

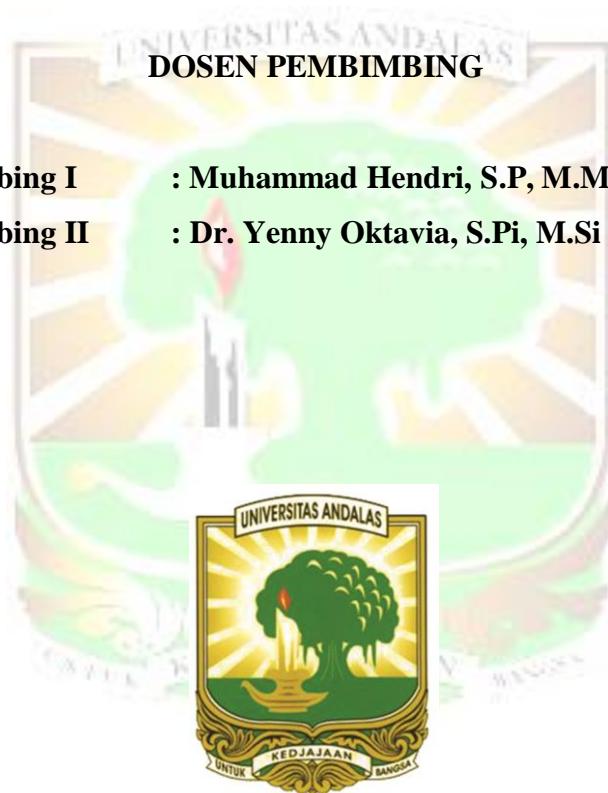
**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK CAKE BENGKUANG  
(Studi Kasus UMKM Rumah WH8 Kota Padang)**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**ATIQAH BONANZA BOTO**

**1510221029**



**Pembimbing I : Muhammad Hendri, S.P, M.M**  
**Pembimbing II : Dr. Yenny Oktavia, S.Pi, M.Si**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2019**

## **PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK CAKE BENGKUANG (Studi Kasus UMKM Rumah WH8 Kota Padang)**

### **Abstrak**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian nasional. UMKM memiliki permasalahan dalam permodalan dan pemasaran. Salah satu UMKM yang mengalami permasalahan tersebut adalah UMKM Rumah WH8. Untuk mengatasi permasalahan pemasaran tersebut, maka diperlukan pemahaman melalui persepsi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan profil usaha dan menganalisis persepsi konsumen terhadap produk cake bengkuang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus. Pengambilan sampel secara sampling insidental (accidental sampling) dengan jumlah sampel sebanyak 30 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Berdasarkan hasil persepsi konsumen secara keseluruhan bahwa konsumen belum puas dengan produk cake bengkuang. Hal ini terlihat dari tekstur dengan kinerja yang masih rendah sehingga perlu menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan. Cita rasa, warna, dan harga perlu dipertahankan, karena konsumen sudah puas terhadap kinerjanya. Kemasan, izin produksi, daya tahan, lokasi pembelian, dan ketersediaan produk, berada pada prioritas rendah dan tidak perlu menjadi pertimbangan perbaikan oleh pemilik usaha sedangkan kecepatan penjualan dalam melayani konsumen dianggap berlebihan dan perlu dikurangi dalam kinerjanya. Disarankan kepada pihak Usaha Rumah WH8 untuk melakukan perbaikan kepada tekstur cake bengkuang dan juga lebih meningkatkan promosi secara langsung kepada konsumen, sehingga konsumen lebih mengenal produk cake bengkuang Usaha Rumah WH8.

Kata Kunci: *UMKM, persepsi konsumen, cake, bengkuang*

## **CONSUMER PERCEPTION OF CAKE BENGKUANG PRODUCTS**

### **(Case Study of MSMEs Rumah WH8 Padang City)**

#### **Abstract**

*Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) played an important role in the national economy. MSMEs had problems in capital and marketing. One of the MSMEs that experienced these problems was MSMEs at Rumah WH8. To overcome these marketing problems, understanding was needed through consumer perceptions. This study aimed to describe business profiles and analyze consumer perceptions of cake bengkuang products. This research was conducted using a case study method. Sampling was incidental sampling with a total of 30 consumers. The results of overall consumers' perceptions showed that consumers were not satisfied with the cake bengkuang products. This can be seen from the texture with a low performance and needs to be a top priority for improvement. Taste, color, and price needed to be maintained, because consumers were satisfied with their performance. Packaging, production permits, durability, location of purchase, and availability of products were at low priority and did not need to be taken into consideration by business owners while the speed of sellers in serving consumers was considered excessive and needs to be reduced in performance. It is suggested to Rumah WH8 to make improvements to the texture of cake bengkuang and also increase promotions directly to consumers, so that consumers would more familiar with the Rumah WH8 cake bengkuang products.*

**Keywords:** *MSMEs, consumer perception, cake, bengkuang*