

SKRIPSI

**ANALISIS DAYA TERIMA KONSUMEN
TERHADAP PRODUK OLAHAN JAMUR TIRAM
(*Pleurotus ostreatus*) DI KOPERASI BMT TRANS
MEKAR SARI MANDIRI**

***CONSUMER ACCEPTABILITY ANALYSIS
ON PROCESSED OYSTER MUSHROOM PRODUCTS
(*Pleurotus ostreatus*) AT BMT TRANS COOPERATIVE
MEKAR SARI MANDIRI***



Anggara

22542010008

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
2026**

SKRIPSI

**ANALISIS DAYA TERIMA KONSUMEN
TERHADAP PRODUK OLAHAN JAMUR TIRAM
(*Pleurotus ostreatus*) DI KOPERASI BMT TRANS
MEKAR SARI MANDIRI**

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pertanian Pada Fakultas Pertanian
Universitas Sumatera Selatan**



ANGGARA

22542010008

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS DAYA TERIMA KONSUMEN
TERHADAP PRODUK OLAHAN JAMUR TIRAM
(*Pleurotus ostreatus*) DI KOPERASI BMT TRANS
MEKAR SARI MANDIRI**

SKRIPSI

Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Selatan

Oleh:

**Anggara
22542010008**

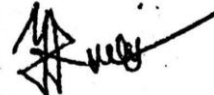
Palembang, 20 Juli 2026

Pembimbing I



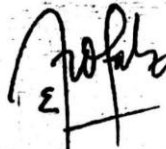
Nirmala Jayanti, S.P., M.Si.
NIDN. 0226098401

Pembimbing II



Yuwinti Nearti, S.P., M.Si.
NIDN. 0211057901

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Sumatra Selatan**



Dr. Ir. Elmeizy Arafah, M.S.
NIDN. 0223056901

RINGKASAN

ANGGARA. Analisis Daya Terima Konsumen terhadap Produk Olahan Jamur Tiram (*Pleurotus ostreatus*) di Koperasi BMT Trans Mekar Sari Mandiri. Dibimbing oleh **NIRMALA JAYANTI** dan **YUWINTI NEARTI**.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya mengetahui tingkat daya terima konsumen terhadap produk olahan hasil pertanian, khususnya produk jamur tiram krispi yang dikembangkan oleh Koperasi BMT Trans Mekar Sari Mandiri. Jamur tiram memiliki potensi sebagai komoditas pangan karena bernilai gizi, mudah dibudidayakan, dan dapat diolah menjadi produk bernilai tambah. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi daya terima konsumen dan menganalisis tingkat daya terima konsumen terhadap produk olahan jamur tiram di Koperasi BMT Trans Mekar Sari Mandiri. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Muliasari, Kecamatan Tanjung Lago, Kabupaten Banyuasin, Provinsi Sumatera Selatan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei. Sampel penelitian berjumlah 60 responden yang pernah membeli atau mengonsumsi produk jamur tiram krispi, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara terstruktur, kuesioner, uji hedonik, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, dan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya terima konsumen terhadap produk jamur tiram krispi tergolong sangat baik, dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,40 yang termasuk dalam kategori sangat suka. Atribut produk seperti rasa, aroma, tekstur, warna, dan kemasan juga memperoleh penilaian dalam kategori sangat suka, dengan nilai tertinggi terdapat pada indikator tekstur. Hasil analisis regresi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,484, yang berarti bahwa 48,40% variasi daya terima konsumen dapat dijelaskan oleh variabel rasa, aroma, tekstur, warna, kemasan, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis, sedangkan sisanya sebesar 51,60% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa atribut produk dan faktor perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap daya terima konsumen. Secara parsial, variabel warna dan faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap daya terima konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa tampilan visual produk serta kesesuaian produk dengan selera, daya beli, dan kebutuhan praktis konsumen menjadi faktor penting dalam meningkatkan penerimaan konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah produk jamur tiram krispi yang diproduksi oleh Koperasi BMT Trans Mekar Sari Mandiri sangat diterima oleh konsumen. Koperasi perlu mempertahankan kualitas produk, terutama tekstur dan kemasan, serta meningkatkan konsistensi warna produk dan menyesuaikan variasi produk dengan kebutuhan konsumen.

Kata kunci: Daya Terima Konsumen, Jamur Tiram, Produk Olahan, Jamur Krispi, Uji Hedonik, BMT Trans Mekar Sari Mandiri.

SUMMARY

ANGGARA. *Consumer Acceptance Analysis of Processed Oyster Mushroom Products (*Pleurotus ostreatus*) at BMT Trans Mekar Sari Mandiri Cooperative.*
Supervised by NIRMALA JAYANTI and YUWINTI NEARTI.

This research is motivated by the importance of knowing the level of consumer acceptance of processed agricultural products, especially crispy oyster mushroom products developed by the BMT Trans Mekar Sari Mandiri Cooperative. Oyster mushrooms have the potential as a food commodity because they have nutritional value, are easy to cultivate, and can be processed into value-added products. This study aims to identify the factors that affect consumer acceptance and analyze the level of consumer acceptance of processed oyster mushroom products at the BMT Trans Mekar Sari Mandiri Cooperative. This research was carried out in Muliasari Village, Tanjung Lago District, Banyuasin Regency, South Sumatra Province. The method used is a quantitative descriptive method with a survey approach. The research sample amounted to 60 respondents who had bought or consumed crispy oyster mushroom products, with sampling techniques using accidental sampling. Data were collected through observation, structured interviews, questionnaires, hedonic tests, and documentation. Data analysis was carried out using descriptive analysis, validity test, reliability test, and multiple linear regression with the help of the SPSS program. The results of the study show that consumer acceptance of crispy oyster mushroom products is very good, with an overall average value of 4.40 which is included in the category of very like. Product attributes such as taste, aroma, texture, color, and packaging also received ratings in the very liked category, with the highest score found in the texture indicator. The results of the regression analysis showed an R Square value of 0.484, which means that 48.40% of the variation in consumer acceptance can be explained by the variables of taste, aroma, texture, color, packaging, cultural factors, social factors, personal factors, and psychological factors, while the remaining 51.60% were influenced by other factors outside the research model. The results of the simultaneous test showed that product attributes and consumer behavior factors had a significant effect on consumer acceptance. Partially, color variables and personal factors have a significant effect on consumer acceptance. This shows that the visual appearance of the product and the suitability of the product with the taste, purchasing power, and practical needs of consumers are important factors in increasing consumer acceptance. The conclusion of this study is that crispy oyster mushroom products produced by the BMT Trans Mekar Sari Mandiri Cooperative are very well received by consumers. Cooperatives need to maintain product quality, especially texture and packaging, as well as improve product color consistency and adjust product variations to consumer needs.

Keywords: Consumer Acceptance, Oyster Mushrooms, Processed Products, Crispy Mushrooms, Hedonic Test, BMT Trans Mekar Sari Mandiri

