

Preferensi Konsumen terhadap Atribut Permen *Gummy* Stroberi: Pendekatan Analisis Konjoin

Arifinaya Siti Afifah^{1*}, Veralianta Br Sebayang²

^{1,2} Institut Pertanian Bogor, Indonesia

*E-mail: arifinayaafifah@apps.ipb.ac.id

Information Article

History Article

Submission: 20-06-2026

Revision: 03-08-2026

Published: 04-08-2026

DOI Article:

10.62421/jibema.v4i1.417

ABSTRAK

Tingginya proporsi buah stroberi *reject* yang tidak memenuhi standar sortir mendorong perlunya diversifikasi produk olahan bernilai tambah, salah satunya permen *gummy*. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap konsumsi camilan sehat turut membuka peluang pengembangan produk tersebut dengan mempertimbangkan atribut kesehatan seperti jenis pemanis. Penelitian ini bertujuan menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut-atribut permen *gummy* stroberi, termasuk pengujian dua alternatif jenis pemanis, yaitu gula dan stevia. Data dikumpulkan dari 100 responden menggunakan kuesioner *online*. Analisis konjoin *full-profile* dengan desain *orthogonal array* (12 stimuli) digunakan untuk mengukur nilai kegunaan (*utility*) dan nilai kepentingan (*importance*) dari delapan atribut: tekstur, rasa, warna, kemasan, ukuran kemasan, jenis pemanis, tingkat kemanisan, dan harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis pemanis merupakan atribut paling dipertimbangkan konsumen (nilai kepentingan 17,93), diikuti tingkat kemanisan (14,35) dan warna (13,34). Konsumen secara konsisten memilih kombinasi atribut tekstur kenyal, rasa manis-asam, warna merah pekat, kemasan *standing pouch* 100–150 gram, pemanis stevia, tingkat kemanisan 50%, dan harga Rp12.000–Rp18.000. Kombinasi ini dapat dijadikan landasan pengembangan produk permen *gummy* stroberi yang sesuai preferensi pasar.

Kata Kunci: Analisis Konjoin, Permen *Gummy*, Preferensi Konsumen, Stevia, Stroberi

ABSTRACT

The high proportion of substandard reject strawberries that fail to meet sorting standards has driven the need for value-added product diversification, one of which is gummy candy. Growing public awareness of healthy snack consumption further opens opportunities for developing such products by considering health-related attributes, such as sweetener type. This study aimed to analyze consumer preferences for strawberry gummy candy attributes, including the testing of two alternative sweetener types, sugar and stevia. Data were collected from 100 respondents using an online questionnaire. Full-profile conjoint analysis with an orthogonal array design (12 stimuli) was employed to measure utility values and importance values across eight attributes: texture, flavor, color, packaging type, package size, sweetener type, sweetness level, and price. Results indicate that sweetener type was the most influential attribute for consumers (importance value 17.93), followed by sweetness level (14.35) and

Acknowledgment

color (13.34). Consumers consistently preferred a combination of chewy texture, sweet-sour flavor, deep red color, standing pouch packaging of 100–150 grams, stevia sweetener, 50% sweetness level, and a price range of IDR 12,000–18,000. This combination can serve as a basis for developing strawberry gummy candy products aligned with market prefer

Keywords: *Conjoint Analysis, Consumer Preference, Gummy Candy, Stevia, Strawberry*

©2026 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

PENDAHULUAN

Sektor hortikultura Indonesia, khususnya komoditas stroberi, menunjukkan pertumbuhan produksi yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data BPS (2025), produksi stroberi nasional meningkat dari 27.721 ton pada tahun 2023 menjadi 44.063 ton pada tahun 2025, dengan Provinsi Jawa Barat berkontribusi sebesar 95,38% dari total produksi nasional. Tingginya produksi tersebut tidak serta-merta diiringi efisiensi pascapanen yang optimal. Salah satu permasalahan yang umum dihadapi pelaku usaha stroberi adalah tingginya proporsi buah *gummy* yang tidak memenuhi standar sortir, sehingga hanya dapat dijual dalam bentuk beku (*frozen*) dengan harga jauh lebih rendah dibandingkan buah segar. Kondisi ini mendorong perlunya diversifikasi produk olahan stroberi yang mampu meningkatkan nilai tambah sekaligus memperluas peluang pasar (Rofatin et al., 2018).

Diversifikasi produk olahan berbasis stroberi *gummy* merupakan strategi yang relevan untuk mengatasi permasalahan tersebut sekaligus meningkatkan nilai tambah komoditas lokal. Salah satu produk yang dinilai prospektif adalah permen *gummy* stroberi. Diversifikasi produk stroberi menjadi permen *gummy* merupakan salah satu alternatif yang dinilai prospektif. Permen *gummy* termasuk kategori *soft candy* yang memiliki daya tarik luas karena dapat dikonsumsi oleh berbagai kelompok usia, mulai dari anak-anak hingga dewasa (Agustina et al., 2020). Permen *gummy* yang dibuat dari air atau biasanya dari sari buah sari buah dan bahan pembentuk gel, yang berpenampilan jernih transparan serta mempunyai tekstur dengan kekenyalan tertentu. Bahan pembentuk gel pada pembuatan permen *gummy* biasanya menggunakan antara lain gelatin, karagenan dan agar.

Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin berorientasi pada produk pangan sehat turut mendorong permintaan terhadap camilan dengan kandungan gula rendah dan bahan-bahan alami. Stroberi menjadi salah satu bahan baku yang relevan untuk pengembangan produk tersebut, mengingat buah ini banyak diminati karena memiliki warna menarik, rasa segar, serta kandungan gizi seperti vitamin C, antioksidan, mineral, dan serat yang bermanfaat bagi kesehatan (Haryati et al., 2023). Kondisi tersebut membuka ruang bagi pengembangan permen *gummy* stroberi yang tidak hanya

mempertimbangkan atribut, tetapi juga atribut kesehatan seperti jenis pemanis yang digunakan. Dalam proses pengambilan keputusan pembelian, konsumen mempertimbangkan berdasarkan atribut penting, seperti rasa, tekstur, harga, merek, serta manfaat kesehatan yang ditawarkan (Sebayang et al., 2025). Hal ini menjadi dasar perlunya atribut alternatif jenis pemanis gula dan stevia sebagai salah satu atribut dalam perancangan produk permen *gummy* stroberi yang berorientasi pada preferensi konsumen.

Pengembangan produk baru yang berhasil di pasar memerlukan pemahaman mendalam tentang preferensi konsumen. Preferensi konsumen mencerminkan kecenderungan individu dalam memilih suatu produk berdasarkan kombinasi atribut yang paling sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya (Wardhana, 2024). Dalam konteks permen *gummy*, atribut yang relevan mencakup dimensi sensoris seperti tekstur, rasa, dan warna, serta dimensi non-sensoris seperti kemasan, ukuran, harga, dan jenis pemanis (Mahendra et al., 2024). Produk ini dinilai memiliki peluang pasar yang baik karena memiliki rasa manis dan asam, tekstur kenyal, bentuk menarik, serta praktis dijadikan camilan maupun oleh-oleh wisata.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji pengembangan produk permen *gummy* berbahan dasar komoditas pertanian. Syukrina (2025) menganalisis nilai tambah melon *grade C* menjadi permen *gummy*, sementara Setyowati (2025) mengkaji peningkatan nilai tambah susu menjadi permen *gummy*. Nafisah (2022) meneliti kelayakan pendirian unit bisnis permen jelly stroberi. Penelitian-penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada analisis nilai tambah dan kelayakan usaha, sehingga kajian mengenai preferensi konsumen terhadap atribut produk permen *gummy* belum banyak dilakukan. Aspek jenis pemanis, khususnya pengujian stevia sebagai alternatif gula, juga belum dimasukkan sebagai atribut dalam studi preferensi produk sejenis, meskipun pemanis alami ini semakin relevan seiring meningkatnya orientasi konsumen terhadap produk pangan rendah kalori (Rohmaniyah et al., 2022).

Analisis konjoin merupakan metode yang digunakan untuk mengukur preferensi konsumen terhadap suatu produk berdasarkan kombinasi atribut yang ditawarkan. Metode ini meminta konsumen menilai sejumlah kombinasi atribut produk secara keseluruhan, kemudian dari penilaian tersebut diekstrak nilai kegunaan dari setiap level atribut secara simultan. Nilai kegunaan yang dihasilkan mencerminkan seberapa besar kontribusi setiap level atribut terhadap preferensi keseluruhan konsumen, sehingga dapat diketahui atribut mana yang paling menentukan keputusan pembelian. Pendekatan ini telah banyak diterapkan dalam studi pengembangan produk pangan olahan dan terbukti mampu menghasilkan rekomendasi atribut produk yang berorientasi pada kebutuhan pasar (Adelawati 2021; Wirawan et al. 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap atribut permen *gummy* stroberi perlu dilakukan untuk mengetahui kombinasi atribut produk yang paling diminati

konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis konjoin dengan mengikutsertakan delapan atribut produk, termasuk jenis pemanis gula dan stevia sebagai salah satu atribut yang diujikan. Hasil penelitian diharapkan dapat mengidentifikasi kombinasi atribut optimal berdasarkan penilaian konsumen, sehingga dapat menjadi landasan dalam pengembangan produk permen *gummy* stroberi yang lebih sesuai dengan preferensi pasar, meningkatkan peluang penerimaan produk, serta mendukung optimalisasi pemanfaatan buah stroberi *gummy* menjadi produk olahan bernilai tambah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif deskriptif. Pendekatan tersebut dipilih untuk mengukur dan mendeskripsikan preferensi konsumen secara terstruktur berdasarkan data primer yang dikumpulkan melalui instrumen kuesioner (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden melalui kuesioner dengan menggunakan *googleform*, agar memudahkan responden dalam mengisi kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari melalui data yang sudah ada sebelumnya. Seperti diperoleh dari catatan Perusahaan, literatur, buku, penelitian terdahulu, artikel dan jurnal ilmiah.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan menggunakan rumus lameshow dengan tingkat kepercayaan 95% dan *margin of error* 10%, sebagai penentuan jumlah sampel yang di gunakan. Jumlah sampel untuk penelitian ini sebanyak 100 orang responden. Responden dipilih berdasarkan kriteria pernah mengonsumsi buah stroberi dan memiliki ketertarikan terhadap produk permen *gummy*. Penilaian dilakukan menggunakan skala Likert lima poin, satu mulai dari sangat tidak suka hingga lima sangat suka.

Metode yang digunakan pada penelitian ini selanjutnya melakukan pengujian instrumen, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan bantuan *software* SPSS versi 25. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, dimana item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r -hitung $>$ r -tabel pada taraf signifikansi 5%. Uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, dengan kriteria instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,70 Semakin tinggi nilai *Cronbach's Alpha* maka semakin baik tingkat konsistensi instrumen penelitian (Ulum 2016; Soesana et al. 2023).

Analisis data dilakukan menggunakan metode analisis konjoin (*conjoint analysis*) untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut produk permen *gummy* stroberi. Perancangan stimuli menggunakan metode *full-profile* dengan penyederhanaan kombinasi melalui desain *orthogonal array* menggunakan perangkat lunak SPSS 25. Atribut yang dianalisis meliputi tekstur, rasa, warna, kemasan, ukuran kemasan, tingkat kemanisan, jenis pemanis, dan harga. Kombinasi atribut dan level disusun menggunakan pendekatan konjoin *full profil* dan *orthogonal design* pada SPSS menghasilkan

perhitungan dengan delapan atribut masing-masing dua level, diperoleh minimum stimuli sebanyak 9 kombinasi. Desain *orthogonal* yang dihasilkan menghasilkan 12 stimuli yang telah memenuhi syarat kelayakan analisis. Setiap responden diminta menilai ke-12 stimuli tersebut menggunakan skala *rating* Likert 1–5, dari sangat tidak suka hingga sangat suka. Kombinasi stimulus yang perlu dinilai oleh responden ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1 Stimulus produk permen *gummy* stroberi

Stimulus	Atribut							
	Tekstur	Rasa	Warna	Kemasan	UK Kemasan	Pemanis	Tingkat Kemanisan	Harga
1	Padat	Manis & Asam	Merah Pudar	Sachet	100gr-150gr	Stevia	100%	Rp12.000 - Rp18.000
2	Kenyal	Manis & Asam	Merah Pudar	Sachet	50gr-100gr	Gula	100%	Rp12.000- Rp18.000
3	Kenyal	Manis & Asam	Merah Pekat	<i>standing pouch</i>	100gr-150gr	Gula	50%	Rp12.000- Rp18.000
4	Kenyal	Manis	Merah Pudar	Sachet	100gr-150gr	Stevia	50%	Rp18.000- Rp22.000
5	Kenyal	Manis	Merah Pekat	<i>standing pouch</i>	100gr-150gr	Stevia	100%	Rp12.000- Rp18.000
6	Kenyal	Manis	Merah Pudar	<i>standing pouch</i>	50gr-100gr	Gula	100%	Rp18.000- Rp22.000
7	Padat	Manis	Merah Pudar	<i>standing pouch</i>	50gr-100gr	Stevia	50%	Rp12.000- Rp18.000
8	Padat	Manis	Merah Pekat	Sachet	100gr-150gr	Gula	100%	Rp18.000- Rp22.000
9	Padat	Manis & Asam	Merah Pekat	<i>standing pouch</i>	50gr-100gr	Stevia	100%	Rp18.000- Rp22.000
10	Padat	Manis	Merah Pekat	Sachet	50gr-100gr	Gula	50%	Rp 12.000- Rp18.000
11	Kenyal	Manis & Asam	Merah Pekat	Sachet	50gr-100gr	Stevia	50%	Rp18.000- Rp22.000
12	Padat	Manis & Asam	Merah Pudar	<i>standing pouch</i>	100gr-150gr	Gula	50%	Rp18.000- Rp22.000

Sumber: Data diolah (2025)

Analisis konjoin bertujuan untuk mengestimasi dua parameter utama, yaitu: (1) Nilai Kegunaan (*Utility Value*) yang menunjukkan tingkat kesukaan konsumen terhadap setiap level atribut produk serta kontribusinya terhadap preferensi keseluruhan; dan (2) Nilai Kepentingan Relatif (*Relative Importance Value*) angka menunjukkan besarnya kontribusi masing-masing

atribut dalam memengaruhi keputusan konsumen terhadap produk. Atribut dengan nilai *importance* tertinggi menunjukkan atribut yang paling diprioritaskan konsumen dalam proses pemilihan produk (Wardhana, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Karakteristik Responden

Dari 100 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan sebanyak 72% dan laki-laki sebanyak 28%. Berdasarkan usia, sebagian besar responden berada pada rentang 20–24 tahun sebesar 60%, diikuti usia 25–30 tahun sebesar 25%, usia di atas 30 tahun sebesar 12%, dan usia 15–19 tahun sebesar 3%. Hal ini menunjukkan bahwa produk permen *gummy* stroberi lebih diminati oleh kelompok usia muda. Berdasarkan domisili, mayoritas responden berasal dari dalam Jawa sebesar 46%, sedangkan Bandung, Jakarta, dan Bogor masing-masing sebesar 14%, serta luar Jawa sebesar 12%. Sebagian besar responden berprofesi sebagai pelajar atau mahasiswa sebesar 51% diikuti pekerja swasta sebanyak 32% dengan tingkat pendapatan dominan Rp3.000.000–Rp5.000.000 sebesar 31%. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa produk permen *gummy* stroberi memiliki potensi pasar yang cukup besar pada konsumen usia muda dengan tingkat pendapatan menengah.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan terhadap 30 responden dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 sehingga diperoleh nilai *r*-tabel sebesar 0,361. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai *r*-hitung lebih besar dibandingkan nilai *r*-tabel. Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan memiliki nilai *r*-hitung pada rentang 0,373–0,676 sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian. Hasil uji validitas instrumen penelitian dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Hasil uji validitas

No	Nilai Kolerasi (R-Hitung)	R-Tabel ($\alpha=0,05$)	Keterangan
1	0,638	0,361	Valid
2	0,620	0,361	Valid
3	0,584	0,361	Valid
4	0,555	0,361	Valid
5	0,421	0,361	Valid
6	0,604	0,361	Valid
7	0,373	0,361	Valid
8	0,621	0,361	Valid
9	0,411	0,361	Valid
10	0,676	0,361	Valid
11	0,560	0,361	Valid
12	0,568	0,361	Valid

Sumber: Data diolah (2026)

Sedangkan uji reliabilitas menunjukan nilai *Cronbach's Alpha* pada penelitian ini sebesar 0.814 dengan jumlah item sebanyak 12. Nilai *Cronbach's Alpha* pada penelitian ini sebesar $0.814 > 0,70$ sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini.

Nilai Kegunaan dan Kombinasi Produk

Berdasarkan estimasi nilai kegunaan (*utility value*) dari setiap taraf atribut, hasil analisis konjoin menghasilkan nilai kegunaan dari setiap level atribut sebagaimana disajikan pada Tabel 3. Nilai kegunaan positif menunjukkan bahwa level tersebut lebih disukai konsumen, sedangkan nilai negatif menunjukkan sebaliknya.

Tabel 3 Nilai kepentingan dan utilitas keseluruhan tiap level atribut

Atribut	Level	Utility Estimate	Std. Error
Tekstur	Padat	-0.053	0.024
	Kenyal	0.053	0.024
Rasa	Manis	-0.037	0.024
	Manis & Asam	0.037	0.024
Warna	Merah Pekat	0.092	0.024
	Merah Pudar	-0.092	0.024
Kemasan	Sachet	-0.028	0.024
	Standing pouch	0.028	0.024
Ukuran Kemasan	50gr-100gr	-0.09	0.024
	100gr-150gr	0.09	0.024
Pemanis	Gula	-0.15	0.024
	Stevia	0.15	0.024
Tingkat Kemanisan	50%	0.158	0.024
	100%	-0.158	0.024
Harga	Rp12.000-Rp18.000	0.02	0.024
	Rp18.000-Rp22.000	-0.02	0.024

Atribut	Level	Utility Estimate	Std. Error
Constant		3.472	0.024

Sumber: Data diolah (2026)

Nilai Kepentingan Relatif Atribut

Analisis tingkat kepentingan atribut dilakukan menggunakan metode analisis konjoin dengan bantuan *software* SPSS versi 25 untuk mengetahui atribut yang paling memengaruhi preferensi konsumen terhadap produk permen *gummy* stroberi. Atribut dengan nilai kepentingan tertinggi menunjukkan bahwa atribut tersebut menjadi faktor utama yang paling diprioritaskan dan paling memengaruhi konsumen dalam menentukan preferensi terhadap produk permen *gummy* stroberi. Hasil analisis disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4 Nilai kepentingan atribut

Atribut	Nilai
Tekstur	9.832
Rasa	10.927
Warna	13.336
Kemasan	10.942
Ukuran_Kemasan	11.338
Pemanis	17.931
Tingkat_Kemanisan	14.354
Harga	11.340

Sumber: Data diolah (2026)

Hasil Uji Kolerasi

Hasil uji korelasi digunakan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara preferensi yang dihasilkan dari model dengan preferensi jawaban responden. Uji ini dilakukan menggunakan metode *Pearson's R* dan *Kendall's tau*, dengan hasil secara keseluruhan disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5 Nilai *Pearson's R* dan *Kendall's tau* keseluruhan

Metode	Value	Sig
<i>Pearson's R</i>	0.988	0.000
<i>Kendall's tau</i>	0.848	0.000

Sumber: Data diolah (2026)

PEMBAHASAN

Jenis Pemanis sebagai Atribut Paling Dipertimbangkan

Hasil analisis konjoin menunjukkan bahwa jenis pemanis merupakan atribut dengan nilai kepentingan tertinggi (17,931), dengan konsumen secara konsisten memilih stevia dibandingkan gula (nilai kegunaan 0,150 vs -0,150). Temuan ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran konsumen

terhadap produk pangan rendah kalori dan rendah gula, khususnya di kalangan usia produktif yang mendominasi responden penelitian ini. Stevia sebagai pemanis alami tanpa kalori dinilai lebih aman dikonsumsi dibandingkan gula konvensional, terutama bagi konsumen yang menjalani gaya hidup sehat (Rohmaniyah et al., 2022). Preferensi terhadap stevia dalam penelitian ini memperkuat argumen bahwa atribut kesehatan telah menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih produk camilan, melampaui pertimbangan sensoris semata (Sebayang et al., 2025). Hal ini sekaligus menegaskan relevansi dimasukkannya stevia sebagai level atribut dalam desain konjoin penelitian ini, mengingat belum ada studi preferensi permen *gummy* stroberi sebelumnya yang menguji atribut tersebut.

Tingkat Kemanisan dan Warna sebagai Atribut Pendukung

Tingkat kemanisan menempati posisi kedua dalam tingkat kepentingan atribut (14,354), dengan konsumen lebih menyukai level kemanisan 50% dibandingkan 100% (nilai kegunaan 0,158 vs -0,158). Temuan ini konsisten dengan preferensi terhadap stevia, mengindikasikan bahwa konsumen secara keseluruhan menginginkan produk dengan rasa yang tidak terlalu manis. Kecenderungan ini dapat dikaitkan dengan meningkatnya kesadaran terhadap risiko konsumsi gula berlebih, sehingga konsumen cenderung memilih produk dengan intensitas rasa manis yang tidak berlebihan. Atribut warna menempati peringkat ketiga (13,336), dengan preferensi kuat terhadap warna merah pekat (nilai kegunaan 0,092). Warna merah pekat pada permen *gummy* stroberi dinilai konsumen lebih mencerminkan keaslian bahan baku stroberi dibandingkan warna merah pudar, sehingga memberikan persepsi kualitas yang lebih tinggi. Temuan ini sejalan dengan Rohmaniyah et al. (2022) yang menyatakan bahwa konsumen menginginkan produk permen dengan warna mencolok sebagai salah satu karakteristik utama yang diharapkan.

Atribut Fisik dan Harga

Atribut ukuran kemasan, harga, kemasan, dan rasa berada pada kisaran nilai kepentingan yang relatif berdekatan (10,927–11,340), mengindikasikan bahwa keempat atribut tersebut memiliki bobot pertimbangan yang setara di benak konsumen. Konsumen lebih menyukai ukuran kemasan 100–150gram dengan kemasan *standing pouch*, yang mencerminkan kecenderungan terhadap produk dengan kuantitas lebih besar dalam kemasan yang praktis dan dapat ditutup kembali. Dari sisi harga, konsumen memilih kisaran Rp12.000–Rp18.000, yang dinilai terjangkau dan kompetitif dibandingkan produk permen *gummy* stroberi sejenis yang beredar di pasaran pada kisaran Rp22.000–Rp44.000 per 110 gram. Preferensi terhadap rasa manis-asam (nilai kegunaan 0,037) mencerminkan karakteristik alami buah stroberi yang memiliki perpaduan rasa khas, sehingga konsumen menginginkan produk olahannya tetap mempertahankan rasa tersebut.

Atribut Tekstur

Tekstur merupakan atribut dengan nilai kepentingan terendah (9,832), meskipun konsumen tetap menunjukkan preferensi terhadap tekstur kenyal dibandingkan lembut (nilai kegunaan 0,053 vs -0,053). Rendahnya nilai kepentingan tekstur tidak berarti atribut ini diabaikan, melainkan mencerminkan bahwa konsumen menganggap kekenyalan sebagai karakteristik dasar yang sudah melekat pada produk permen *gummy*, sehingga tidak menjadi faktor pembeda utama dalam pengambilan keputusan (Peranginangin, 2024). Temuan ini sejalan dengan Ramdani dan Lesmanasari (2019) yang menemukan bahwa atribut intrinsik seperti tekstur cenderung dianggap sebagai standar minimum produk, bukan sebagai faktor diferensiasi.

Kombinasi Atribut Optimal

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis konjoin, kombinasi atribut produk permen *gummy* stroberi yang paling disukai konsumen adalah tekstur kenyal, rasa manis-asam, warna merah pekat, kemasan *standing pouch*, ukuran 100–150 gram, pemanis stevia, tingkat kemanisan 50%, dan harga Rp12.000–Rp18.000. Kombinasi ini mencerminkan profil konsumen yang mengutamakan aspek kesehatan tanpa mengorbankan kenikmatan sensoris produk. Hasil ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku agroindustri stroberi, khususnya dalam merancang formulasi dan strategi pemasaran produk permen *gummy* stroberi yang berorientasi pada preferensi pasar sasaran.

SIMPULAN

Hasil analisis konjoin menunjukkan bahwa jenis pemanis merupakan atribut yang paling memengaruhi preferensi konsumen terhadap produk permen *gummy* stroberi dengan nilai kepentingan sebesar 17,93%, diikuti tingkat kemanisan (14,35%), warna (13,33%), harga (11,34%), ukuran kemasan (11,34%), kemasan (10,94%), rasa (10,93%), dan tekstur (9,83%). Temuan tersebut mencerminkan bahwa konsumen cenderung lebih mempertimbangkan aspek kesehatan dan cita rasa dibandingkan atribut fisik dalam memilih produk camilan. Konsumen secara konsisten memilih stevia sebagai jenis pemanis yang lebih disukai dibandingkan gula, yang mencerminkan meningkatnya orientasi konsumen terhadap produk camilan yang lebih menyehatkan. Kombinasi atribut produk permen *gummy* stroberi yang paling disukai konsumen adalah pemanis stevia, tingkat kemanisan 50%, rasa manis-asam, warna merah pekat, tekstur kenyal, kemasan *standing pouch* ukuran 100–150 gram, serta kisaran harga Rp12.000–Rp18.000. Kombinasi atribut tersebut dapat dijadikan landasan empiris dalam pengembangan produk permen *gummy* berbasis stroberi *gummy*.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha dalam mengembangkan formulasi produk, desain kemasan, dan strategi penetapan harga permen *gummy* stroberi sesuai preferensi konsumen. Selain itu, diperlukan pengujian organoleptik lebih lanjut untuk menyempurnakan karakteristik sensoris produk sebelum dipasarkan secara luas. Bagi peneliti selanjutnya,

disarankan untuk melakukan analisis kelayakan finansial serta pengembangan atribut yang lebih beragam dalam desain konjoin guna menghasilkan rekomendasi pengembangan produk yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelawati, K. (2021). Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Brastagi Supermarket Medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 1(2).
- Agustina, L., Irnandini, W., & Dwi Astuti, B. (2020). Formulasi Nutrasetikal Sediaan *Gummy Candy* Puree Labu Kuning (*Curcuma moschata*) dengan Variasi Kadar Gelatin dan Evaluasi Sediaan. *Prosiding Seminar Nasional Farmasi*, 2(5), 32–38.
- Haryati, S., Yuliasuti, E. R., Sudiaz, R., Simbolon, H., Eriza, N., Apriyadi, T. E., Dewi, E. K., Baroroh, R. A., Tama, Y. C. P., & Wijaya, R. (2023). Pedoman Budi Daya Stroberi. In *Pertanian Press*.
- Mahendra, Y. I., Nuraeni, N., & Amri, A. A. (2024). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Gula Aren. *Wiratani: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 7(2), 203. <https://doi.org/10.33096/wiratani.v7i2.473>
- Nafisah, D. (2022). *Pendirian Unit Bisnis Permen Jelly Stroberi pada CV Bumi Agro Technology Lembang Bandung Barat [skripsi]*. Institut Pertanian Bogor.
- Peranginangin, G. K. B. (2024). *Analisis Nilai Tambah dan Kelayakan Usaha Susu Kambing menjadi Produk Permen Sukagummies di Sahabat Ternak Farm [skripsi]*. Institut Pertanian Bogor.
- Ramdani, H., & Lesmanasari, M. (2019). PREFERENSI KONSUMEN PADA PRODUK Gumdrops Puree PEPAYA CALINA IPB. *Jurnal Agribisains*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.30997/jagi.v4i1.1537>
- Rofatin, B., Nuryaman, H., & Suyudi, S. (2018). Optimasi agroindustri stroberi optimization agroindustri strawberries. *MIMBAR AGRIBISNIS: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 1(3), 281. <https://doi.org/10.25157/ma.v1i3.48>
- Rohmaniyah, A., Hidayat, K., Mu'tamar, M. F. F., & Firmansyah, R. A. (2022). Pengembangan Produk Permen Rempah Untuk Meningkatkan Minat Konsumsi Anak. *SEMINAR NASIONAL MANAJEMEN*, 1(1).
- Sebayang, V. B., Sitepu, R. K. K., Sukandar, K. A. ., Safira, S., Rizkiana, A. S., Sukirman, S., & Aqilah, F. Z. (2025). Analisis Sikap Konsumen Terhadap Kue Kering Gluten-Free Cassava Cravings Dengan Angka Ideal. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 9(4), 2507–2515. <https://doi.org/10.31604/jim.v9i4.2025.2507-2515>
- Setyowati, A. P. (2025). *Peningkatan Nilai Tambah Susu menjadi Permen Susu Milsuki Gummy pada Cipta Rasa Farm Kabupaten Bogor [skripsi]*. Institut Pertanian Bogor.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Kuswandi, A. F. S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (A. Karim, Ed.; Vol. 2). Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Alfabeta, CV*.

- Syukrina, E. (2025). *Analisis Nilai Tambah Melon Grade C menjadi Produk Permen Gummy pada PT Lentera Agropedia Nusantara [skripsi]*. Institut Pertanian Bogor.
- Ulum, M. (2016). *Buku uji validitas dan uji reliabilitas*.
- Wardhana, A. (2024). Consumer Behavior in the Digital Era. In *EUREKA MEDIA AKSARA* (Vol. 12, Number 1). <https://doi.org/10.59298/iaajah/2025/1217783>
- Wirawan, F., Yulistiani, R., & Sarofa, U. (2025). Consumer Preference Analysis of Snack Bar Product Attributes in Surabaya Using Conjoint Analysis Method. *AJARCDE (Asian Journal of Applied Research for Community Development and Empowerment)*, 9(1), 182–187. <https://doi.org/10.29165/ajarcde.v9i1.604>