu kelapa dan lain sebagainya.

Selain berperan penting sebagai minuman yang menyehatkan, madu juga bermanfaat sebagai obat yang menyembuhkan. Di dalam dunia medis penggunaan

madu sebagai obat diperkirakan sudah dilakukan sejak zaman Yunani Kuno dan Mesir Kuno. Pada waktu itu madu menjadi salah satu obat yang paling populer diantara 500 jenis obat. Konsumsi madu secara rutin dapat membantu dalam pengobatan penyakit jantung, gangguan lambung dan pencernaan, penyakit paru, obat masuk angin dan pengobatan luka infeksi. Madu dapat digunakan sebagai obat luka karena madu menyebabkan bakteri tidak bertumbuh dan mengeringkan jaringan tubuh yang terinfeksi. Madu juga bermanfaat dalam industri kosmetik dan shampo. Ratu Kleopatra sudah menggunakan madu sebagai pembersih muka (*facial*) dan untuk lulur.

Hingga kini konsumsi madu penduduk Indonesia hanya 15 gram/kapita/tahun. Angka ini jauh dibawah konsumsi madu masyarakat di negara-negara berkembang yang mencapai 70 gram/kapita/tahun, sedangkan masyarakat di negara-negara maju seperti Jepang, Jerman, Inggris, Perancis dan AS tingkat konsumsi madu mencapai 1000 – 1600 gram/kapita/tahun (Rusfidra, 2006a, b).

Upaya-upaya peningkatan mutu produk pangan terutama pangan tradisional akan semakin mendesak sejalan dengan masuknya era perdagangan bebas antar negara seperti: *ASEAN Free Trade Area* (AFTA) tahun 2003, *Asia Pasific Economic Cooperation* (APEC) tahun 2010 dan *North American Free Trade Area*. Keadaan ini, mendorong Indonesia dengan pangan tradisionalnya untuk mampu mengejar ketinggalannya dalam mutu produk untuk dapat memasuki pasar global.

B. Perumusan Masalah

Rendahnya konsumsi madu masyarakat Indonesia, setidaknya disebabkan oleh tiga faktor utama yaitu, tingkat pendapatan masyarakat yang rendah, tingkat pengetahuan dan kesadaran gizi masyarakat untuk mengkonsumsi madu yang rendah, dan harga madu di pasaran yang mahal. Sebagai contoh, 1 kg di pasar swalayan di banderol seharga Rp. 60.000 – Rp. 80.000.

Jumlah penduduk Indonesia saat ini sekitar 220 juta orang. Bila konsumsi madu sekitar 15 gram/kapita/tahun, maka dibutuhkan madu sebesar 3.300 ton setiap tahun. Sementara produksi madu dalam negeri dalam kurun waktu 1996-

2000 hanya 1.538 - 2.824 ton/tahun. Artinya, dengan konsumsi yang sangat rendah, produsen madu dalam negeri belum mampu memenuhi konsumsi dalam negeri, sehingga perlu dilakukan impor madu dari Vietnam, RRC dan Australia sebanyak 250-580 ton per tahun (Dephut, 2003).

Sampai saat ini penelitian karakterisasi mutu konsumen terhadap madu belum banyak dilakukan. Berdasarkan pokok-pokok pemikiran tersebut, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya konsumsi madu di dalam negeri. Selain itu, uji preferensi konsumen terhadap madu sangat penting diketahui.

C. Tujuan

1. Mengetahui faktor-faktor penyebab rendahnya konsumsi madu di dalam negeri.
2. Inventarisasi atribut-atribut kesukaan (nilai hedonik) dan atribut kecocokan konsumen terhadap jenis-jenis madu yang ada di pasar (yang dibeli dan dikonsumsi oleh konsumennya).
3. Identifikasi faktor-faktor daya terima, preferensi dan faktor penerimaan produk (*food choice*)
4. Konfirmasi terhadap atribut-atribut yang merupakan nilai penerimaan konsumen terhadap madu, produk dan merek madu yang tersedia di pasar. Berdasarkan skor penerimaan konsumen terhadap atribut-atribut, maka dapat dikarakterisasi mutu madu menurut konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharap bermanfaat dalam mengetahui preferensi konsumen terhadap jenis-jenis madu, sehingga dapat direncanakan karakteristik madu yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Dengan melakukan inventarisasi dan identifikasi atribut berdasarkan preferensi konsumen, maka dapat dirumuskan karakteristik mutu madu dan spesifikasi teknis mutu madu yang diinginkan pasar. Karakteristik mutu madu yang sesuai dengan permintaan konsumen berguna sebagai bahan informasi dalam merancang pengembangan produk

Dengan telah diidentifikasi karakteristik mutu madu, maka hal itu akan memberikan arah pengembangan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen.

F. Hipotesa

Ada tiga hipotesa yang diajukan dalam penelitian ini:

1. Terdapat keragaman preferensi konsumen terhadap jenis-jenis madu menurut strata sosial masyarakat.
2. Terdapat korelasi preferensi konsumsi madu dengan *atribut mutu* madu.
3. Diduga terdapat perbedaan penerimaan konsumen terhadap jenis, dan merek madu yang dipasarkan di daerah Jakarta, Tangerang, Bogor dan Bekasi

Universitas Terbuka

II. TINJAUAN PUSTAKA

A.. Manfaat Lebah Madu

Ada dua manfaat yang dapat diperoleh dari budidaya lebah madu, yaitu manfaat langsung dan manfaat tidak langsung. Manfaat langsung yang dihasilkan lebah berupa madu, lilin lebah (malam), royal jelli, sengat lebah (*bee venom*), pollen, propolis dan larva lebah. Manfaat tidak langsung adalah peranan lebah membantu penyerbukan tanaman.

Madu. Madu merupakan cairan manis yang dihasilkan lebah. Madu mengandung komposisi zat makanan yang lengkap dan merupakan bahan makanan yang berkhasiat obat (QS. An-Nahl: 69). Sebenarnya madu merupakan cadangan makanan anggota koloni lebah, namun lebah selalu menghasilkan madu lebih dari kebutuhan koloni. Kelebihan itulah yang diambil oleh manusia sebagai bahan pangan yang menyehatkan. Madu dapat disebut “cendera mata dari alam yang menyehatkan” (Rusfidra, 2006).

Madu merupakan makanan sumber energi yang sangat baik karena ia mengandung zat-zat gula sederhana. Madu juga bermanfaat bagi industri kosmetik dan shampo. Zat-zat makanan yang terdapat dalam madu sangat kompleks dan sudah diketahui terdapat 181 macam senyawa dalam madu. Secara umum, madu mengandung 17,2% air; 304 kal/100 g energi; 0,35% protein; 0,0% lemak; 82,3% karbohidrat dan 0,2% mineral. Kandungan air dalam madu yang baik adalah berkisar 17-18%.

Madu mengandung tiga macam gula sebagai komponen utama yaitu fruktosa (41%), glukosa (35%) dan sukrosa (19%), sisanya berupa dekstrin (1,5%), mineral (0,2%). Madu juga kaya dengan vitamin B1, B2, B6, asam pantotenat (B5), niasin dan vitamin C. Di dalam madu terdapat 18 mineral esensial dan 19 mineral non-esensial. Unsur mineral esensial dalam madu adalah zat besi, fluor, iodium, kalium, kalsium, khlorin, khromium, kobalt, magnesium, mangan, selenium, silikon, sulfur, tembaga dan seng. Unsur mineral non-esensial antara lain: almunium, boron, titanium dan vanadium (Rusfidra, 2006a).

Komposisi madu ditentukan oleh dua faktor yakni komposisi nektar tanaman dan faktor eksternal seperti aspek lingkungan dan prosesing madu. Kualitas madu ditentukan antara lain oleh warna, rasa, kekentalan, aroma dan kadar air (17%-18%). Rasa, aroma dan warna madu sangat ditentukan oleh bunga sumber nektar yang dikumpulkan lebah pekerja. Koloni lebah yang dipelihara di sekitar perkebunan kelapa, maka madu yang dihasilkan

disebut madu kelapa. Di pasaran sekarang ini kita mengenal madu karet, madu kapuk, madu lengkung, madu kopi, madu kelapa dan lain sebagainya.

Selain berperan penting sebagai minuman yang menyehatkan, madu juga bermanfaat sebagai obat yang menyembuhkan. Di dalam dunia medis penggunaan madu sebagai obat diperkirakan sudah dilakukan sejak zaman Yunani Kuno dan Mesir Kuno. Pada waktu itu madu menjadi salah satu obat yang paling populer diantara 500 jenis obat. Konsumsi madu secara rutin dapat membantu dalam pengobatan penyakit jantung, gangguan lambung dan pencernaan, penyakit paru, obat masuk angin dan pengobatan luka infeksi. Madu dapat digunakan sebagai obat luka karena madu menyebabkan bakteri tidak bertumbuh dan mengeringkan jaringan tubuh yang terinfeksi. Madu juga bermanfaat dalam industri kosmetik dan shampo. Ratu Kleopatra sudah menggunakan madu sebagai pembersih muka (*facial*) dan untuk lulur.

Selain sebagai minuman kesehatan, madu merupakan produk yang dibutuhkan dalam industri kosmetik dan farmasi. Hingga kini konsumsi madu penduduk Indonesia hanya 15 gram/kapita/tahun. Angka ini jauh dibawah konsumsi madu masyarakat di negara-negara berkembang yang mencapai 70 gram/kapita/tahun, sedangkan masyarakat di negara-negara maju seperti Jepang, Jerman, Inggris, Perancis dan AS tingkat konsumsi madu mencapai 1000 – 1600 gram/kapita/tahun.

Rendahnya konsumsi madu masyarakat Indonesia, setidaknya disebabkan oleh tiga faktor utama yaitu, tingkat pendapatan masyarakat yang rendah, tingkat pengetahuan dan kesadaran gizi masyarakat untuk mengkonsumsi madu yang rendah, dan harga madu di pasaran yang mahal. Sebagai contoh, 1 kg di pasar swalayan di banderol seharga Rp. 60.000 – Rp. 80.000.

Jumlah penduduk Indonesia saat ini sekitar 220 juta orang. Bila konsumsi madu sekitar 15 gram/kapita/tahun, maka dibutuhkan madu sebesar 3.300 ton setiap tahun. Sementara produksi madu dalam negeri dalam kurun waktu 1996-2000 hanya 1.538 - 2.824 ton/tahun. Artinya, dengan konsumsi yang sangat rendah, produsen madu dalam negeri belum mampu memenuhi konsumsi dalam negeri, sehingga perlu dilakukan impor madu dari Vietnam, RRC dan Australia sebanyak 250-580 ton per tahun (Dephut, 2003).

Royal jelli (RJ). Royal jelli dihasilkan oleh kelenjer hypofarink lebah pekerja yang berumur tiga hari untuk konsumsi lebah ratu dan larva lebah. RJ kadang-kadang disebut *brood food gland*. RJ selalu dimakan secara langsung oleh lebah ratu dan larva lebah. Lebah ratu selalu makan RJ selama hidupnya (sampai umur 8 tahun). RJ disusun

oleh air, protein, gula, lemak dan garam-garam mineral. Air menyusun 2/3 bagian royal jelli segar, protein 73%, asam amino 2,3% dan peptida 0,16% Jumlah asam amino esensial dalam RJ sekitar 29 asam amino, yang paling penting adalah asam aspartat dan asam glutamat. Asam amino bebasnya adalah prolin dan lysin. Enzim yang terdapat di dalam RJ adalah glukosa oksidase, posfat dan cholin enterase. Gula yang utama dalam RJ adalah froktosa dan glukosa yang mencapai 90% dari gula total. Komponen gula yang lain adalah maltosa, trihalosa, melibiosa, ribosa dan erlosa.

Fraksi lemak menyusun hampir 80-90% berat kering adalah asam lemak bebas. RJ memiliki asam lemak rantai pendek (8-10 atom C) yaitu asam lemak hidroksi atau asam dikarboksilat. RJ mengandung banyak substansi penting yang bertanggung jawab terhadap vitalitas lebah ratu. Hal ini menunjukkan bahwa RJ memiliki pengaruh baik bagi vitalitas tubuh manusia, misalnya sistem reproduksi. Analisis RJ yang dilakukan para peneliti menunjukkan bahwa di dalam RJ terdapat protein komplet, beberapa tipe gula alami, asam lemak tidak jenuh dan sejumlah enzim, kaya asam panthotenat, asam nukleat dan Vitamin B6. RJ merupakan sumber vitamin B komplet alami terbaik.

Komposisi zat gizi yang dikandungnya secara umum terdiri dari: 66% air, 12,34% protein, 5,46% lipida, 12,5% senyawa tereduksi, 0,82% mineral dan 2,82% senyawa yang belum teridentifikasi (Gojmerac, 1983). RJ mengandung vitamin-vitamin, gula, sterol, sejumlah asam lemak spesifik dan anti biotik berupa *asam 10-hidroksidekanoat*. Hasil pengamatan Okuda *et al.* (1998) memperlihatkan bahwa RJ juga mengandung substansi seperti insulin (*insulin-like*) yang bermanfaat bagi penderita diabetes mellitus dan hipertensi. Selain itu, RJ juga berefek positif bagi penderita gangguan penyerapan, simptom iklim dan anak-anak yang mengalami keterlambatan pertumbuhan (Chen, 1998).

RJ mengandung asam panthotenat enam kali lebih tinggi dari yang ditemukan dalam ragi dan hati. Asam panthotenat mampu meningkatkan lama hidup hewan laboratorium lebih dari 200% dan pada saat yang sama meningkatkan stamina dan *endurance*. Asam panthotenat merupakan antioksidan, sebuah substansi yang mampu mencegah oksidasi sel yang abnormal karena pengaruh radikal bebas. Vitamin B5 diperlukan dalam mengkonversi kolin menjadi asetil kolin pada neuro transmitter, yang mempengaruhi daya ingat, fokus mental dan reproduksi. Asam pantotenat juga berfungsi sebagai katalis untuk produksi dan pengeluaran hormon adrenal indispensabel. RJ mengandung 18-22 asam amino esensial.

RJ merupakan sumber vitamin B komplet yang baik, sehingga ia diperlukan untuk

hidup sehat dan sistem saraf. RJ bersifat antibiotik. RJ juga mengandung “faktor intrinsik” yakni sebuah ko-protein yang diperlukan dalam penyerapan vitamin B12 dan dibutuhkan dalam pembentukan sel darah merah dan sintesis DNA-RNA. RJ tidak mengandung vitamin A, D, E dan K. Namun ditemukan sedikit vitamin C. Substansi RJ yang lain adalah 2 substansi heterosiklik yaitu biopterin (25ug/g) dan neopterin (5 ug/g) berat segar. Kedua zat ini ditemukan di dalam makanan larva lebah pekerja. Substansi lain adalah beberapa nukleotida sebagai basa bebas (adenosin, uridin, guanosin, iridin dan sitidin), posfat AMP, ADP dan ATP, asetilkolin (1 ug/g) berat kering dan asam glukonat (0,6 ug/g berat segar).

Dengan komposisi nutrisi yang lengkap, RJ memiliki manfaat dalam: meningkatkan daya tahan tubuh, meningkatkan performans intelektual karena meningkatnya kapasitas pembelajaran dan daya ingat, memperbaiki kondisi mental, percaya diri, dan meningkatkan respon imunitas dan fungsi tubuh. Selain itu, RJ berguna sebagai tonik, sebagai stimulan, meningkatkan kesehatan secara umum, membantu penderita anoreksia (susah makan), memperbaiki kulit, meningkatkan nafsu seksual, menangkal influenza, meningkatkan resistensi tubuh dari penyakit yang disebabkan oleh virus, baik bagi penderita darah tinggi dan darah rendah, mencegah anemia, mencegah atherosklerosis, mencegah kolesterol, dan bermanfaat bagi penderita gangguan penyakit kronis.

B. Prospek Pengembangan Lebah Madu

Dengan memperhatikan konsumsi madu dan capaian produksi madu domestik, maka Rusfidra (2006a) menyatakan bahwa budidaya lebah madu memiliki prospek cerah di Indonesia. Setidaknya terdapat enam faktor pendukung, yaitu:

Pertama, Indonesia memiliki spesies lebah lokal yang adaptif dengan iklim tropis dan produksi madu cukup tinggi, seperti *A. cerana*, *A. dorsata* dan lebah impor *A. mellifera*. Ketiganya potensial sebagai lebah penghasil madu. *Kedua*, Indonesia merupakan negara agraris dengan luas daratan sekitar 200 juta hektar, terdiri dari hutan, perkebunan, tanaman pangan, hortikultura, semak belukar dan rumput. Iklim tropis dan keanekaragaman jenis tumbuhan tersebut memungkinkan tersedianya bunga sepanjang tahun. Di dalam bunga tanaman itulah terdapat nektar sebagai bahan pakan utama lebah. Tidak kurang 25.000 jenis tanaman berbunga tumbuh dan berbiak di Indonesia.

Ketiga, produksi madu domestik masih sangat rendah sehingga budidaya lebah madu sangat prospektif dikembangkan untuk memenuhi konsumsi dan kebutuhan industri farmasi dan kosmetik. Usaha perlebahan dapat dijadikan sebagai usaha yang menguntungkan bagi petani di perdesaan dan penduduk di sekitar hutan. Sejatinya, usaha perlebahan dapat dijadikan sebagai sumber pekerjaan. *Keempat*, budidaya lebah madu membutuhkan biaya produksi yang rendah, bahkan biaya pakannya nyaris nol (*zero feed cost*). Peternak tidak perlu menyediakan makanannya, karena lebah memiliki kemampuan yang luar biasa dalam mencari pakan. Budidaya lebah tidak membutuhkan lahan khusus, karena koloninya bisa diletakkan pada usaha pertanian yang sudah ada. Lebah mampu bersimbiosis mutualisma dengan tanaman. Lebah memerlukan nektar dari tanaman, sebaliknya tanaman perlu kehadiran lebah dalam membantu proses penyerbukan. Usaha perlebahan dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan masyarakat, sehingga dapat mengurangi angka kemiskinan.

Kelima, lebah menghasilkan produk yang sangat bermanfaat bagi kesehatan manusia. Madu, royal jelli, pollen, propolis, dan *venom* adalah produk lebah yang memiliki komposisi nutrisi yang lengkap dan bermanfaat bagi kesehatan manusia. Produk lebah dikenal memiliki nilai jual yang tinggi di pasaran. *Keenam*, usaha peternakan lebah hanya memerlukan sedikit keberanian dalam memulai usahanya. Sebenarnya, lebah merupakan serangga yang sangat jinak dan akrab dengan manusia, sepanjang ia merasa tidak terusik. Jadi, siapapun bisa mengembangkan ternak lebah.

C. Konsep Pengembangan Mutu Produk

Juran (1995) menyatakan bahwa mutu adalah "*fitness for use*" (kecocokan penggunaan). Meskipun singkat, definisi tersebut memberikan dua arah yang berbeda, yaitu Keistimewaan produk (*product features*) dan bebas defisiensi (*freedom from deficiencies*), seperti terlihat pada Tabel 3.1.

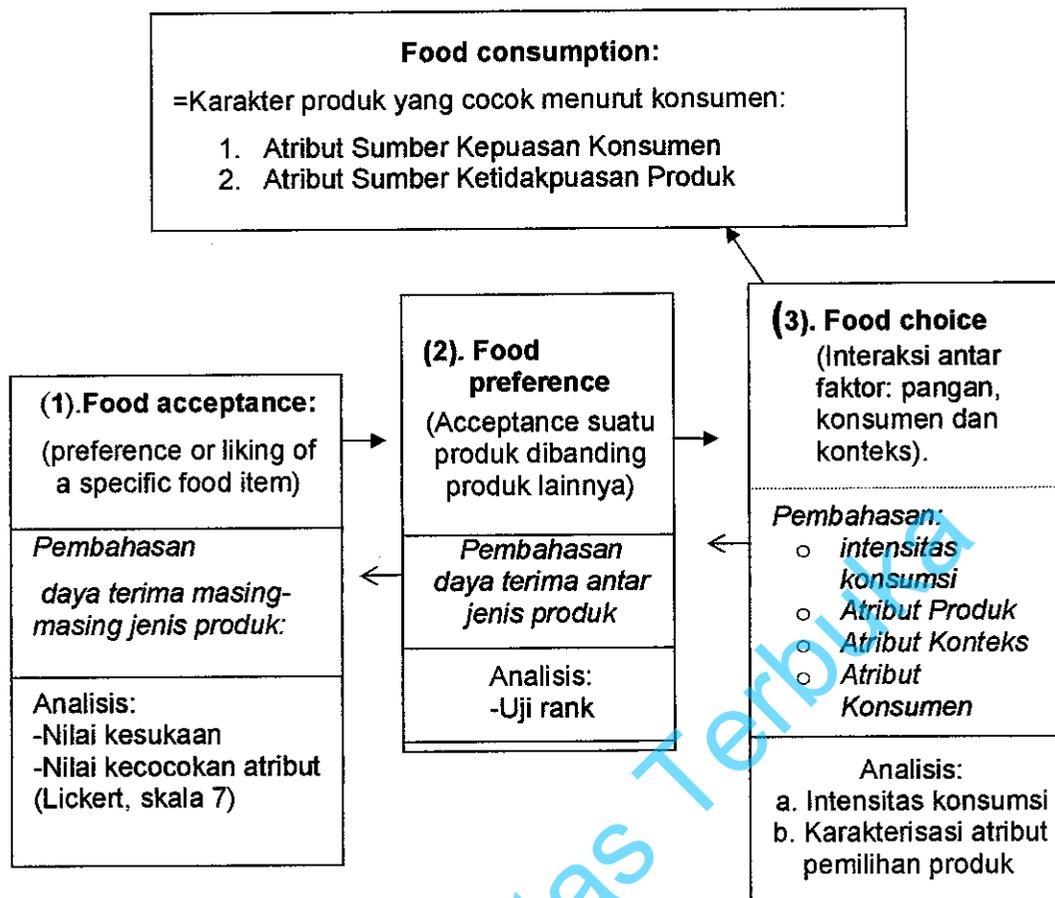
Tabel 3.1 Penjabaran definisi mutu menurut Juran (1995)

Keistimewaan produk	Bebas dari defisiensi
<p>Mutu yang lebih tinggi memungkinkan perusahaan untuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kepuasan konsumen • Membuat produk laku • Meningkatkan pangsa pasar • Memberikan pendapatan penjualan • Menjamin harga tinggi. <p>Dampak utama adalah pada penjualan. Biasanya mutu yang lebih tinggi menyebabkan biaya lebih besar. ↓</p> <p>Sumber atribut mutu kepuasan konsumen</p>	<p>Mutu yang lebih tinggi memungkinkan perusahaan untuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengurangi kesalahan, terbuang dan pekerjaan ulang. • Mengurangi ketidakpuasan konsumen • Mengurangi inspeksi dan pengujian • Meningkatkan hasil dan kapasitas • Memperbaiki kinerja pengiriman. <p>Dampak utama adalah pada biaya. Biasanya mutu yang lebih tinggi menyebabkan biaya lebih rendah. ↓</p> <p>Sumber atribut mutu ketidakpuasan konsumen</p>

D. Konsep eksplorasi atribut mutu sensori

Eksplorasi keterpilihan produk dapat dilakukan berdasarkan atas respons kognitif konsumen terhadap jenis produk, hal ini telah dijelaskan oleh Schutz (1996). Dalam hal ini, Schutz menyatakan ada perbedaan antara judgement *affective hedonik* dengan *affective cognitive*. Schutz mengungkapkan bahwa pada saat melakukan *hedonik judgement* semua jenis faktor menyumbangkan pengaruhnya; seperti faktor *apa yang dikonsumsi sebelumnya, faktor penyiapan tes, dan seluruh unsur kontekstual* pada waktu pelaksanaan tes tersebut sehingga berpeluang menciptakan tingkat heterogenitas yang tinggi antar responden. Sedangkan pada sisi tes afektif kognitif, tipe judgement yang diberikan panelis lebih berlandaskan budaya. Oleh karena itu responden melakukan judgementnya dengan cara yang lebih konsisten. Dalam hal ini, *affective cognitive judgement* berdasarkan apa yang lebih tipikal dan diterima oleh tradisi.

Untuk mengeksplorasi atribut mutu sensori pemilihan produk konsumen, Syukri (2003) telah menyusun konsep sebagaimana disajikan pada Gambar 2.1 berikut:



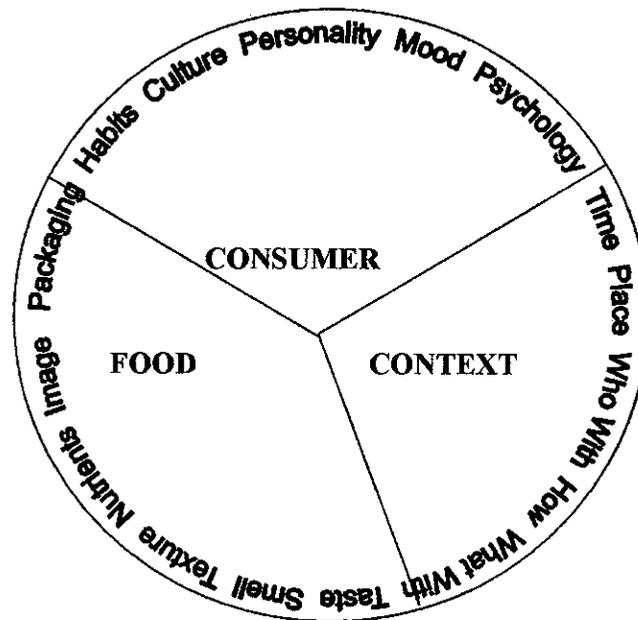
Gambar 2.1. Skema pembahasan karakterisasi atribut pilihan konsumen (Syukri, 2003).

Dari gambar 2.1 dapat dijelaskan sebagai berikut.

- (1). *Food acceptance* produk dapat menjelaskan kespesifikan atribut yang merepresentasikan karakter mutu produk, sesuai menurut konsumennya. Kuantifikasi daya terima (*acceptability*) dari suatu produk oleh praktisi manajemen perusahaan sangat penting untuk mengukur berapa nilai batas bawah yang layak bagi produk-produk yang akan dipasarkan. Menurut Resurreccion (1998), daya terima produk yang layak adalah produk dengan nilai kesukaan 6 dan 7 saja, sebab produsen tak akan mau memproduksi produk yang *hedonik acceptancenya*, oleh konsumen mendapat nilai skor "Agak suka" (nilai skor= 5) dalam skala 1 -7, apalagi yang lebih rendah dari itu.

- (2). *Food preference* untuk mengkonfirmasi ada keistimewaan atribut produk atas atribut produk kerupuk lainnya. Pembahasan keistimewaan jenis produk atau mutu produk diharapkan dapat untuk menunjukkan adanya karakteristik jenis produk yang spesifik. Sedangkan preferensi terhadap suatu merek dari produk sejenis, dapat digunakan sebagai bahan informasi spesifikasi teknis dari karakter atribut mutu dari jenis produk yang sama, dan sesuai menurut konsumennya.
- (3). *Food choice* adalah keterpilihan konsumen atas produk. *Food choice* dapat menjelaskan *food consumption*, yang pada penelitian ini digunakan parameter *intensitas konsumsi* (jumlah hari konsumsi per bulan dari setiap responden). Disamping itu, dalam membahas karakteristik pangan digunakan konsep Gains (1994) sebagaimana dijelaskan berikut ini.

Menurut Gains (1994) *food choice* adalah fenomena psikologis yang manifestasinya bersifat fisik dan mesti diinterpretasikan dalam kerangka teori perilaku *Personal Construct Theory*. Umumnya segala bentuk dari perilaku *foodchoice* adalah hasil dari interaksi tiga faktor : *pangan, konsumen, dan konteks* (situasi yang mempengaruhi di mana interaksi terjadi). Hal ini digambarkan oleh Gains seperti pada Gambar 2.2 Gambar ini menjelaskan pembahasan karakter atribut pemilihan produk berdasarkan karakteristik yang mengkonstruksi mutu. Mutu terkonstruksi karena adanya interaksi 3 hal berikut: *pertama, adanya kebutuhan. Kedua, relevannya kebutuhan tersebut dengan konsumennya, dan ketiga, aspek kontekstual* atau situasi dan kondisi yang mempengaruhi penggunaan produk. Sesuai dengan hal tersebut, karakter mutu pemilihan produk akan dibahas melalui penentuan atribut-atribut representatif atas ketiga karakter mutu, sebagai hal berikut:



Gambar 2.2. Skema representasi dari faktor-faktor yang mempengaruhi *food choice* (Gains, 1994)

Keterangan:

- ❑ *Food* (Atribut produk):
Membahas tentang karakter mutu produk yang seperti apa yang *dibutuhkan* konsumen
- ❑ *Consumer* (Atribut konsumen):
Membahas tentang adanya *relevansi* dari atribut kegunaan/penggunaan produk. Atribut konsumen menjelaskan fungsi atau kegunaan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- ❑ *Context* (Atribut konteks):
Membahas *situasi-kondisi* terjadinya penggunaan produk, yaitu: *untuk siapa, dengan apa, kapan, di mana dan bagaimana*.

Karakter *food choice* adalah adanya atribut sumber kepuasan produk yang direspons konsumen. Penelitian tentang hal ini akan menentukan atribut mana yang representatif atas tiga faktor karakter mutu. Hasil analisa akan menentukan atribut mana yang ditentukan menjadi *atribut mutu sensori pemilihan produk*. Karakter mutu sensori pemilihan produk ditentukan berdasarkan nilai kecocokan atribut rata-rata dari nilai populasi pengamatan. Dengan penskoran, didapat atribut mutu sensori pemilihan produk yang layak sebagai *the most preferable attributes*.

III. METODA PENELITIAN

A. WAKTU DAN TEMPAT

Penelitian ini direncanakan berlangsung mulai bulan April 2007 sampai dengan Desember 2007. Wilayah pengambilan data dalam penelitian ini adalah mencakup wilayah kota Jakarta, Bogor, Tangerang dan Bekasi.

B. PENGUMPULAN DATA

Penelitian dilakukan dengan cara survey. Responden dipilih secara *purposive*. Responden adalah orang yang sering mengonsumsi madu. Jumlah responden ditetapkan sebanyak 150 orang yang dikelompokkan atas: tiga kelas sosial masyarakat berdasarkan tempat tinggal, masing-masing 50 orang dengan batasan sebagaimana kategori strata sosial yang telah dilakukan Syukri (2004), sebagai berikut:

- a. *Kelas Atas*, responden bertempat tinggal di wilayah perumahan elit/real estate atau responden yang memiliki perlengkapan setara dengan responden perumahan elit.
- b. *Kelas menengah*, responden bertempat tinggal di kompleks perumahan BTN.
- c. *Kelas bawah*, adalah kategori penduduk yang tinggal dengan kondisi rumah dan lingkungan sederhana di wilayah Jabotabek yang padat dengan akses jalan gang.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner, sebagaimana terlampir pada Lampiran 1. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung dengan responden. Wawancara dilakukan dengan melakukan kunjungan ke rumah responden. Untuk

memperoleh hasil wawancara yang baik, ditentukan dalam satu hari hanya dilakukan 2 -3 wawancara.

Dalam pengambilan sampel dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi tempat adanya tiga tipe domisili responden (elit, menengah dan bawah) di kota Jakarta, Bogor, Tangerang dan Bekasi dan sekitarnya yang akan dikunjungi.
- b. Dilakukan pengambilan sampel responden masing-masing 50 orang dari tiga tipe domisili. Porsi sebaran usia dan jenjang pendidikan terakhir diusahakan proporsional.

Selain melaksanakan wawancara di rumah reponden, juga dilakukan pengamatan merek dan jenis madu yang dibeli oleh responden tersebut.

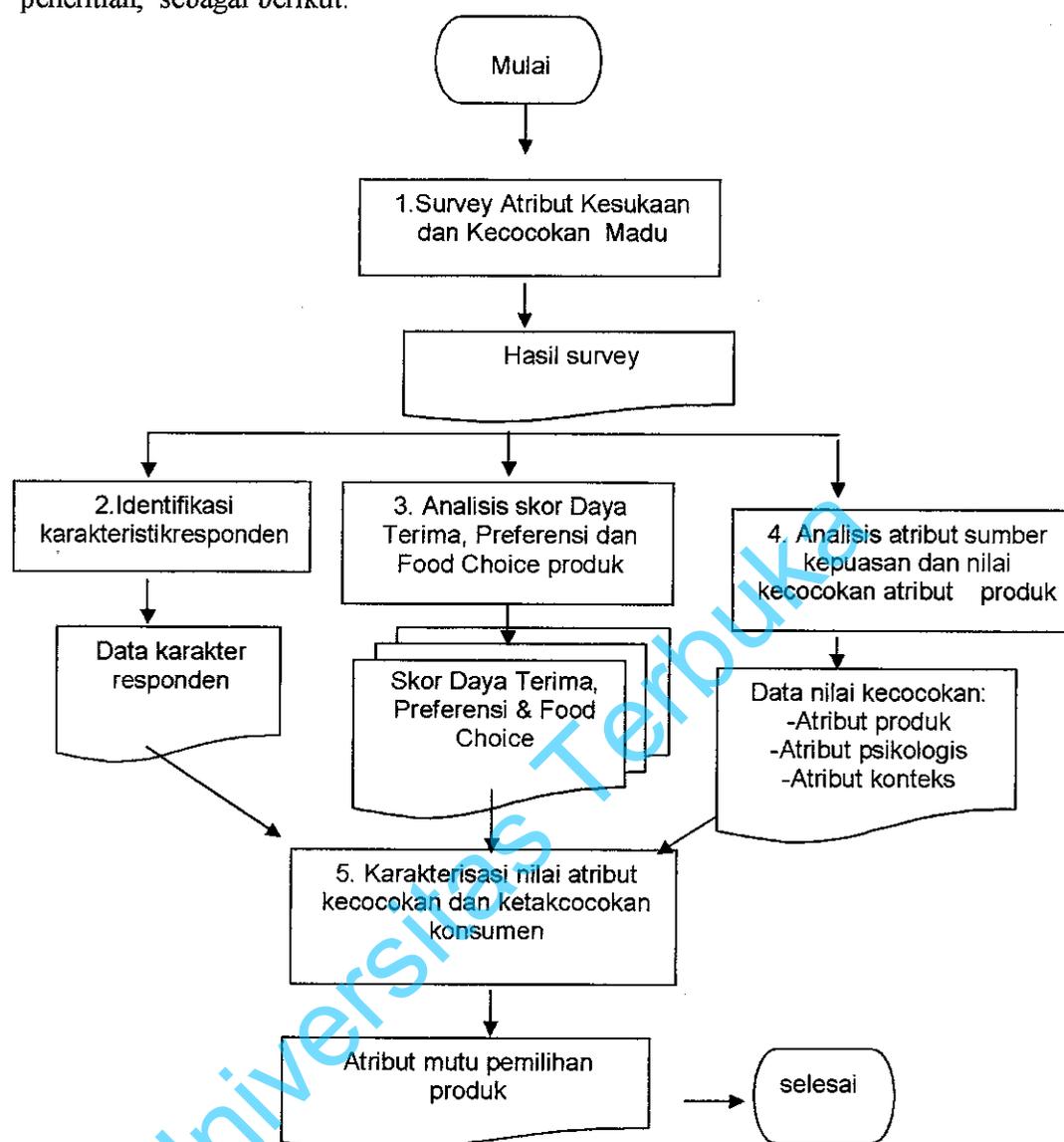
C. PROSEDUR PELAKSANAAN

Penelitian dilakukan dalam dua tahap, sebagai berikut.

Tahap I adalah melakukan identifikasi faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya konsumsi madu. Penelitian tahap I ini bertujuan membuat deskripsi konsumsi madu responden berdasarkan karakteristik demografis dan sosioekonomis konsumen madu.

Tahap II adalah adalah penelitian preferensi, daya terima dan karakterisasi mutu penerimaan madu oleh konsumen

Keseluruhan proses penelitian dijelaskan dalam diagram alir pelaksanaan penelitian, sebagai berikut:



Gambar 3.1 . Diagram alir pelaksanaan penelitian

D. PENGAMATAN

Pembahasan Karakterisasi mutu madu dalam penelitian ini berfokus pada faktor mana yang representatif atas tiga faktor yang menkonstruksi mutu. Karakterisasi ini dilakukan berdasarkan *Personal Construct Theory*, yang

melandaskan bahwa mutu terkonstruksi dalam tiga faktor, yaitu *needs*, *relevans* dan *context*. Ketiga faktor ini diadopsi oleh Gains (1994) sebagai faktor yang merepresentasikan keterpilihan produk pangan (*foodchoice*) oleh konsumen, yaitu faktor *pangan* (*needs*); *konsumen* (*relevansi*) dan *kontekstual* dalam konsumsi. Dalam penelitian ini, ketiga faktor tersebut akan diidentifikasi berdasarkan 43 atribut yang disusun dalam kuesioner, sebagaimana terlihat pada Tabel 3.2.

Sistematika pembahasan terurai dalam empat tahapan atau pendekatan sebagai berikut.

1. Demografi responden dan pola konsumsi madu
2. Daya terima madu
 - a. Analisis perbedaan *food acceptance* dan *foodchoice* dari tiga kelas sosial dilakukan dengan analisis ragam dan Tuckey test (HSD).
 - b. Kategorisasi atau atau pengelompokan nilai kesukaan menggunakan nilai skala 7 Lickert dan penentuan skor sebagai berikut.
 - i. Produk madu yang mencapai skor $>5,5 - 7,0$: disimpulkan sebagai sebagai produk yang mencapai skor atau nilai “sangat suka” atau mencapai kelayakan mutu pasar (sangat layak mutu konsumen)
 - ii. Daya terima produk madu yang mencapai Skor $>4,5 - 5,5$: disimpulkan sebagai sebagai produk yang mencapai skor atau nilai “suka” atau mengindikasikan *layak pasar* (karena mendapat respons disukai konsumen)

iii. Daya terima produk madu yang mencapai Skor $< 4,5$:
disimpulkan sebagai sebagai produk yang mencapai skor atau nilai
“kurang suka” atau mengindikasikan belum *mendapat respons*
positif oleh pasar atau agak disukai atau diterima konsumen.

3. Preferensi

Penentuan preferensi dari masing-masing strata sosial dengan mengukur rank total sebagai berikut:

Ranking total = $\Sigma (W_i \times V_i)$, di mana

W_i = Rank i

V_i = frekuensi dari rank i (ranking = 1,2,.. n)

Uji beda dari ranking didapat adalah dengan menggunakan Tabel Basker (Resureccion, 1998, hal 243)

4. Karakterisasi atribut mutu

Atribut mutu pilihan konsumen madu ditentukan dengan cara menganalisis skor atribut masing-masing dari nilai rata-rata kecocokan atribut. Batasan yang digunakan dalam karakterisasi atribut sebagai berikut:

- a. Atribut yang mencapai skor $>5,5 - 7$: ditentukan sebagai atribut kepuasan konsumen akan produk (skor yang mengkonfirmasi bahwa rata-rata konsumen menilai sangat cocok atau ditentukan sebagai *atribut kepuasan konsumen*).
- b. Atribut yang mencapai Skor $4,5 - 5,5$: ditentukan sebagai *atribut atribut kecocokan atau penunjang kepuasan konsumen*.

Parameter penelitian Tahap I terdiri dari karakteristik demografi dan karakteristik sosioekonomi. Karakteristik demografi terdiri dari faktor domisili, umur, jenis kelamin dan pendidikan terakhir dari responden. Sedangkan karakteristik sosioekonomi terdiri dari aspek pendapatan perbulan dan jumlah beli madu. Untuk lebih jelasnya faktor-faktor tersebut dapat dilihat kuesioner pada Lampiran 1.

Parameter pengamatan dalam penelitian Tahap II adalah sebagai berikut:

- a. Daya terima (acceptance) dari dari jenis madu yang diemukan dalam penelitian.

Pengukuran dilakukan terhadap nilai kesukaan dengan menggunakan skala

Lickert 1 – 7, disajikan pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Nilai Skala Pengamatan yang digunakan

	Nilai kesukaan	Nilai kecocokan atribut	Tingkat keluhan terhadap atribut
	Sangat tidak suka	Tak pernah cocok	Tak ada sama sekali
	Tidak suka	Tidak cocok	Tak ada
	Agak tidak suka	Kurang cocok	Jarang ada
	Biasa/ netral	Netral/tak berpendapat	Netral/ tak berpendapat
	Agak suka	Agak cocok	Agak Sering
	Suka	Cocok	Sering
	Sangat suka	Selalu cocok	Selalu Ada

- Daya terima = skor rata-rata nilai kesukaan masing-masing jenis madu.

- b. Preferensi jenis madu dan merek madu.

Preferensi jenis madu diukur berdasarkan ranking konsumsi responden terhadap masing-masing jenis madu. Nilai ranking preferensi masing-

masing kelas sosial didapat dari nilai ranking total dari masing-masing kelas sosial .

Preferensi merek madu diukur berdasarkan ranking konsumsi responden terhadap masing-masing merek produk dari masing-masing jenis madu.

c. *Food choice* (pilihan konsumsi)

Parameter *food choice* dihitung berdasarkan intensitas konsumsi madu, yaitu jumlah hari konsumsi per bulan dari ketiga jenis madu (jumlah hari konsumsi /bulan).

E. DAFTAR PERTANYAAN (KUESIONER).

Kuesioner disusun dari atribut-atribut yang diduga merepresentasikan ke tiga faktor *food choice*, baik atribut kecocokan maupun atribut ketidakcocokan konsumen. Tiga faktor pemilihan produk ini berlandaskan pada teori Gains (1994) bahwa *pilihan konsumen (food choice)* adalah hasil dari interaksi ketiga faktor: *konsumen, pangan dan konteks*.

Atribut-atribut yang ditanyakan dalam kuesioner dapat dilihat pada Tabel 3.2, .
Daftar kuesioner secara rinci dapat dilihat pada Lampiran 1.

Tabel 3.2. Daftar pertanyaan identifikasi atribut kecocokan konsumen madu

FAKTOR	ATRIBUT	NOMOR /KUESIONER
1 KONSUMEN	keterpilihan produk, acceptance dan preference	1 = suka/tidak madu
		2 = khasiat madu
		3 = tkt. kesukaan pd madu
		4 = tkt. sering mengkonsumsi
		5a = merek sering konsumsi
		5b = tempat beli
		5c = intensitas konsumsi/bln.
	Habits	1 = menu sehari-hari
		2 = meningkatkan kesehatan
3 = menambah tenaga & vitalitas		
4 = dapat menyembuhkan....		
5 = bila sedang kerja keras		
psikologi/mood	6 = bila ada keinginan makan	
2. PRODUK	penampakan	7 = kental
		8 = tidak keruh
		9 = bebas partikel tubuh & sarang lebah
	Sediaan yang biasa Anda konsumsi	10 = berupa selai/ jam dari madu
		11 = dalam paket jamu
		12 = dalam susu formula
	Warna	13 = putih
		14 = krem
		15 = coklat muda s.d coklat
		16 = coklat tua s.d kehitaman
		17 = terasa manis dan kental
		18 = ada rasa kental dan manis.....
		19 = ada rasa.....
		20 = ada aroma.....
Gizi dan kesehatan	21 = mengandung vitamin...	
	22 = mengandung mineral.....	
	23 = mengandung zat fungsional.....	
	24 = berkhsiat menyembuhkan..	
3. KONTEKS	tersedia	25 = hanya didapat di sentra produksi
		26 = di jual di toko khusus/tertentu
		27 = di toko makanan dan supermarket
	Waktu	28 = sarapan
		29 = makan siang
		30 = makan malam
	tempat	31 = di rumah
		32 = di warung jamu
		33 = di tempat cafetaria
		34 = di restoran
	dengan apa mengkonsumsi	35 = jamu
		36 = kuning telur
		37 = susu berformula madu
		38 =(sebutkan)
Untuk siapa	39 = untuk anak	
	40 = untuk remaja	
	41 = untuk dewasa	
Penggunaan	42 = dalam minuman	
	43 = diramu dengan kuning telur	

D. ANALISIS DATA

Pengolahan data baik pada Tahap I dan Tahap II menggunakan software SPSS versi 10.1

Penelitian Tahap I.

Data penelitian Tahap I diulas secara deskriptif. data disajikan dalam bentuk prosentase, nilai minimal dan maksimal.

Penelitian Tahap II

Pada penelitian Tahap II dilakukan analisis sebagai berikut:

1. Eksplorasi data.

Sebelum data dianalisa, dilakukan pengecekan kesalahan pada tahap pengisian, untuk menguji ketakkonsistenan pengisian, maupun pada tahap pemasukan data ke komputer. Proses pengecekan kesalahan data dilakukan dengan menggunakan fasilitas eksplorasi dan distribusi frekuensi data dari program SPSS.

Dari data frekuensi dapat dihasilkan (a). nilai distribusi frekuensi, (b) nilai ranking dari foodchoice, serta (c) distribusi nilai acceptance responden terhadap atribut mutu sensori madu.

2. Analisis perbedaan

Analisis perbedaan food acceptance dan foodchoice dari tiga kelas sosial dilakukan dengan analisis ragam dan Tuckey test (HSD).

3. Analisis ranking untuk uji preferensi

Penentuan preferensi dari masing-masing strata sosial dengan mengukur rank total sebagai berikut:

Ranking total = $\Sigma (W_i \times V_i)$, di mana

W_i = Rank i

V_i = frekuensi dari rank i (ranking = 1,2,.. n)

Uji beda dari ranking didapat adalah dengan menggunakan Tabel Basker (Resureccion, 1998, hal 243)

4. Karakterisasi atribut mutu sensori madu

Atribut mutu pilihan konsumen madu ditentukan dengan cara menganalisis skor atribut masing-masing dari nilai rata-rata kecocokan atribut. Batasan yang digunakan dalam karakterisasi atribut sebagai berikut:

- Atribut yang mencapai skor $>5,5 - 7$: ditentukan sebagai atribut keterterimaan (skor konfirmasi konsumen menilai suka sampai sangat suka) atau merupakan atribut kepuasan konsumen.
- Atribut yang mencapai Skor $4,5 - 5,5$: ditentukan sebagai atribut penunjang sumber kepuasan konsumen.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Demografi Responden

- Tempat tinggal data personal (nama, alamat, kelas usia pendidikan dan pendapatan) dari 150 orang responden dapat dilihat pada Lampiran 2. Sebaran wilayah tempat tinggal responden berdasarkan kelas sosial disajikan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Jumlah responden menurut strata sosial dan sebaran wilayah tempat tinggal.

Strata sosial	Sebaran wilayah (Kelurahan dan Kecamatan)	Jumlah Responden
1. Kelas Bawah	Bogor:	17
	Kab Tangerang: Pamulang, Ciputat	30
	Jakarta Pusat	2
	Jakarta Timur	1
	Jakarta Selatan	0
2. Kelas Menengah	Bogor:	17
	Kab Tangerang: Pamulang, Ciputat	26
	Jakarta Pusat	2
	Jakarta Timur	2
	Jakarta Selatan	3
3. Kelas Atas	Bogor:	21
	Kab Tangerang: Pamulang, Ciputat	18
	Jakarta Pusat	0
	Jakarta Timur	1
	Jakarta Selatan	10
Total Responden		150

Tabel 4. 1 menunjukkan bahwa tempat tinggal responden dari ke tiga strata sosial tersebar di wilayah Kota dan Kabupaten Bogor, Kabupaten Tangerang dan Wilayah Jakarta Pusat, Jakarta Selatan dan Jakarta Timur. Batasan kelas bawah adalah responden dengan karakteristik wilayah tempat tinggalnya merupakan kawasan yang padat penduduk atau perkampungan padat. Kelas menengah adalah responden dengan karakteristik wilayah tempat tinggalnya merupakan kompleks perumahan dimana akses ke wilayah kediaman penduduk yang lebih baik

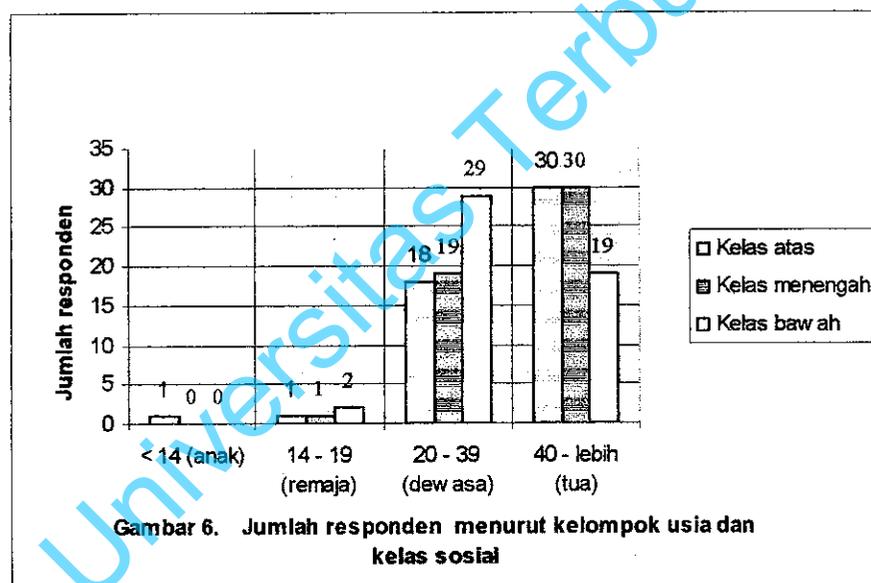
daripada kelas bawah, sedangkan kelas sosial atas bertempat tinggal di perumahan elit atau *real estate*.

2. Jenis kelamin,

Dari total responden (150) responden pria berjumlah 103 orang. Mereka terdiri dari 32 orang kelas bawah, 7 orang dari kelas menengah dan 34 orang dari kelas atas. Sedangkan responden wanita berjumlah 47 orang. Mereka terdiri dari 18 orang dari kelas bawah, 13 dari kelas menengah dan 16 dari kelas atas.

3. Usia

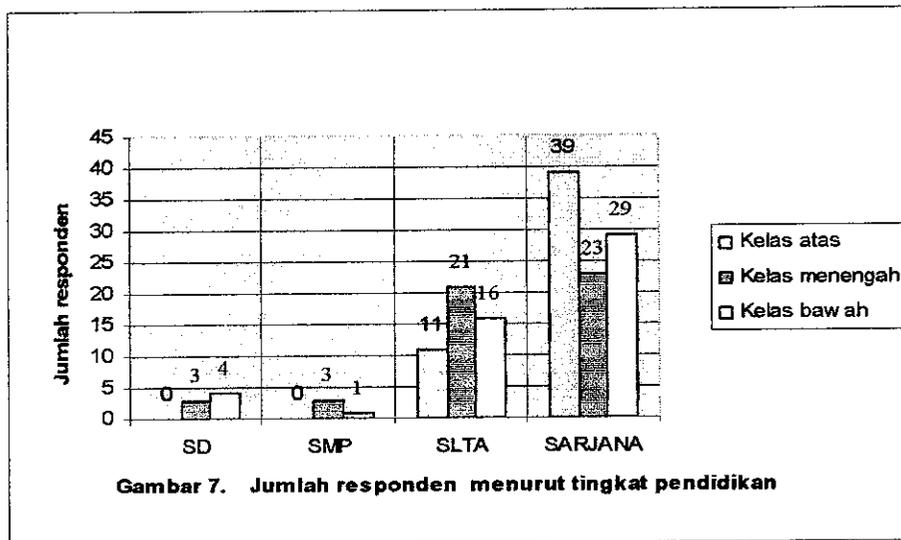
Gambar 4.1 menunjukkan histogram sebaran usia responden dalam setiap kelas sosial.



Dari Gambar 4.1 terlihat bahwa pada ketiga kelas sosial responden tersebut, sekitar setengahnya adalah dari kelompok usia dewasa (20 – 39 tahun).

4. Tingkat pendidikan

Sebaran tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 4.2 menunjukkan bahwa kelas sosial bawah pada umumnya mempunyai tingkat pendidikan yang lebih rendah (SD dan SMP). Sedangkan kelas atas mempunyai tingkat pendidikan yang lebih tinggi (SLTA dan PT).

5. Tingkat pendapatan

Tabel 4.2 berikut menyajikan perbedaan pendapatan dari responden yang dikategorisasi kelas sosialnya.

Tabel 4.2. Rata-rata Pendapatan Responden berdasarkan Kelas Sosial

Srata sosial	Rata-rata Pendapatan (Rp)
Kelas bawah	695.000
Kelas menengah	875.000
Kelas atas	2.750.000

Data rata-rata pendapatan menunjukkan ketiga kelas sosial tingkat penghasilannya berbeda, sebagaimana tersaji pada tabel 4.2. Khusus untuk kelas sosial atas, penghasilan rata-rata relatif sangat tinggi yaitu sebesar Rp. 2.750,000,-

, dibandingkan kedua kelas sosial lainnya. Penghasilan yang tinggi tersebut menunjukkan tingkat daya beli yang tinggi pula.

B. Pola Konsumsi Madu

1. Khasiat Madu Menurut Responden

Bagaimana khasiat madu menurut responden akan mempengaruhi pola konsumsinya. Pada Tabel 4.3 disajikan pendapat responden per kelas sosial tentang khasiat madu.

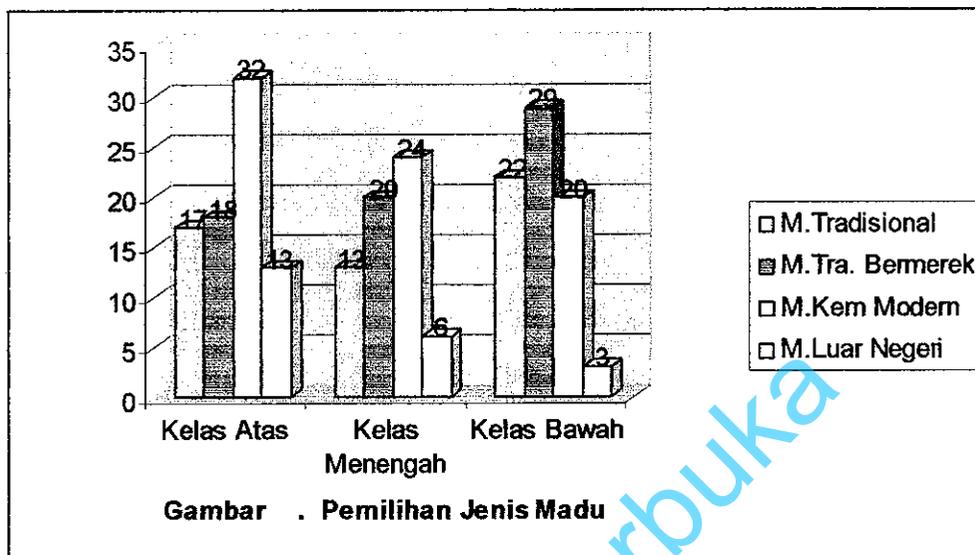
Tabel 4.3. khasiat madu menurut strata sosial

Khasiat Madu	Strata Sosial						Total	
	Kelas bawah		Kelas menengah		Kelas atas			
	N	%	N	%	N	%	N	%
Meningkatkan kesehatan	11	7.3	9	6	9	6.0	29	19,4
Meningkatkan stamina dan energi	9	6	12	8	15	10.0	36	24.0
Menghilangkan keletihan, menyegarkan, tambah bugar	9	6	9	6	5	3.6	23	15.3
Gairah seksual	7	4.6	3	2	3	2.0	13	8.6
Obat turun panas, sariawan, bibir pecah	8	5.3	13	8,7	9	6.0	30	20.0
Kurang Terasa	2	1.3	0	0	4	2.6	6	4.0
Lain-lain: antioksidan, antibiotik, maag dsb	4	2.7	4	2,6	5	3.7	13	8.7
Jumlah	50	33.3	50	33,3	50	33.4	150	100.0

Dari Tabel 4.3 terlihat bahwa (menurut responden), terdapat 4 jenis khasiat utama dari madu yaitu meningkatkan stamina dan energi (24% responden), mengobati panas/turun panas, sariawan dan bibir pecah-pecah (20 %), meningkatkan kesehatan (19,4%), dan menghilangkan keletihan atau menyegarkan/menambah kebugaran (15,3%).

2. Madu Pilihan Konsumen

Gambar 8 berikut menjelaskan tentang perhatian strata sosial terhadap merek madu yang dibeli.



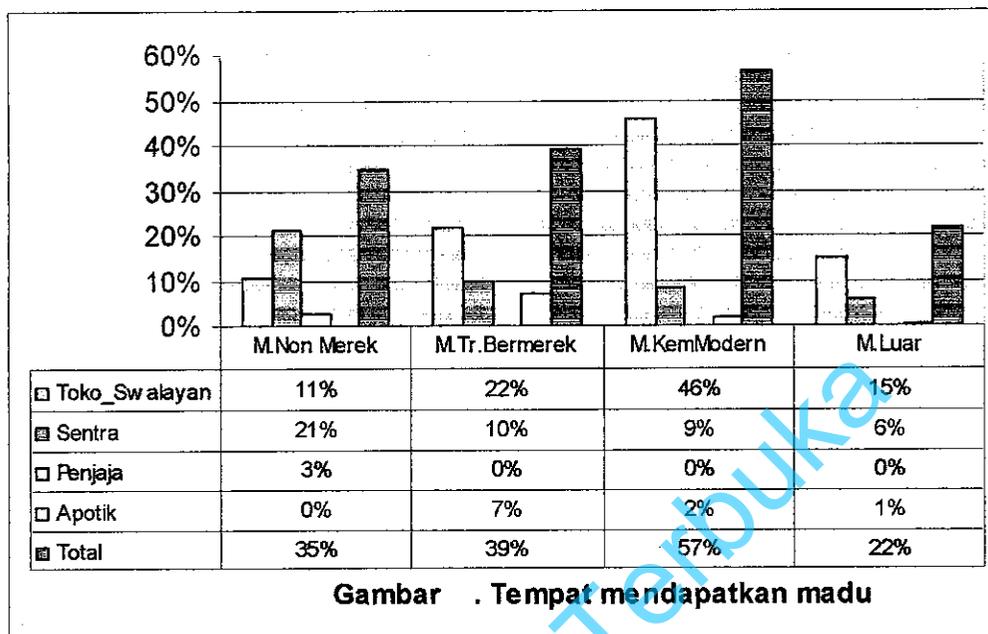
Keterangan : Total Responden (N) 150 orang dan jumlah responden per kelas 50 orang

Gambar 4.3 memperlihatkan grafik dan jumlah responden yang memilih setiap kategori madu berdasarkan kelas sosial. Secara keseluruhan diketahui bahwa jenis madu yang paling disukai atau dikonsumsi adalah "madu yang berkemasan modern" (50,6% responden). Terbanyak kedua adalah madu tradisional bermerek (44,6%). Terbanyak ketiga adalah "madu tradisional Non merek" (34,6%), sedangkan "madu luar negeri" termasuk jarang dikonsumsi oleh responden (14,6%).

Bila dilihat dari aspek strata sosial, secara umum, mayoritas responden dari "kelas sosial atas" memilih "madu kemasan modern" (64%) .

3. Pangsa Pasar Madu dan Sumber Mendapatkannya

Gambar 4.4 berikut menjelaskan tentang cara konsumen mendapatkan atau tempat membeli madu.



Gambar 4.4 menggambarkan tentang prosentase responden membeli madu berdasarkan kategori serta tempat membeli madunya. Dalam hal ini setiap konsumen bisa mengkonsumsi lebih dari satu macam kategori madu yang ditanyakan dalam penelitian ini. Berdasarkan pangsa pasar, tergambar bahwa ranking pangsa pasar madu terbesar adalah "madu kemasan modern", dimana 57% dari responden, yang membeli kategori madu ini. Urutan ranking pangsa pasar kedua, yaitu "madu tradisional bermerek" (39%). Urutan ketiga adalah "madu non-merek" (35%) dan keempat adalah madu luar negeri (22%).

Berdasarkan tempat mendapatkan madu dan kategori madu yang konsumen beli sebagai berikut. Pemasaran atau tempat pembelian madu terbanyak oleh responden adalah di toko dan di pasar swalayan dengan kategori *madu kemasan modern* sebagai

kategori produk mayoritasnya. Dalam hal ini, pembelian kategori madu ini di toko dan pasar swalayan mencapai 46% dari responden. Untuk kategori madu tradisional bermerek dan kategori madu luar negeri, terlihat pola tempat pemasaran utamanya adalah juga di toko dan di pasar swalayan. Dalam hal ini terlihat berbeda untuk kategori madu non merek dalam pola pemasarannya, dimana mayoritas responden membelinya pada sentra produksi madu tersebut.

C. Daya Terima (Acceptability)

Daya terima rata-rata dari masing-masing strata sosial terhadap kategori madu non merek, madu tradisional bermerek, madu berkemasan moderen dan Madu Luar Negeri disajikan pada Tabel 4.4, sedangkan hasil sidik ragam dan uji beda nyata disajikan pada Lampiran 3. Tabel 4.4. Daya terima berdasarkan nilai skor kesukaan rata-rata kategori madu menurut strata sosial (Dalam skala 1- 7)

Dari Tabel 4.4 terlihat daya terima rata-rata terhadap madu non merek berbeda nyata ($p < 0,05$) antara kelas bawah dengan kelas menengah dan kelas atas. Sedangkan antara kelas menengah dengan kelas atas tidak berbeda nyata ($p < 0,05$). Daya terima madu non merek tertinggi pada kelas bawah adalah dengan skor kesukaan rata-rata sebesar 5,02. Angka ini adalah angka daya terima tertinggi bagi madu non merek, dan menunjukkan bahwa madu non merek ternyata paling diterima oleh kelas bawah. Namun bila dinilai secara nilai skor madu ini mendapat nilai skor *agak suka* (berada dalam range $>4,6$ dan $< 5,5$). Khusus bagi kelas atas nilai skor madu non merek adalah *kurang suka* (berada dalam range $<4,6$).

Tabel 4.4 Skor daya terima madu berdasarkan Strata sosial dan kategori madu

Kategori Madu	Strata Sosial			Skor Umum
	Kelas bawah	Kelas menengah	Kelas atas	
Madu Non Merek	5,02a	4,74b	4,36b	4,71
Madu Trad. Bermerek	4,58a	4,74a	4,68a	4,67
Madu Berkemasan Modern	4,88a	4,80a	5,08a	4,92
Madu Luar Negeri	3,84a	4,36b	4,52b	4,27

Catatan: Angka yang diikuti oleh huruf yang sama tidak berbeda nyata ($p < 0,05$)

Terhadap madu tradisional bermerek dan madu kemasan modern terlihat pola daya terima yang sama oleh semua kelas sosial. Dalam hal ini, ketiga kelas sosial mempunyai daya terima rata-rata yang tidaklah berbeda nyata terhadap madu tradisional bermerek maupun madu kemasan modern.

Bila dianalisis dari nilai skor, juga kedua kategori madu ini bernilai skor *agak suka*. menunjukkan daya terima umumnya terhadap madu tradisional bermerek berada di dalam rentang nilai skor *agak suka*. Nilai skor kelas menengah adalah tertinggi, dimana nilai skor rata-rata kesukaan sebesar 4,74. Skor kelas atas sebesar 4,67. Mungkin kategori madu tradisional bermerek yang biasa dikonsumsi masing-masing kelas adalah produk dengan mutu yang berbeda. Hal ini disebabkan karena tempat pembelian yang berbeda, seperti telah diuraikan sebelumnya.

D. Preferensi Madu

Hasil uji preferensi kategori madu dan uji beda preferensi menurut strata sosial dapat dilihat pada Tabel 4.5 dan 4.6, sedangkan rincian uji preferensi dilampirkan pada Lampiran 4.

Tabel 4.5. Preferensi kategori madu menurut strata sosial.

Strata sosial	Preferensi konsumsi			
	1	2	3	4
Kelas Atas:	M. Kem Modern	M.Tra. Bermerk	M. Non Mrek	Madu LN
Kelas menengah:	M. Trad. Bermerk	M.Kem Modern	M. Non Mrek	Madu LN
Kelas bawah:	M. Non Merk	M.Kem Modern	M.Trad Bermerk	Madu LN

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa masing-masing kelas sosial berbeda dalam preferensi madu yang dikonsumsinya. Bagi kelas sosial atas preferensi pertama adalah madu kemasan modern. Preferensi kedua dan ketiga bagi kelas atas adalah madu tradisional bermerek dan madu non merek. Hal ini sesuai dengan hasil uji daya terima, dimana daya terima kelas atas adalah pada madu kemasan modernlah yang tertinggi (nilai daya terimanya 5,08).

Tabel 4.6. Uji beda ranking terbobot preferensi kategori madu menurut strata sosial

Strata sosial	Madu Non Merek	Madu Trad Bermerek	Madu Kemasan Modern	Madu luar Negeri
Kelas atas	136bc	110ab	90a	161c
Kelas menengah	108a	99a	108a	189b
Kelas bawah	101a	108a	107a	187b

Catatan: Angka yang diikuti oleh huruf yang sama tidak berbeda nyata ($p < 0,05$).

Bagi kelas menengah preferensi pertama adalah pada madu kemasan tradisional bermerek. Hal ini sesuai dengan hasil uji daya terima, dimana daya terima kelas menengah adalah pada madu tradisional bermerek yang tertinggi (nilai daya terimanya 4,74). Sedangkan madu kemasan modern dan madu non merek adalah preferensi kedua dan ketiga.

Bagi kelas bawah preferensi pertama adalah madu non merek. Madu kemasan modern dan madu tradisional bermerek adalah preferensi kedua dan ketiga bagi kelas bawah. Hal ini sesuai dengan hasil uji daya terima, dimana daya terima kelas bawah adalah pada madu kemasan non merek yang tertinggi (nilai daya terimanya 5,02). Sedangkan bagi semua kelas sosial madu luar negeri adalah preferensi keempat.

E. KARAKTERISASI MUTU PRODUK MADU

Sebagaimana telah dibahas pada Tinjauan Pustaka definisi mutu yang dirumuskan oleh para pakar mutu dewasa ini, adalah bahwa mutu berfokus pada azas *market driven*. Dalam hal ini, mutu berbicara tentang seberapa sesuai produk tersebut dengan yang dibutuhkan konsumen (Juran, 1999).

Mengenai evaluasi sensori, Resurreccion (1998) mengungkapkan bahwa: Pada semua kegiatan evaluasi sensori terkandung satu tujuan bagi industri pangan, yaitu : meningkatkan mutu. Dari aspek sensori utamanya adalah berbicara tentang usaha memperbaiki penampakan, flavor, dan tekstur *seperti yang dikehendaki oleh konsumen, sehingga mampu meningkatkan keterpilihan produk, yang diterjemahkan dengan faktor meningkatnya kuantitas produk yang dibeli konsumen.*

Dalam studi karakterisasi atribut mutu pemilihan produk oleh konsumen ini, karakteristik mutu produk dalam hal ini adalah nilai (skor) atribut-atribut. Karakterisasi mutu berdasarkan kuantifikasi nilai atribut kecocokan konsumen dengan analisis rank dari nilai (skor kecocokan atribut-atribut oleh konsumen. Mutu adalah preferensi atribut yang tertinggi (*the most preferable attributes*) diterjemahkan oleh Juran sebagai karakter keistimewaan produk (*produk features*). Kaidah identifikasi karakteristik madu dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- Atribut sumber kepuasan konsumen adalah atribut-atribut produk mencapai skor 5,6 – 7 (dari skala Lickert 1 sampai 7) dari nilai kecocokan konsumen terhadap atribut-atribut yang diteliti. Komponen atribut yang mencapai skor nilai tertinggi merupakan parameter faktor keterpilihan konsumen.
- Atribut penunjang sumber kepuasan konsumen adalah atribut yang mencapai skor 4,6 – 5,5.
- Atribut disebut mendapat respons positif saja adalah yang mendapat skor 4,1 – 4,5 .
- Atribut dengan Skor $<4,0$: merupakan atribut negatif atau atribut yang tidak disukai, karena berada dalam kelas kurang atau tidak disukai konsumen.

1. Karakteristik Mutu Madu Non Merek

Karakteristik mutu kategori madu dibahas dalam tiga aspek (Gains, 1994), yaitu

a). Relevansi mengkonsumsi menurut atribut psikologis konsumen b).

Karakteristik mutu menurut atribut produk, c). kecocokan karakteristik kontekstual mengkonsumsi madu tersebut.

a). *Relevansi mengkonsumsi madu non merek*

Atribut konsumen merupakan sumber analisis atas faktor yang menentukan apa relevansinya bagi konsumen mengkonsumsi madu. Data yang disajikan pada Tabel 4.7a menunjukkan bahwa madu non merek terbesar relevansinya untuk kelas bawah dan kelas menengah, dimana utamanya relevansi mengkonsumsi madu bagi kedua strata sosial ini adalah berdasarkan tiga atribut penunjang kepuasan. Dalam hal ini, **konsumen kelas bawah** mengkonsumsi madu kategori non merek adalah untuk *pembangkit tenaga* (skor 5,38), *menambah sehat* (5,28) dan untuk *menyembuhkan* (5,04) dari sakit. Bagi **konsumen kelas menengah** mengkonsumsi madu non merek ini utamanya adalah untuk *menambah sehat* (skor 5,20) *pembangkit tenaga* (skor 5,12), dan untuk *menyembuhkan* (4,60) dari sakit. Lebih spesifik ini dijelaskan oleh Tabel 4.3, bahwa penyakit yang paling cocok untuk disembuhkan dengan madu ini adalah sakit panas, sariawan dan bibir pecah-pecah.

Sedangkan bagi **konsumen kelas atas**, kurang relevansi mengkonsumsi madu kategori non merek. Hanya ada satu atribut, yaitu aspek *menyembuhkan* (skor 4,60). Lemahnya alasan kelas atas mengkonsumsi madu non merek sesuai dengan hasil analisis daya terima (Tabel 4.4) dan hasil analisis preferensi (tabel 4.6),

bahwa baik daya terima maupun preferensi kelas atas dibanding kelas bawah dan kelas menengah atas madu non merek memang signifikan lebih rendah .

Secara keseluruhan, relevansi mengkonsumsi madu non merek menurut strata sosial dapat dilihat pada Tabel 4.7a di bawah ini. Hasil analisis data terlampir pada Lampiran 5.

Tabel 4.7a Rank dan skor kecocokan atribut konsumen dari kategori madu non merek per strata sosial

	Kelas atas		Kelas menengah		Kelas bawah	
Rank:	Atribut	Skor	Atribut	Skor	Atribut	Skor
1	Menyembuhkan	4,60	Penambah sehat	5,20	Pembangkit tenaga/vitalitas	5,38
2	Pembangkit tenaga/vitalitas	<4,60	Pembangkit tenaga/vitalitas	5,12	Penambah sehat	5,28
3	Penambah sehat	<4,60	Menyembuhkan	4,60	Menyembuhkan	5,04
4	Bila bekerja berat	<4,60	Bila bekerja berat	<4,60	Menu harian	<4,60
5	Menu harian	<4,60	Menu harian	<4,60	Bila bekerja berat	<4,60
6	Konsumsi sesuai mood	-	Konsumsi sesuai mood	-	Konsumsi sesuai mood	-

Dari skor atribut yang tersaji pada Tabel 4.7a ditemukan bahwa dari seluruh atribut yang diuji tidak ditemukan atribut yang mencapai atribut sumber kepuasan konsumen (skor diatas 5,60). Temuan dalam hal ini mencapai nilai atribut penunjang kepuasan konsumen (skor 4,60 – 5,50).

b). Karakteristik mutu produk madu non merek

Karakteristik mutu menurut atribut produk dapat dilihat pada Tabel 4.7b di bawah ini.

Tabel 4.7b. Ranking dan skor kecocokan atribut produk madu non merek per strata sosial

Atribut Produk	Kelas atas		Kelas menengah		Kelas bawah	
	Atribut	Skor	Atribut	Skor	Atribut	Skor
<i>Bentuk fisik</i>						
1	Kental/tdk encer	<4,60	Kental/tdk encer	4,84	Kental/tdk encer	5,04
2	Homogen/tdk. keruh	<4,60	Homogen/tdk. Keruh	4,78	Homogen/tdk. keruh	4,62
3	Bebas dr partikel	<4,60	Bebas dr partikel	<4,60	Bebas dr partikel	<4,60
<i>Rasa</i>						
1	Manis dan kental	4,62	Manis dan kental	<4,60	Manis dan kental	5,26
2	Agak pahit	-	Agak pahit	-	Agak pahit	-
3	Agak asam	-	Agak asam	-	Agak asam	-
<i>Kem/sajian</i>						
1	Paket jamu	<4,60	Paket jamu	4,66	Paket jamu	4,76
2	Berbentuk jam	-	Berbentuk jam	<4,60	Berbentuk jam	<4,60
3	Ingridien susu	-	Ingridien susu	-	Ingridien susu	-
<i>Warna</i>						
1	coklat	-	Coklat	-	coklat	<4,60
2	Krem	-	Krem	-	krem	<4,60
3	Hitam/gelap	-	Hitam/gelap	-	Hitam/gelap	-
4	Putih	-	Putih	-	putih	-
<i>Gizi</i>						
1	berkhasiat	<4,60	Bervitamin	4,70	berkhasiat	4,80
2	bervitamin	<4,60	Berkhasiat	<4,60	bervitamin	4,76
3	beminerat	<4,60	Beminerat	<4,60	beminerat	<4,60
<i>Tekstur</i>						
1	Kental,pekat	-	Kental,pekat	-	Kental,pakat	<4,60

Karakteristik produk berupa *bentuk fisik, rasa, kemasan/sajian, warna, gizi* dan *tekstur* madu. Terlihat bahwa atribut utama adalah *rasa madu*, yang paling kuat direspons oleh

konsumen kelas bawah, yaitu rasa madu yang *manis dan kental*. Skor untuk kelas bawah bagi atribut ini mencapai 5,26. Hal ini sesuai dengan atribut bentuk fisik yang yang paling disukai juga adalah *kental dan tidak encer* (skor 5,04) untuk konsumen kelas bawah dan kemudian untuk kelas menengah skor utamanya juga atribut ini (skor 4,84) . Di samping itu, konsumen kelas bawah dan menengah juga sangat dipengaruhi oleh tingkat homogenitas atau ketidak-keruhan madu dengan skor 4,62 dan 4,78 untuk masing-masing konsumen kelas bawah dan menengah. Konsumen kelas atas tidak tergantung atau tidak terpengaruhi oleh tingkat kekentalan dan homogenitas/ketidak-keruhan madu. Ini ditunjukkan oleh nilai skor kelas atas dalam hal ini lebih kecil dari 4,60 bagi kedua atribut tersebut.

Karakter produk lainnya yang juga sama pentingnya bagi kelas bawah adalah kandungan gizi madu, utamanya *berkhasiat* (4,80) dan *bervitamin* (4,70). Untuk kelas menengah faktor gizi adalah atribut *bervitamin* (4,70).

c). *karakteristik kontekstual*

Menurut Gains (1994), faktor ketiga yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengkonsumsi madu adalah karakteristik konteks dari madu tersebut yang meliputi **ketersediaan, waktu konsumsi, tempat, dengan apa, untuk siapa, dan pemakaian madu**. Nilai atribut kontekstual secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 4.7c di bawah ini.

Bagi kelas bawah karakteristik kontekstual mengkonsumsi madu utamanya adalah mengkonsumsinya secara bersamaan dengan *jamu* (skor 5,29), bagi orang *dewasa* (5,24) dan anak (4,96). Madu utamanya dikonsumsi pada *malam hari* (4,71).

Tabel 4. 7c. Ranking dan skor kecocokan Atribut Kontekstual madu madu non merek per strata sosial

Atribut Konteks	Kelas atas		Kelas menengah		Kelas bawah	
Rank	Atribut	Skor	Atribut	Skor	Atribut	Skor
Ketersediaan						
1	Jarang ada	-	Jarang ada	4,80	Jarang ada	<4,60
2	Di sentra	-	Di sentra	<4,60	Di sentra	<4,60
Waktu						
1	Malam	<4,60	Malam	4,62	Malam	4,71
2	Sarapan	<4,60	sarapan	<4,60	sarapan	<4,60
3	Siang	-	siang	-	siang	-
Tempat						
1	Di rumah	4,68	Di rumah	4,98	Di rumah	5,18
2	Warung	<4,60	warung	-	warung	-
3	Tempat olah raga	-	Tempat olah raga	-	Tempat olah raga	-
Dengan apa						
1	Jamu	<4,60	Jamu	4,64	Jamu	5,29
2	Telur	<4,60	telur	<4,60	telur	<4,60
3	Susu	<4,60	susu	<4,60	susu	-
Untuk siapa						
1	Dewasa	4,76	dewasa	5,04	dewasa	5,24
2	Remaja	4,64	Remaja	4,86	anak	4,96
3	Anak	<4,60	orang.sakit	4,72	o.sakit	4,82
4	orang.sakit	<4,60	anak	4,60	remaja	4,80
Pemakaian						
1	Telur kocok	<4,60	Telur kocok	<4,60	Telur kocok	<4,60
2	Bentuk jam	-	Bentuk jam	<4,60	Bentuk jam	<4,60

Bagi kelas menengah karakteristik kontekstual mengkonsumsi madu utamanya adalah untuk orang *dewasa* (5,04), *remaja* (4,86) dan *bila sedang sakit* (4,72). Selain itu, tempat mengkonsumsinya *di rumah* (4,98). Waktu mengkonsumsi pada *malam* hari (4,62). bersama dengan *jamu* (skor 4,64) juga masih sebagai atribut penunjang kepuasan, walau kurang begitu penting seperti

pada konsumen kelas bawah. Namun, kelas menengah ada halangan dalam aspek dimana mendapatkan jamu (4,80) non merek yang diinginkan mereka.

Bagi kelas atas hanya terdapat dua atribut kontekstual pemakaian jamu non merek, yaitu utamanya untuk orang dewasa dan mengkonsumsinya di rumah.

2. Karakteristik mutu kategori madu tradisional bermerek

Hasil penelitian "karakteristik mutu kategori madu tradisional bermerek" terbagi ke dalam tiga kelompok yaitu a). Relevansi mengonsumsi madu non merek berdasarkan kegunaan menurut strata sosial. b). Relevansi mengonsumsi madu non merek berdasarkan kecocokan dari segi karakteristik fisik madu sebagai produk, c). Relevansi mengonsumsi madu non merek berdasarkan kecocokan dari segi karakteristik kontekstual dari madu.

a). Relevansi mengonsumsi madu tradisional bermerek

Atribut konsumen merupakan sumber analisis atas faktor yang menentukan apa relevansinya bagi konsumen mengonsumsi madu. Hasil secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 4.8a di bawah ini. Sedangkan hasil analisis data terlampir pada Lampiran 5b.

Tabel 4.8a. Rank dan skor kecocokan atribut konsumen madu tradisional bermerek per strata sosial

atribut konsumen	Kelas atas		Kelas menengah		Kelas bawah		
	Rank	Atribut	Skor	Atribut	Skor	Atribut	Skor
	1	Menyembuhkan	4,62	Penambah sehat	4,84	Pembangkit tenaga/vitalitas	4,76
	2	Pembangkit tenaga/vitalitas	4,79	Pembangkit tenaga/vitalitas	4,78	Penambah sehat	4,80
	3	Penambah sehat	4,64	Menyembuhkan	<4,60	Menyembuhkan	<4,60
	4	Bila bekerja berat	<4,60	Bila bekerja berat	<4,60	Menu harian	<4,60
	5	Menu harian	<4,60	Menu harian	<4,60	Bila bekerja berat	<4,60
	6	Konsumsi sesuai mood	-	Konsumsi sesuai mood	-	Konsumsi sesuai mood	-

Data yang disajikan pada Tabel 4.8a menunjukkan bahwa **konsumen kelas bawah** mengkonsumsi madu kategori tradisional bermerek adalah untuk *pembangkit tenaga* (skor 4,76) dan *penambah sehat* (4,80). Bagi **konsumen kelas menengah** mengkonsumsi madu tradisional bermerek adalah untuk *penambah sehat* (skor 4,84) dan *pembangkit tenaga* (skor 4,78). Sedangkan bagi **konsumen kelas atas** mengkonsumsi madu lebih memiliki relevansi terhadap *penambah sehat* (skor 4,64), *pembangkit tenaga/vitalitas* (4,79) dan *menyembuhkan* (skor 4,62).

b). Karakteristik mutu produk madu tradisional bermerek

Bila dihubungkan dengan karakteristik produk berupa *bentuk fisik, rasa, kemasan/sajian, warna, gizi* dan *tekstur* madu tradisional bermerek, terlihat bahwa karakteristik **rasa** madu yang paling kuat direspons **konsumen kelas bawah** adalah *rasa madu yang manis dan kental* dengan skor 4,70 dan *berkhasiat* (skor 4,60). Untuk **konsumen kelas menengah**, atribut penentu yang cukup dominan adalah

kental dan tidak encer dengan skor 4,62. Konsumen kelas atas hanya dipengaruhi oleh atribut manis dan kental, dengan skor 4,60. Hasil secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 4.8b di bawah ini.

Tabel 4.8b. Ranking dan skor kecocokan atribut produk madu tradisional bermerek per strata sosial

Atribut Produk	Kelas atas		Kelas menengah		Kelas bawah	
	Atribut	Skor	Atribut	Skor	Atribut	Skor
<i>Bentuk fisik</i>						
1	Kental/tdk encer	<4,60	Kental/tdk encer	4,62	Kental/tdk encer	<4,60
2	Homogen/tdk. Keruh	<4,60	Homogen/tdk. keruh	<4,60	Homogen/tdk. Keruh	<4,60
3	Bebas dr partikel	<4,60	Bebas dr partikel	<4,60	Bebas dr partikel	<4,60
<i>Rasa</i>						
1	Manis dan kental	4,60	Manis dan kental	4,32	Manis dan kental	4,70
2	Agak pahit	-	Agak pahit	-	Agak pahit	-
3	Agak asam	4,34	Agak asam	-	Agak asam	-
<i>Kem/sajian</i>						
1	Paket jamu	4,40	Paket jamu	4,44	Paket jamu	4,28
2	Berbentuk jam	4,14	Berbentuk jam	4,04	Berbentuk jam	-
3	Ingridien susu	4,10	Ingridien susu	4,00	Ingridien susu	-
<i>Warna</i>						
	Coklat	4,52	coklat	-	Coklat	4,24
	Krem	4,30	krem	-	Krem	4,20
	Hitam/gelap	-	Hitam/gelap	4,02	Hitam/gelap	4,24
	Putih	-	putih	-	Putih	-
<i>Gizi</i>						
	berkhasiat	<4,60	berkhasiat	<4,60	Berkhasiat	4,60
	bervitamin	<4,60	bervitamin	<4,60	Bervitamin	<4,60
	beminerat	<4,60	beminerat	<4,60	Beminerat	<4,60
<i>Tekstur</i>						
	Pekat	-	pekat	-	Pekat	<4,60

Secara umum konsumen kelas atas tidak terlalu terpengaruh oleh atribut-atribut mutu madu tradisional bermerek karena nilai dari masing-masing karakteristik madunya lebih kecil dari 4,60.

c). karakteristik kontekstual

Atribut lain yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengkonsumsi madu tradisional bermerek adalah karakteristik konteks dari madu tersebut yang meliputi **ketersediaan, waktu konsumsi, tempat, dengan apa, untuk siapa, dan pemakaian madu.**

Bagi kelas bawah karakteristik kontekstual mengkonsumsi madu tradisional bermerek *bagi orang dewasa* dengan skor 4,71 dan bagi orang sakit dengan skor 4,61.

Bagi kelas menengah karakteristik kontekstual mengkonsumsi madu tradisional bermerek adalah untuk orang *dewasa* dengan skor 4,70. Sedangkan bagi konsumen kelas atas, karakteristik kontekstual mengkonsumsi madu tradisional bermerek adalah sarapan dengan skor 4,68 dengan tempat di rumah (skor 4,74), untuk orang dewasa (4,86), untuk anak-anak (4,68), untuk remaja (4,60), dan untuk orang sakit (4,64). Hasil secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 4.8c di bawah ini.

Tabel 4.8c. Ranking dan skor kecocokan atribut kontekstual madu tradisional bermerek

Atribut Produk	Kelas atas		Kelas menengah		Kelas bawah	
	Atribut	Skor	Atribut	Skor	Atribut	Skor
Ketersediaan	Jarang	4,02	Di sentra	3,68	Jarang	4,13
	Di sentra	3,98	Jarang	3,88	Di sentra	4,14
Waktu						
1	Malam	4,50	Malam	4,28	Malam	4,33
2	Sarapan	4,68	Sarapan	4,04	sarapan	4,14
3	Siang	4,06	Siang	3,46	siang	3,73
Tempat						
1	Di rumah	4,74	Di rumah	4,58	Di rumah	4,49
2	Warung	4,14	Warung	3,66	warung	3,86
3	Tempat olah raga	3,92	Tempat olah raga	3,42	Tempat olah raga	3,43
Dengan apa						
1	Jamu		Jamu	4,40	Jamu	4,02
2	Telur	4,10	Telur	4,38	telur	4,02
Untuk siapa						
1	Dewasa	4,86	Dewasa	4,70	dewasa	4,71
2	Anak	4,68	Anak	4,48	anak	4,31
3	Remaja	4,60	Remaja	4,58	remaja	4,43
4	o.sakit	4,64	o.sakit	4,50	o.sakit	4,61
Pemakaian						
1	Telur kocok	4,50	Telur kocok	4,48	Telur kocok	4,02
2	Bentuk jam	4,14	Bentuk jam	4,10	Bentuk jam	4,02

3. Karakteristik mutu kategori madu berkemasan modern

Hasil penelitian "karakteristik mutu kategori madu berkemasan modern" terbagi ke dalam tiga kelompok yaitu a). Relevansi mengkonsumsi madu berkemasan modern berdasarkan kegunaan menurut strata sosial. b). Relevansi mengkonsumsi madu berkemasan modern berdasarkan kecocokan dari segi karakteristik fisik madu sebagai produk, c). Relevansi mengkonsumsi madu berkemasan modern berdasarkan kecocokan dari segi karakteristik kontekstual dari madu.

a). Relevansi mengkonsumsi madu berkemasan modern

Atribut konsumen merupakan sumber analisis atas faktor yang menentukan apa relevansinya bagi konsumen mengkonsumsi madu. Penelitian menemukan bahwa bahwa dari seluruh atribut yang diuji tidak teridentifikasi atribut yang mencapai atribut sumber kepuasan konsumen (skor diatas 5,60), tetapi hanya mencapai nilai sebagai atribut penunjang kepuasan konsumen (skor 4,60 – 5,50).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa madu kemasan modern terbesar relevansinya untuk kelas atas. dimana utamanya relevansi mengkonsumsi madu bagi kedua strata sosial ini adalah berdasarkan tiga atribut penunjang kepuasan. Dalam hal ini, konsumen kelas bawah mengkonsumsi madukemasan modern ini adalah untuk *menambah sehat* (5,17) *pembangkit tenaga* (skor 5,07), dan untuk *menyembuhkan* (4,85) dari sakit.

Bagi konsumen kelas menengah mengkonsumsi madu kemasan modern adalah untuk *menambah sehat* (skor 4,64) saja.

Bagi konsumen kelas atas, karakteristik aspek kegunaan madu yang sering menjadi pertimbangan konsumen kelas atas ini dalam mengkonsumsi madu adalah karakteristik kegunaan madu berupa Penambah sehat (skor 5,17) Pembangkit tenaga/vitalitas (5,07), Menyembuhkan (4,85), dan Menu harian (4,61). Hasil secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 4.9a di bawah ini, sedangkan hasil analisis data terlampir pada Lampiran 5c.

Tabel 4.9a Rank dan skor kecocokan atribut konsumen dari kategori madu berkemasan modern per strata sosial

Karakteristik konsumen	Kelas atas		Kelas menengah		Kelas bawah	
	Atribut	Skor	Atribut	Skor	Atribut	Skor
1	Penambah sehat	5,17	Penambah sehat	4,64	Penambah sehat	4,86
2	Pembangkit tenaga/vitalitas	5,07	Pembangkit tenaga/vitalitas	<4,60	Pembangkit tenaga/vitalitas	4,71
3	Menyembuhkan	4,85	Menyembuhkan	<4,60	menyembuhkan	4,69
4	Menu harian	4,61	Bila bekerja berat	<4,60	Bila bekerja berat	<4,60
5	Bila bekerja berat	<4,60	Menu harian	<4,60	Menu harian	<4,60
6	Konsumsi sesuai mood	-	Konsumsi sesuai mood	-	Konsumsi sesuai mood	-

b). Karakteristik mutu produk madu berkemasan modern

Bila dihubungkan dengan karakteristik produk berupa *bentuk fisik, rasa, kemasan/sajian, warna, gizi dan tekstur* madu berkemasan modern, terlihat bahwa karakteristik madu yang paling kuat direspons konsumen kelas bawah adalah

Kental/tdk encer (skor 4,73), Homogen/ tidak keruh (4,67), Manis dan kental (4,86), berkhasiat (4,88), bervitamin (4,76), Kental & pekat (4,88). Cukup menarik pengaruh karakteristik madu berkemasan modern terhadap konsumen kelas menengah, dimana, konsumen kelas menengah tidak terpengaruhi oleh karakteristik fisik madu berkemasan modern. Sedangkan konsumen kelas atas dipengaruhi oleh karakteristik kental/tdk encer (skor 5,00), Homogen/ tidak keruh (5,32) , Manis dan kental (5,34), berkhasiat (5,05), bervitamin (5,12), dan bemineral (5,07). Hasil penelitian secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 4.9b di bawah ini.

Universitas Terbuka

Tabel 4.9 b. Ranking dan skor kecocokan atribut produk madu berkemasan modern perstrata sosial

Atribut Produk	Kelas atas		Kelas menengah		Kelas bawah	
	Atribut	Skor	Atribut	Skor	Atribut	Skor
<i>Bentuk fisik</i>						
1	Kental/tdk encer	5,00	Kental/tdk encer	4,38	Kental/tdk encer	4,73
2	Homogen/tdk. keruh	5,32	Homogen/tdk. keruh	4,57	Homogen/tdk. keruh	4,67
3	Bebas dr partikel		Bebas dr partikel		Bebas dr partikel	
<i>Rasa</i>						
1	Manis dan kental	5,34	Manis dan kental	4,48	Manis dan kental	4,86
2	Agak pahit	3,27	Agak pahit	3,48	Agak pahit	3,27
3	Agak asam	3,37	Agak asam	3,64	Agak asam	3,53
<i>Kem/sajian</i>						
	Paket jamu	3,95	Paket jamu	4,22	Paket jamu	4,43
	Berbentuk jam	3,88	Berbentuk jam	3,93	Berbentuk jam	3,94
	Ingridien susu	3,73	Ingridien susu	4,07	Ingridien susu	3,67
<i>Warna</i>						
	coklat	4,20	coklat	4,24	coklat	4,00
	Krem	5,12	krem	4,31	krem	3,67
	Hitam/gelap	3,68	Hitam/gelap	3,74	Hitam/gelap	3,47
	Putih	3,10	putih	3,79	putih	3,24
<i>Gizi</i>						
	berkhasiat	5,05	berkhasiat	4,43	berkhasiat	4,88
	bervitamin	5,12	bervitamin	4,59	bervitamin	4,80
	beminerat	5,07	beminerat	4,28	beminerat	4,57
<i>Tektur</i>						
	Kental,pekat	3,66	Kental,pekat	4,19	Kental,pekat	4,88

c). *karakteristik kontekstual*

Atribut lain yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengkonsumsi madu berkemasan modern adalah karakteristik konteks dari madu tersebut yang meliputi **ketersediaan, waktu konsumsi, tempat, dengan apa, untuk siapa, dan pemakaian madu.**

Bagi kelas bawah karakteristik kontekstual mengkonsumsi madu berkemasan modern adalah *bagi orang dewasa* dengan skor 4,98 dan bagi anak-anak (4,80), bagi remaja (4,90) dan orang sakit dengan skor 4,88, serta "di rumah" dengan skor 4,68.

Bagi kelas menengah karakteristik kontekstual mengkonsumsi madu berkemasan modern adalah "dengan jamu" dengan skor 4,78, "bagi orang dewasa" (4,84), dan "bagi remaja" (4,64).

Konsumen kelas atas dalam mengkonsumsi madu berkemasan modern lebih dipengaruhi oleh karakteristik "dikonsumsi malam hari" dengan skor 4,68 dan "sarapan" (4,98), dan "dikonsumsi di rumah" (5,78). Untuk siapa madu cocok untuk dikonsumsi? Konsumen kelas atas cenderung mengatakan bahwa madu sangat cocok dan dianjurkan untuk semua kalangan karena berdasarkan data penelitian, konsumen kelas atas mengatakan bahwa madu cocok dan dianjurkan untuk "orang dewasa" dengan skor 5,50, anak-anak (5,15), remaja (5,17) dan untuk orang sakit (5,24).

Tabel 4.9 c. Rank dan skor kecocokan Atribut Kontekstual madu madu berkemasan modern per strata sosial

Atribut Produk	Kelas atas		Kelas menengah		Kelas bawah	
	Atribut	Skor	Atribut	Skor	Atribut	Skor
Ketersediaan	Jarang	4,12	Jarang	3,57	jarang	3,53
	Di sentra		Di sentra	4,22	Di sentra	3,90
Waktu						
1	Malam	4,68	Malam	4,41	Malam	3,42
2	Sarapan	4,98	sarapan	4,22	sarapan	4,38
3	Siang	4,12	Siang	3,71	siang	3,42
Tempat						
	Di rumah	5,78	Di rumah	4,78	Di rumah	4,68
	Warung	3,39	warung	3,73	warung	3,86
	Tempat olah raga	3,15	Tempat olah raga	3,72	Tempat olah raga	3,24
Dengan apa						
1	Jamu	4,00	Jamu	4,09	Jamu	4,12
2	Telur	3,93	Telur	4,10	telur	4,08
Untuk siapa						
1	Dewasa	5,50	dewasa	4,84	dewasa	4,98
2	Anak	5,15	Anak	4,38	anak	4,80
3	Remaja	5,17	Remaja	4,64	remaja	4,90
4	o.sakit	5,24	o.sakit	4,53	o.sakit	4,88
Pemakaian						
1	Telur kocok	4,20	Telur kocok	4,02	Telur kocok	4,09
2	Bentuk jam	4,12	Bentuk jam	4,03	Bentuk jam	3,90

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Khasiat Madu dan Madu yang disukai. Masyarakat (dicerminkan dari responden penelitian) telah mengetahui manfaat atau khasiat dari madu, diantaranya adalah meningkatkan stamina dan energi; mengobati panas/turun panas, sariawan dan bibir pecah-pecah; meningkatkan kesehatan; dan menghilangkan keletihan atau menyegarkan/menambah kebugaran. Untuk itu masyarakat memilih madu yang sesuai dengan selera. Jenis madu yang terbanyak yang dipilih masyarakat ternyata "madu yang berkemasan modern", terbanyak kedua "madu tradisional bermerek", terbanyak ketiga "madu tradisional Non merek", dan madu yang belum populer di kalangan masyarakat kita adalah "madu luar negeri". Sebagian besar madu non-merek diperoleh oleh masyarakat langsung di sentra produksi madu non-merek tersebut, sedangkan madu tradisional bermerek dan madu berkemasan modern secara umum mereka dapatkan di pasar swalayan. Walaupun masih dikonsumsi dalam jumlah yang relatif sedikit oleh masyarakat, madu import dari luar negeri umumnya didapatkan masyarakat di pasar swalayan. Secara keseluruhan, madu umumnya didapatkan masyarakat di pasar swalayan.

Daya Terima (Acceptability) madu. Daya terima rata-rata terhadap madu non merek berbeda nyata ($p < 0,05$) antara kelas bawah dengan kelas menengah dan kelas atas, dimana daya terima madu non merek tertinggi terletak pada kelas bawah dengan skor kesukaan rata-rata sebesar 5,06. Sebaliknya, madu non-merek tidak begitu populer dalam masyarakat konsumen kelas menengah dan

atas. Sedangkan daya terima madu non-merek antara kelas menengah dengan kelas atas tidak berbeda nyata ($p < 0,05$).

Tingkat kesukaan (Preferensi) madu. Tingkat kesukaan konsumen terhadap madu ternyata ditentukan oleh berbagai karakteristik yang dimiliki oleh madu tersebut, dalam hal ini *madu non-merek, madu tradisional bermerek, madu berkemasan modern, dan madu impor* dari luar negeri. Madu impor tidak dianalisa dalam penelitian ini karena madu tersebut ternyata belum begitu populer dalam masyarakat, yang ditunjukkan oleh data, dimana masih relatif sangat sedikitnya masyarakat yang mengkonsumsi madu impor tersebut.

MADU NON-MERKEK.

Madu non-merek di kalangan konsumen kelas bawah. Karakteristik mutu madu non merek yang sering dipertimbangkan oleh **konsumen kelas bawah** dalam mengkonsumsi madu non-merek adalah karakteristik madu sebagai *pembangkit tenaga, penambah sehat* dan sebagai *penyembuh* dari sakit. Karakteristik fisik madu yang sangat disukai oleh konsumen kelas bawah adalah *manis dan kental, kental dan tidak encer, dan* tingkat homogenitas yang tinggi dan tidak keruh. Konsumen kelas bawah mengkonsumsi madu bersama-sama atau dicampur dengan *jamu* dan lebih senang mengkonsumsi madu pada malam hari. Mereka juga mengatakan bahwa madu bagus untuk *dewasa* dan anak.

Madu non-merek di kalangan konsumen kelas menengah. Bagi konsumen kelas menengah, karakteristik madu non-merek yang sering menjadi pertimbangan dalam mengkonsumsi madu adalah karakteristik madu sebagai *penambah kesehatan, pembangkit tenaga, dan faktor penyembuhan penyakit.*

Mereka juga mengatakan bahwa madu sangat cocok untuk penyembuh sakit panas, sariawan dan bibir pecah-pecah. Bagi kelas menengah, karakteristik kontekstual mengkonsumsi madu utamanya adalah untuk orang *dewasa, remaja* dan *bila sedang sakit*. Selain itu, tempat mengkonsumsinya *di rumah* dan pada *malam* hari. Konsumsi madu dicampur dengan *jamu* masih sebagai atribut penunjang kepuasan di kalangan konsumen menengah.

Madu non-merek di kalangan konsumen kelas atas. Bagi konsumen kelas atas, karakteristik madu non merek yang sering menjadi pertimbangan atau alasan dalam mengkonsumsi madu adalah madu sebagai *penyembuhkan penyakit*. Bagi kelas atas hanya terdapat dua atribut kontekstual pemakaian jamu non merek, yaitu utamanya untuk orang dewasa dan mengkonsumsinya di rumah. Karakteristik lain dari madu tidak berpengaruh pada konsumen kalangan atas karena skornya di bawah 4,60.

MADU TRADISIONAL BERMEREK.

Madu tradisional bermerek di kalangan konsumen kelas bawah. Konsumen kelas bawah mengkonsumsi madu tradisional bermerek adalah untuk *pembangkit tenaga, penambah kesehatan*. Karakteristik fisik yang terkandung dalam madu berkemasan modern yang menjadi pertimbangan bagi konsumen kelas bawah dalam mengkonsumsi madu berkemasan modern adalah rasa madu yang *manis dan kental* dan *berkhasiat* (khasiat madu). Sedangkan berdasarkan karakteristik kontekstual, konsumen kelas bawah sangat dipengaruhi oleh karakteristik berupa *bagi orang dewasa* dan *bagi orang sakit*.

Madu tradisional bermerek di kalangan konsumen kelas menengah.

Bagi **konsumen kelas menengah** mengkonsumsi madu tradisional bermerek adalah untuk *penambah sehat* (skor 4,84) dan *pembangkit tenaga* (skor 4,78). Karakteristik fisik madu yang dominan dan sangat direspons oleh konsumen kelas menengah adalah *kental dan tidak encer*. Bagi kelas menengah, karakteristik kontekstual madu tradisional bermerek yang menjadi perhatiannya adalah "*untuk orang dewasa*".

Madu tradisional bermerek di kalangan konsumen kelas atas. bagi

konsumen kelas atas mengkonsumsi madu lebih memiliki relevansi terhadap penambah sehat (skor 4,64), pembangkit tenaga/vitalitas (4,79) dan menyembuhkan (skor 4,62). Untuk karakteristik fisik madu, konsumen kelas atas *hanya* dipengaruhi oleh atribut *manis dan kentalnya* dari madu tradisional bermerek. Bila dilihat secara karakteristik kontekstual dari madu tradisional bermerek, kalangan konsumen kelas atas sangat memperhatikan karakteristik kontekstual berupa *untuk sarapan, mengkonsumsinya di rumah, untuk orang dewasa, untuk anak-anak, untuk remaja, dan untuk orang sakit*.

MADU BERKEMASAN MODERN.

Madu berkemasan modern di kalangan konsumen kelas bawah. Dalam hal ini, karakteristik aspek kegunaan yang umumnya dipertimbangkan konsumen kelas bawah dalam mengkonsumsi madu berkemasan modern ini adalah untuk *menambah sehat, pembangkit tenaga, dan untuk menyembuhkan dari sakit*. Bila dilihat dari karakteristik fisik madu, karakteristik madu yang paling kuat direspons **konsumen kelas bawah** adalah *Kental/tdk encer, Homogen/ tidak*

keruh, Manis dan kental, berkhasiat, bervitamin, Kental & pekat. Bagi konsumen kelas bawah, karakteristik kontekstual madu yang paling dipertimbangkan dalam mengkonsumsi madu berkemasan modern adalah *(kegunaan) bagi orang dewasa* dan *(kegunaan) bagi anak-anak, (kegunaan) bagi remaja* dan *(kegunaan) bagi orang sakit, serta "(mengkonsumsinya) di rumah"*

Madu berkemasan modern di kalangan konsumen kelas menengah. Karakteristik madu yang dipertimbangkan konsumen kelas menengah dalam mengkonsumsi madu kemasan modern adalah karakteristik *menambah sehat* saja, sedangkan karakteristik lainnya tidak termasuk yang dipertimbangkan oleh konsumen kelas menengah. Cukup menarik bahwa konsumen kelas menengah hanya terpengaruhi oleh *karakteristik menambah sehat* saja, dan mengabaikan karakteristik fisik lainnya dari madu berkemasan modern. Dari segi karakteristik kontekstual madu, konsumen kelas menengah dalam mengkonsumsi madu berkemasan modern sangat mempertimbangkan karakteristik berupa *"dengan jamu"* (mengkonsumsi madu bersama dengan jamu), karakteristik *"bagi orang dewasa"*, dan karakteristik *"bagi remaja"*.

Madu berkemasan modern di kalangan konsumen kelas atas. Bagi konsumen kelas atas, karakteristik aspek kegunaan madu yang sering menjadi pertimbangan konsumen kelas atas ini dalam mengkonsumsi madu adalah karakteristik kegunaan madu berupa madu sebagai *penambah sehat* dan *pembangkit tenaga/vitalitas, penyembuh dari kondisi sakit, dan sebagai menu harian.* Berdasarkan karakteristik fisik madu, konsumen kelas atas sangat dipengaruhi oleh karaktreistik madu berupa *kental/tdk encer, homogenitas/ tidak*

keruh, manis dan kental, berkhasiat, bervitamin, dan bemineral. Berdasarkan karakteristik madu secara kontekstual, konsumen kelas atas mengkonsumsi madu berkemasan modern lebih dipengaruhi oleh karakteristik "*dikonsumsi malam hari*", "*sarapan*", dan "*dikonsumsi di rumah*". Disamping itu, Konsumen kelas atas cenderung mengatakan bahwa madu sangat cocok dan dianjurkan *untuk "orang dewasa", anak-anak, remaja dan orang sakit.*

SARAN.

Sehubungan dengan hasil penelitian ini bahwa madu sangat baik untuk kesehatan secara umum, maka sangat disarankan agar konsumsi madu di kalangan masyarakat Indonesia lebih dimasyarakatkan lagi agar masyarakat dapat menjaga kesehatannya dengan baik dengan cara cara yang relatif lebih mudah dan murah. Disarankan juga agar produksi madu secara nasional dapat ditingkatkan sehingga masyarakat dapat memperoleh madu yang dibutuhkannya dengan mudah dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., Kumar, V & Day, G.S.1996. *Marketing Research*. New York, Brisbane, Toronto, Singapore: John Willey and. Sons, Inc.
- Ahza, A. B. (1996). *Karakteristik Mutu Pangan dan Pengukurannya*. Bogor: Jurusan Teknologi Pangan dan Gizi IPB.
- Al Qur'an Al Karim dan Al Hadis.
- Apriyantono, Anton. 2001. *Analisis Sensori Deskriptif*. Makalah pada Pelatihan Pengujian Organoleptik Produk Pangan. di Fateta IPB Bogor 24 –26 Juli 2001.
- Bradbear, N. 2004. *Beekeeping and Sustainable Livelihoods*. Rome: Agricultural Support Systems Division, Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Breen, G.E & Blankenship. 1982. *Do-It-Yourself Marketing Research*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Departemen Kehutanan. 2003. *Pedoman Umum Pemberdayaan Masyarakat di dalam dan di sekitar Hutan*. Direktorat Jenderal Rehabilitasi Lahan dan Perhutanan Sosial, Departemen Kehutanan, Jakarta.
- Eriyatno. (2003). *Strategi Pembiayaan Jaringan Kemitraan Bisnis Bagi Usaha Kecil*. Disampaikan pada seminar Alih Teknologi dalam Pengembangan UKM dan Agrobisnis, Auditorium Kantor Menegkop dan UKM, Jakarta 26 Mei 2003.
- Gains, N.1994. *The Repertory grid approach*. dalam MacFie, H.I., dan Thomson, D.M.H (ed.). *Measurement of food preferences*. London: Blakie Academic & Profesional.
- Greenhoff, K; & MacFie, H.J.H. 1994). *Preference mapping in practice*. dalam MacFie, H.I., & Thomson, D.M.H (ed.). *Measurement of food preferences*. London: Blakie Academic & Profesional.
- Juran, J. M. 1985. *Merancang Mutu* (terjemahan Juran On Quality By Design, 1989). Jakarta: PPM-Pustaka Binaman Pressindo.
- MacFie, H.I., & Thomson, D.M.H.1994. *Measurement of food preferences*. London: Blakie Academic & Profesional.

- Meiselman, H. L. 1994. A measurement scheme for developing institutional product, dalam MacFie, H.I., & Thomson, D.M.H (ed.). *Measurement of food preferences*. London: Blakie Academic & Profesional.
- Resurreccion, A.V.A. 1998. *Consumer sensory testing for product development*. Maryland: Aspen Publishers, inc. Garthersburg,
- Rais, A. 1996. *Madu Lebah: Obat yang Menyembuhkan*. Jakarta: Media Dakwah.
- Rusfidra. 2006a. Prospek Pengembangan Budidaya Perlebahan di Indonesia. Makalah disampaikan pada Seminar Nasional Biologi. Diselenggarakan oleh Fakultas MIPA Universitas Negeri Semarang Aula LPMP, Semarang, 26 Agustus 2006.
- Rusfidra. 2006b. Madu, cendera mata alam menyehatkan. Artikel iptek Harian Pikiran Rakyat, Bandung, 27 Juli 2006.
- Rusfidra. 2006d. Lebah. Artikel kolom hikmah Harian Republika, Jakarta, 22 April 2006.
- Rusfidra. 2003. Enam sifat lebah. Kolom Hikmat Majalah Tarbawi. Edisi 56, April 2003.
- Soekarto, S.T & Hubeis, M. 1992. *Petunjuk Laboratorium Metode Penelitian Indrawi*. Bogor: PAU IPB.
- Syukri, Armein. 2003. Daya terima, Preferensi dan Karakterisasi Atribut Mutu Sensori Pemilihan Produk Kerupuk. Thesis Program Psaca Sarjana IPB.
- Syukri, Armein. 2004. Meningkatkan Daya Terima, Preferensi dan Keterpilihan Produk Kerupuk Ikan dan Kerupuk Udang Sesuai Segmentasi Pasar. Makalah yang disampaikan pada Seminar Nasional Pangan Fungsional Indigenous Indonesia: Potensi, Regulasi, Keamanan, Efikasi dan Peluang Pasar, yang diselenggarakan oleh Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Balitbang DEPTAN, 2004.
- Schutz, H.G. 1994. Appropriateness as a measure of the cognitive-contextual aspects of food acceptance; dalam MacFie, H.I.H & Thomson, D.M.H (ed.). *Measurement of food preference*. London: Blakie Academic & Profesional.
- Wahyono, R. & Marzuki. 1998. *Pembuatan Aneka Madu*. Surabaya: Trubus Agritama.
- Wirakartakusumah, A & Kadarisman, D. (1995). Standarisasi dan Perkembangan Jaminan Mutu Pangan di Indonesia. *Pangan*, VI:22

KUESIONER PENELITIAN**KARAKTERISASI MUTU MADU
MENURUT KONSUMEN DI WILAYAH
JABOTABEK****Peneliti:**

1. Ir. Armein Syukri Arbi, M.Si
2. Dr. Rusfidra, S.Pt
3. Dra. Eko Yuliasuti, M.Si



Program Studi S1 Teknologi Pangan
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS TERBUKA
Maret – April 2007

Responden yang budiman!

Kami anggota penelitian dari program Studi Teknologi Pangan, Universitas Terbuka, memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara sudi kiranya menjadi responden penelitian tentang "Mutu Madu Menurut Konsumen". Tujuan penelitian ini adalah untuk pengembangan pengetahuan dalam produk pangan oleh Program Studi S1 Teknologi Pangan Universitas Terbuka.

Data yang Bapak/Ibu/Saudara isikan dalam kuesioner semata untuk kepentingan akademik ilmu pengetahuan khususnya bagi program studi Teknologi Pangan Universitas Terbuka dan tidak terkait kepada suatu perusahaan atau produk tertentu. Atas bantuan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami

Tim Peneliti Madu UT

Armein Syukri Arbi; Rusfidra; Eko Yuliasuti

KUESIONER KARAKTERISASI ATRIBUT MUTU MADU TRADISIONAL

A. Karakteristik konsumen

1. Nama : Desi Arofah
2. Alamat : Jl. Riau I no 1 Baranangsiang
 RT RW Desa: Baranangsiang
3. Domisili/lokasi Anda : Elit/rcal estat Menengah/ BTN Kampung
4. Umur : 25 tahun
5. Jenis kelamin : Perempuan Laki-laki
6. Pendidikan Terakhir : SD SMP SMA PT

B. Karakteristik Sosio Ekonomi

1. Pendapatan per bulan : < Rp. 500.000 500 rb. -1 juta >1 juta -2juta
 >2 juta - 3 juta > 3-5 juta > 5 juta
2. Jumlah beli maduper bulan:¹..... botol
3. Dengan ukuran botol kecil (± 100 CC)
 sedang (± 400 CC)
 besar (± 1000 CC)

C. Keterpilihan produk

1. Apakah Anda suka mengkonsumsi madu?: YA (teruskan ke pertanyaan no2)
 TIDAK (STOP WAWANCARA)
2. Dari jenis madu yang suka Anda konsumsi dapatkah Anda rasakan khasiatnya?
 Mohon jelaskan di dalam tabel berikut

Merek/Asal Produk Madu	khasiatnya
Tanpa merk	panas dlm, capek, sarawan
Mata sapi	kurang terasa ada.

PETUNJUK MENGISI PERTANYAAN NOMOR 3 :

Untuk pertanyaan no 3 mohon Anda beri nilai (beri tanda conteng/✓) pada kolom Angka (berdasarkan skala nilai 1 - 7), sebagai berikut:

- 1 = tidak suka sama sekali
 2 = tidak suka
 3 = agak tidak suka/kurang suka
 4 = biasa/ netral
 5 = agak suka
 6 = suka
 7 = sangat suka

3. Dari jenis madu tersebut, berapa TINGKAT KESUKAAN Anda?

Jenis Madu	Tingkat Kesukaan						
	1	2	3	4	5	6	7
A. Madu tradisional, tanpa merek/ label						✓	
B. Madu tradisional dengan merek					✓		
C. Madu dengan kemasan modern			✓				
D. Madu produk luar negeri							

4. Beri rangking /peringkat (isi kolom Rangking dengan urutan angka 1 dan seterusnya) berdasarkan SERINGNYA Anda mengkonsumsi madu di bawah ini. Ingat! Peringkat satu = paling sering Anda konsumsi

Jenis Madu	Merek	Ranking
A. Madu tradisional, tanpa merek/ label	-	1 2
B. Madu tradisional dengan merek		3 4
C. Madu dengan kemasan modern	Multisan	2 3
D. Madu produk luar negeri		4 4

5. Mohon sebutkan MEREK madu yang sering Anda konsumsi dan tempat membelinya!

Jenis Madu	Merk	Tempat beli	Seberapa Sering (kali)		
			Tiap hari	Tiap minggu	Tiap bulan
A. madu tradisional non merek	-	Perhutani	✓		
B. madu tradisional bermerek:.....					
C. madu kemasan modern	Multisan	Sawalayan	✓		
D. Madu Merek luar Negeri (sebutkan):					

D. Defisiensi Produk

PETUNJUK MENGISI PERTANYAAN DI DALAM TABEL BERIKUT

Anda dimohon memilihkan nilai yang sesuai menurut Anda, untuk setiap masalah yang Anda temui dalam membeli madu! Berilah Jawaban dengan nilai angka pada kolom A, B, C dan D menurut kriteria nilai berikut ini:

1 = tak Ada sama sekali

2 = Tak Ada

3 = jarang Ada

4 = netral/tak berpendapat

5 = Ada

6 = sering Ada

7 = selalu Ada

Adakah masalah berikut ini pernah Anda temui, sehingga mengurangi kecocokan Anda dalam membeli madu?

	Masalah	A Madu Tradisional non merek	B Madu Tradisional Bermerek	C Madu Kemasan Modern	D Madu Impor
A	<i>Faktor produk</i>				
1	Penanganan kurang higienis	2		2	
2	Kemasan Kurang baik	2		2	
3	Kurang sesuai aroma & rasa	2		2	
B	<i>Faktor penyimpanan</i>				
4	Ada cemaran fisik (potongan serangga, tumbuhan, dll)	6		2	
5	Ada gangguan serangga	2		2	
C	<i>Faktor citarasa yang tak sesuai</i>				
6	Bau kurang suka	3		2	
7	Ada Rasa yang kurang cocok yaitu (sebutkan): Rasa... <i>agak pahit</i>	<i>agak pahit / 5</i>		<i>kelebihan rasa manis / 5</i>	
8	Komentar Anda:				

E. Kesesuaian Pemakaian Menurut Jenis Produk

PETUNJUK MENGISI PERTANYAAN NOMOR 12 DAN SETERUSNYA.

Anda dimohon memberi nilai ANGKA KECOCOKAN PEMAKAIAN untuk setiap jenis madu (pada kolom A, B, C, D dan E) bagi setiap nomor pertanyaan di bawah ini!

- 1 = tak pernah cocok
- 2 = tidak cocok
- 3 = kurang cocok
- 4 = netral/ biasa
- 5 = agak cocok
- 6 = cocok
- 7 = selalu cocok

Universitas Terbuka

Jenis produk	No	A Madu Tradisional non merek	B Madu Tradisional Bermerk	C Madu Kemasan Modern	D Madu Impor
Atribut Kecocokan Pemakaian:					
Faktor konsumen					
<i>Habits</i>					
Madu bagian dari menu sehari-hari saya	1	6		4	
Madu terasa menambah sehat tubuh	2	6		3	
Madu menambah tenaga dan vitalitas	3			3	
Dapat menyembuhkan.....(sebutkan)	4	5		3	
<i>psikologis/mood</i>					
minumnya bila sedang kerja berat	5	6		6	
bila ada keinginan makan, minum madu juga	6	6		6	
Faktor pangan					
<i>Penampakan yang baik</i>					
Kental/tidak encer	7	6		6	
Homogen/tidak keruh	8	6		6	
Bebas dari partikel tubuh lebah/sarang lebah	9	5		5	
<i>Bentuk sediaan/sajian</i>					
Dalam bentuk Jam untuk makan roti	10	5		5	
Bagian dari paket jamu	11	2		2	
Bagian dari formula susu	12	4		4	
<i>Warna madu yang Anda konsumsi</i>					
Putih	13	2		2	
Krem/ agak Kuning	14	4		4	
Agak Coklat/coklat	15	6		6	
Coklat tua / kehitaman	16	5		5	
<i>Rasa, aroma, flavor yang disukai</i>					
Ada rasa - kental dan manis	17	6		6	
- agak pahit	18	5		5	
Ada rasa	19				
Ada flavor dan aroma khas dari:					
Rasa lengkung	20	4		4	
Aroma buah tertentu(sebutkan.....)	21				
.....					
<i>Gizi /nutrisi</i>					
Madu ada kandungan vitamin (sebutkan.....)	22	C, B ₆ / 6		C, B ₆ / 6	
Madu ada kandungan mineral(sebutkan.....)	23	Fe, Zn / 6		Fe, Zn / 6	
Ada khasiatnya/berfungsi bagi kesehatan: (sebutkan.....)	24	Fitallitas / 6		Fitallitas / 6	
<i>Tekstur, kekentalan</i>					
Madu lebih pekat dengan porsi yang lebih kecil	25	4		4	

Jenis produk	No	A Madu Tradisional non merek	B Madu Tradisional Bermerek	C Madu Kemasan Modern	D Madu Impor
Atribut Kecocokan Pemakaian:					
Faktor konteks					
<i>Ketersediaan</i>					
madu itu saya dapat bila saya ke sentra produk	26	6		4	
Jarang terdapat madu yang saya inginkan	27	5		5	
<i>Waktu konsumsi</i>					
Sarapan	28	6		6	
siang	29	4		4	
malam	30	6		6	
Waktu kerja berat /olah raga	31	7		7	
<i>Tempat konsumsi</i>					
di rumah	32	6		6	
di warung jamu	33	2		2	
di tempat olah raga/senam	34	1		1	
<i>Dengan apa cocok dikonsumsi</i>					
jamu	35	1	1	1	
telur	36	1	1	1	
dengan (sebutkan):	37
<i>Untuk Siapa</i>					
Untuk anak	38	2		2	
Untuk remaja	39	5		5	
Untuk dewasa	40	6		6	
Untuk orang sedang sakit.....	41	4		4	
Untuk pekerja keras	42				
<i>Bagaimana pakai</i>					
Dalam bentuk jam	43	4		4	
Dikocok/campur dengan kuning telur	44	1		1	

	nama	alamat	do	usi	je	pdd	dap	jlk	khasiat	tkska	tkskb	tkskc
1	Suroyo	bpif7/9 Pml	3	5	1	4	5	2		4	5	6
2	Tutisian	ReniJpdbend	3	5	2	4	5	1		6	6	6
3	Trimurti	prmadanid8/	3	5	1	4	4	2		6	6	5
4	Atun	mricapdcabe	1	4	1	4	5	1		5	5	5
5	Welly	bogor	2	4	1	4	4	1	antioksi	4	5	6
6	Novialdi	bogorKom.IP	2	5	1	4	4	2	m'segarx	2	5	1
7	Liferdi	jl.Pluto Ch	2	4	1	4	4	1	sumber t	5	5	6
8	Eko Yul	Reni O4/No.	2	5	2	4	4	2	stamina	3	5	3
9	Asmardi	rempoaJakse	3	6	1	4	6	2	energi	6	5	4
10	Yan Hery	Bogor-Sinda	2	5	1	4	5	2	sehat-st	4	6	6
11	Sarbaini	Bogor-Sinda	3	5	2	4	6	2	sehat	5	5	6
12	Amer G A	Ciputat	1	5	2	2	4	1	sehat	7	4	4
13	M Rifai	Depok	1	4	2	3	4	2	stamina	4	4	4
14	R Dewi	Depok	1	4	1	3	5	4	sehat	4	4	4
15	Z Arni A	Depok	2	6	1	3	4	4	sehat	4	4	4
16	Deni Ipu	Ciputat	2	4	1	3	3	2	obat	4	4	4
17	Suwarni	Ciputat	2	6	1	3	4	2	obat	4	4	4
18	Edi R	P Cabe	1	5	1	4	1	2	obat	4	4	4
19	Kuwat	Ciputat Bar	1	5	1	1	4	2	sehat	6	4	4
20	Edi Wiboo	Ciputat	2	4	2	4	4	2	sehat,st	5	4	4
21	Oha Koma	Ciputat	2	4	1	3	4	1	segar	4	4	4
22	Yofi Yor	Pasar Minggu	3	5	1	4	6	1	sehat	5	6	7
23	Yanto	Ciputat	2	5	1	3	5	1	stamina	4	6	6
24	H P ane	Ciputat	3	4	2	4	6	2	lancar d	6	5	5
25	Reno Y	P Minggu	3	5	1	4	4	2	sehat	4	5	4
26	Nishfa N	Ciputat	3	4	1	4	5	1	sehat	6	4	4
27	Roudhona	Ciputat	1	5	1	4	4	1	4	4	4	6
28	Sujatmok	eman	2	5	2	3	4	4	obat	4	4	4
29	Dwi S	Jaktim	2	4	1	3	4	2	kesegara	6	4	7
30	Efdison	Jaksel	1	4	2	4	4	4	obat	6	4	4
31	Masan AF	Petir	1	5	2	4	5	4	obat	7	4	4
32	Anizar S	Pamulang	2	5	1	3	2	4	segar	3	4	4
33	Wati Nil	Pejaten	3	4	1	4	5	2	vitalita	3	4	4
34	Sukmayut	Sawangan	1	5	1	4	4	4	segar	4	6	5
35	Mulkanas	Pondok Bend	2	5	2	4	5	1	vitalita	6	6	6
36	Indah	K utan Cpt	3	5	1	4	5	2	obat	6	5	4
37	Rubiyana	P Cabe Ilir	3	4	1	4	4	1	sehat	5	6	6
38	Helmi	Bojong Semp	2	5	2	4	6	4	obat	6	6	6
39	Sukiyah	Cipete Sel	3	6	1	3	4	1	sehat	4	7	6
40	Armawati	Bambu Apus	3	5	1	4	5	2	stamina	4	6	6
41	Said Ria	Adiyasa	2	4	2	3	5	1	obat sar	2	5	6
42	Tuminem	Cempaka Put	1	4	1	3	3	2	sariawan	4	6	4

	nama	alamat	do	usi	je	pdd	dap	jlk	khasiat	tkska	tkskb	tkskc
43	Istianah	Pamulang	1	5	1	4	4	2	gairah	7	4	4
44	A hamid	Ciputat	1	5	2	4	5	4	gairah	7	4	4
45	M Eddy S	K Utan Cpt	1	4	2	4	3	4	detoksif	7	4	4
46	Najmah S	Ciputat	1	4	1	4	4	1	hangat	6	4	4
47	Nasichah	Bogor	2	4	1	4	4	1	kesehata	4	6	6
48	Tina	Kedaung Cpt	1	4	1	1	3	4	obat	7	1	1
49	Weni	Kedaung	1	4	1	1	3	1	obat	3	4	4
50	Mona Eli	Cirendau	3	0	1	4	5	3	stamina	7	5	4
51	Rosnilaw	Bambu A Cpt	2	5	1	4	5	3	obat	4	5	5
52	Pujiah	Bambu A Cpt	1	4	1	3	3	2	segar	4	4	4
53	Nur	Bambu A Cpt	1	4	1	3	3	1	sehat	1	4	5
54	Soflia D	Bambu A Cpt	1	5	1	4	2	3	lancar d	7	5	6
55	Budi Iri	Bambu A Cpt	3	5	2	4	5	2	lumayan	4	5	4
56	Nunung	Kedaung Cpt	1	5	1	3	4	2	segar	4	6	4
57	Rukiyah	Kedaung	1	4	1	4	4	2	kuat	3	6	7
58	Siti Kho	Bambu A Cpt	2	5	1	2	3	2	segar	7	4	4
59	MAYanti	Bambu A Cpt	2	4	1	3	3	2	stamina	6	4	4
60	Sofia D	Bambu A Cpt	1	4	1	4	3	4	fit	7	5	6
61	Evanauli	P Cabe Pmlg	3	5	1	4	4	2	obat	4	4	4
62	LiliFakh	Pisangan	1	5	1	4	5	2	sehat	6	6	6
63	Rumiatur	P Benda	2	4	4	2	2	2	kulit	4	7	4
64	Nabila A	UIN Cpt	3	4	1	4	1		obat nye	4	5	6
65	Mulmaina	Pesangarah	2	3	1	3	1	2	obt nyer	4	4	5
66	Eva	Cileduk	2	5	1	4	4	4	stamina	4	4	4
67	B Dewi R	Bintaro	3	4	1	4	1	1	stamina	2	4	4
68	Dodi P		3	4	2	4	6	2	sariawan	3	6	6
69	W H L To	Duren Sawit	3	5	1	4	6	1	0	1	4	4
70	Nursyadi	Pisangan	1	4	2	3	1	2	pegal	3	6	6
71	Saleh	UIN Cpt	1	5	1	3	2	2	kesehtan	7	6	4
72	Lilis S	UIN Cpt	3	5	1	4	4	4	pns dlm	6	7	4
73	S Aisyah	B Apus Cpt	2	5	1	4	4	4	lcr drh	6	6	4
74	Ambaruka	B Apus Cpt	2	5	1	3	1	2	kesehata	5	4	6
75	S Suriya	B Apus Cpt	2	5	1	1	1	1	capek	6	4	4
76	Sunah	B Apus Cpt	2	6	1	1	1	4	sariawan	6	6	6
77	Ida Rosy	B Apus Cpt	2	5	1	2	3	2	trn pns	6	4	3
78	Yoyoh	B Apus Cpt	3	5	1	3	5	1	naps mkn	4	4	4
79	Nuroshon	B Apus Cpt	2	5	1	3	3	1	stamina	7	4	4
80	Rika	B Apus Cpt	2	5	1	3	4	1	stamina	6	6	6
81	Kuraisih	B Apus cpt	3	1	1	3	4	2	obt pns	6	4	4
82	Anna Ist	B Apus Cpt	2	5	1	3	5	2	obt amen	6	7	7
83	Neli	B Apus Cpt	2	5	1	4	4	1	keshatan	6	4	4
84	Aryani	B Apus Cpt	2	5	1	3	3	1	stamina	4	4	4

	nama	alamat	do	usi	je	pdd	dap	jlk	khasiat	tkska	tkskb	tkskc
85	Bulkis	B Apus Cpt	1	4	1	4	1	2	enk bdn	4	7	4
86	Sofie S	B Apus Cpt	2	6	1	4	3	4	maag	6	7	5
87	Riya	B Apus Cpt	3	5	1	3	4	1	obat	5	4	5
88	Anwar	Pisangan	1	.	2	4	4	2	segar	5	6	6
89	Alimin	UIN Cpt	1	.	2	3	3	2	sehat	4	5	4
90	Aminah	UIN Cpt	1	5	1	3	4	2	capek	6	4	4
91	Riza A S	Legoso Cpt	3	4	2	4	1	3	fit	1	6	5
92	Maulina	Pesangarah	1	4	1	3	1	1	kuat	4	4	7
93	Apud S	Cempaka Pu	3	4	2	3	1	1	napsu mk	4	6	4
94	Hendra	UIN Jkt	1	4	2	3	2	1	kesehata	6	7	4
95	Yunelis	Bambu Apus	2	5	1	4	3	2	kuat tul	4	5	3
96	Sadiyah	Pondok Pina	1	5	1	4	3	1	tenaga	6	4	6
97	Puri	B Apus Cpt	2	5	1	3	3	3	obt	4	6	4
98	Sukardi	Kpg Bwh	3	4	1	3	5	2	pramuka	3	3	6
99	Acu	Cilubang sa	3	4	1	3	7	2	turun de	6	4	5
100	agus	babakan lio	1	4	1	4	7	1	menyegar	4	5	4
101	hadi	dramaga	1	4	1	4	5	1	kesehata	4	4	6
102	facraini	dramaga,BBS	1	4	2	4	3	1	dy tahan	6	6	6
103	djayadi	kp baru bgr	1	5	1	4	4	2	stamina	6	4	6
104	lia dahl	kpbojong	1	4	2	3	4	3	kshtn, p	4	4	7
105	handayan	dramaga	1	4	2	4	4	2	bibir,st	4	4	6
106	iwana	kp jawa	1	5	1	4	4	4	philang	4	4	7
107	ely wali	bara V	1	4	2	4	4	1	ksehatan	5	4	6
108	dewi	babakan tgh	1	4	2	4	4	1	turn pan	5	4	4
109	welly sa	bara V	1	4	1	4	5	2	gairah s	6	4	4
110	samsi nu	babakan	1	5	1	3	4	2	sehat, t	6	4	6
111	safri	cibedug	1	6	1	1	3	1	pegal, s	4	4	6
112	nila	warungboron	1	4	2	3	4	1	sariawn,	4	4	6
113	ni kadek	dramaga	1	4	2	4	5	1	stamina,	4	7	4
114	isti	cempaka 24	1	4	2	4	3	2	stamina	6	4	6
115	dani	cibanteng	1	5	1	3	4	1	stamina	4	4	4
116	rusman e	dramaga	1	4	1	4	4	2	BAB lanc	6	4	4
117	yusrizal	cibanteng	2	4	1	4	4	1	biasa aj	4	4	4
118	nabilla	taman yasmi	3	4	2	3	3	2	sariawan	4	6	6
119	nawang	kp Jatake	2	5	2	3	5	3	pns dlm,	7	4	7
120	A sudrad	perum KBR b	2	5	1	3	4	1	stamina,	4	4	7
121	bambang	Taman Drama	2	4	1	4	5	2	menyegar	4	4	6
122	desi aro	baranangsia	2	4	2	4	4	2	pans dla	6	4	3
123	ria novi	komplk kehu	3	4	2	4	3	2	tenggoro	4	4	4
124	amal	cibatok	2	4	1	3	5	2	menurunk	4	4	4
125	setyawan	bogor baru	3	5	1	4	5	1	kesehata	4	4	6
126	devi	budiagung	2	4	2	4	3	1	sehat, j	7	4	4

	nama	alamat	do	usi	je	pdd	dap	jlk	kehasiatan	tkska	tkskb	tkskc
127	taufik	cimanggu	2	4	1	4	5	1	segarkn	4	6	6
128	dewi	seuseupan	2	4	2	3	5	2	antibiot	4	4	4
129	syarifah	tegal waru	2	5	2	1	6	3	enak di	4	4	6
130	irin	tegal lega	2	4	2	4	4	2	sehtkn b	3	5	5
131	andi	tegal lega	2	4	1	4	5	2	stamina,	4	4	6
132	asep sai	tenjo ayu	2	5	1	4	4	3	pilihkan	7	4	5
133	arif	babakan lio	3	5	1	3	6	4	stamina,	7	4	4
134	kustara	gn batu bgo	3	5	1	4	6	3	biasa sa	4	4	4
135	elke	trmn yasmin	3	4	2	4	7	3	menguatk	4	4	6
136	erna	tanah baru	3	4	2	4	7	4	menjaga	4	4	6
137	evi	cibinong	3	5	1	4	7	2	badan fi	4	4	4
138	andi	cimanggu	3	5	1	4	7	3	stamina	3	6	6
139	winarso	cibinong	3	4	1	4	6	2	panas da	4	4	7
140	khairil	sindang bar	3	5	1	4	7	1	tmbh sta	4	4	6
141	agus	indraprasta	3	5	1	4	6	2	menyehat	4	5	4
142	ricky	semeru bgor	3	5	1	3	7	2	obat pns	6	4	4
143	wina	villa cioma	3	4	2	3	5	1	stamina,	4	4	4
144	lilis	dramaga	3	5	2	4	6	1	stamina	4	4	6
145	tine pri	villa cioma	3	5	2	4	6	4	segar, t	4	6	4
146	cucu	kayu manis	3	4	1	4	7	3	menyegar	4	4	7
147	yusuf	cibanteng	3	5	1	4	6	4	stamina	7	4	6
148	joni	gn batu	3	5	1	4	6	3	biasa sa	4	4	6
149	liti s	Griya Satwi	3	5	2	5	7	2	bugar	2	2	6
150	bu arie	Pd kelapa	3	5	2	4	7	4	pramuka	3	3	6
151		
152		

Lampiran

Uji Beda Daya Terima Berdasarkan status Sosial

Descriptives

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean			Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound	Mean		
tkkesukaan pd madu tradisional tak berlabel	kampung	50	5.02	1.41	.20	4.62	5.42	1	7
	BTN	50	4.74	1.31	.18	4.37	5.11	2	7
	real estate	50	4.36	1.40	.20	3.96	4.76	1	7
	Total	150	4.71	1.39	.11	4.48	4.93	1	7
tkkesukaan pd madutradisional bermerek	kampung	50	4.58	1.11	.16	4.27	4.89	1	7
	BTN	50	4.74	.99	.14	4.46	5.02	4	7
	real estate	50	4.68	1.06	.15	4.38	4.98	2	7
	Total	150	4.67	1.05	8.55E-02	4.50	4.84	1	7
tkkesukaan pd madu dengan kemasan modern	kampung	50	4.88	1.22	.17	4.53	5.23	1	7
	BTN	50	4.80	1.29	.18	4.43	5.17	1	7
	real estate	50	5.08	1.05	.15	4.78	5.38	4	7
	Total	150	4.92	1.19	9.72E-02	4.73	5.11	1	7
tkkesukaan pd maduproduk luar negeri	kampung	50	3.84	.89	.13	3.59	4.09	1	7
	BTN	50	4.36	1.22	.17	4.01	4.71	1	7
	real estate	50	4.60	1.01	.14	4.31	4.89	3	7
	Total	150	4.27	1.09	8.91E-02	4.09	4.44	1	7

ANOVA

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
tkkesukaan pd madu tradisional tak berlabel	Between Groups	(Combined) Linear Term	10.973	2	5.487	2.921	.057
		Contrast Deviation	10.890	1	10.890	5.798	.017
			8.333E-02	1	8.333E-02	.044	.833
	Within Groups		276.120	147	1.878		
	Total		287.093	149			
tkkesukaan pd madu tradisional bermerek	Between Groups	(Combined) Linear Term	.653	2	.327	.295	.745
		Contrast Deviation	.250	1	.250	.226	.635
			.403	1	.403	.364	.547
	Within Groups		162.680	147	1.107		
	Total		163.333	149			
tkkesukaan pd madu dengan kemasan modern	Between Groups	(Combined) Linear Term	2.080	2	1.040	.732	.483
		Contrast Deviation	1.000	1	1.000	.703	.403
			1.080	1	1.080	.760	.385
	Within Groups		208.960	147	1.421		
	Total		211.040	149			
tkkesukaan pd madu produk luar negeri	Between Groups	(Combined) Linear Term	15.093	2	7.547	6.838	.001
		Contrast Deviation	14.440	1	14.440	13.084	.000
			.653	1	.653	.592	.443
	Within Groups		162.240	147	1.104		
	Total		177.333	149			

Post Hoc Tests

Tukey HSD

Multiple Comparisons

Dependent Variable	(I) status domisili	(J) status domisili	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	99.9% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
tkkesukaan pd madu tradisional tak berlabel	kampung	BTN real estate	.28 .66	.27 .27	.563 .042	-1.70 -1.32	1.26 1.64
	BTN	kampung real estate	-.28 .38	.27 .27	.563 .348	-1.26 -.60	.70 1.36
	real estate	kampung BTN	-.66 -.38	.27 .27	.042 .348	-1.64 -1.36	.32 .60
tkkesukaan pd madutradisional bermerek	kampung	BTN real estate	-.16 -1.00E-01	.21 .21	.727 .883	-.91 -.85	.59 .65
	BTN	kampung real estate	.16 6.00E-02	.21 .21	.727 .956	-.59 -.69	.91 .81
	real estate	kampung BTN	1.00E-01 -6.00E-02	.21 .21	.883 .956	-.65 -.81	.85 .69
tkkesukaan pd madu dengan kemasan modern	kampung	BTN real estate	8.00E-02 -.20	.24 .24	.940 .679	-.77 -1.05	.93 .65
	BTN	kampung real estate	-8.00E-02 -.28	.24 .24	.940 .469	-.93 -1.13	.77 .57
	real estate	kampung BTN	.20 .28	.24 .24	.679 .469	-.65 -.57	1.05 1.13
tkkesukaan pd maduproduk luar negeri	kampung	BTN real estate	-.52 -.76*	.21 .21	.036 .001	-1.27 -1.51	.23 -7.72E-03
	BTN	kampung real estate	.52 -.24	.21 .21	.036 .488	-.23 -.99	1.27 .51
	real estate	kampung BTN	.76* .24	.21 .21	.001 .488	7.72E-03 -.51	1.51 .99

*. The mean difference is significant at the .001 level.

Homogeneous Subsets

Lampiran 4. Analisis Preferensi Kategori Madu

A. Uji Rank Preferensi

1. Preferensi kategori madu Kelas Atas

Kategori Madu	Rank (W)	Frekuensi (V)	Bobot Skor (W × V)	RankTotal $\Sigma(W \times V)$
Madu non Merek	1	10	10	136 (Rank III)
	2	8	16	
	3	18	54	
	4	14	56	
Madu Tradisional Bermerek	1	8	8	110 (Rank II)
	2	25	50	
	3	16	48	
	4	1	4	
Madu Kemasan Modern	1	24	24	90 (Rank I)
	2	12	24	
	3	14	42	
	4	0	0	
Madu Luar Negeri	1	9	9	161 (Rank IV)
	2	5	10	
	3	2	6	
	4	34	136	

2. Preferensi Madu Kelas Menengah

Kategori Madu	Rank (W)	Frekuensi (V)	Bobot Skor (W × V)	RankTotal $\Sigma(W \times V)$
Madu non Merek	1	20	20	108 (Rank III)
	2	8	16	
	3	16	48	
	4	6	24	
Madu Tradisional Bermerek	1	12	12	99 (Rank I)
	2	31	62	
	3	3	9	
	4	4	16	
Madu Kemasan Modern	1	18	18	108 (Rank II)
	2	8	16	
	3	22	66	
	4	2	8	
Madu Luar Negeri	1	0	0	189 (Rank IV)
	2	2	4	
	3	5	15	
	4	43	172	

3. Preferensi Madu Kelas Bawah

Kategori Madu	Rank (W)	Frekuensi (V)	Bobot Skor (W × V)	RankTotal $\Sigma(W \times V)$
Madu non Merek	1	27	27	101 (Rank I)
	2	4	8	
	3	10	30	
	4	9	36	
Madu Tradisional Bermerek	1	6	6	108 (Rank III)
	2	32	64	
	3	10	30	
	4	2	8	
Madu Kemasan Modern	1	16	16	107 (Rank II)
	2	11	22	
	3	23	69	
	4	0	0	
Madu Luar Negeri	1	1	1	187 (Rank IV)
	2	4	8	
	3	6	18	
	4	39	156	

B. Uji Beda Preferensi

Menurut Tabel Basker untuk $p = 0,05$ nilai kritis antar rank total (50 responden, 4 kategori) = 33,2

Strata sosial	Preferensi konsumsi			
	1	2	3	4
Kelas Atas:	M. Kem Modern	M. Tra. Bermerek	M. Non Mrek	Madu LN
Kelas menengah:	M. Trad. Bermerek	M. Kem Modern	M. Non Mrek	Madu LN
Kelas bawah:	M. Tra. Non Merk	M. Kem Modern	M. Trad Bermerek	Madu LN

maka uji beda ranking menghasilkan data sebagai berikut

Strata sosial	Madu Tradisional	Madu Trad Bermerek	Madu Kemasan Modern	Madu luar Negeri
Kelas atas	136bc	110ab	90a	161c
Kelas menengah	108a	99a	108a	189b
Kelas bawah	101a	108a	107a	187b