

*Syamsu, Arifin, Mohammad Anwar Sadat :*  
***Persepsi Konsumen Terhadap Produk Gula Sorgum (Studi Kasus : di  
Kecamatan Lau, Kabupaten Maros)***

*Jurnal Agribis Vol. 8 No.2 September 2018*

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK GULA SORGUM  
(Studi Kasus : di Kecamatan Lau, Kabupaten Maros)**

***Consumer Perception Of Sugar Sorgum Products (Case Study: in Lau District,  
Maros Regency)***

**Syamsul, Arifin, Mohammad Anwar Sadat**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Peternakan, dan Kehutanan,  
Universitas Muslim Maros.

Email : [moh.anwarsadat19@gmail.com](mailto:moh.anwarsadat19@gmail.com) / [fapertahutumma@gmail.com](mailto:fapertahutumma@gmail.com)

**ABSTRAK**

Konsumsi masyarakat terhadap gula dan zat pemanis lainnya sebagai kebutuhan pokok sehari-hari tiap tahun kian meningkat, seiring bertambahnya populasi masyarakat. Batang sorgum manis yang kaya akan gula memiliki potensi besar untuk gula, sirup, dan sebagai bahan pemanis. Karakteristik batang sorgum manis dapat menghasilkan nira mirip dengan yang dihasilkan oleh batang tebu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum dan Faktor-faktor apa yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survey. Lokasi penelitian di Kecamatan Lau, Kabupaten Maros. Sampel penelitian adalah konsumen gula sorgum yang dipilih dengan metode accidental sampling dengan jumlah 30 konsumen responden. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner dan dokumentasi. Untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap gula sorgum digunakan teknik analisis indeks dan model analisis regresi ganda digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap gula sorgum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum di Kecamatan Lau Kabupaten Maros masuk dalam kategori sedang dengan nilai 63,11%, Dan (2) Faktor-faktor yang berpengaruh nyata terhadap persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum adalah rasa, aroma, dan tekstur.

Kata kunci: persepsi, konsumen, gula sorgum

**ABSTRACT**

*Public consumption of sugar and other sweeteners as daily basic needs is increasing every year, along with the increasing population. The sugar-rich stalk of sweet sorghum has great potential for sugar, syrup, and as a sweetener. The characteristics of sweet sorghum stalks can produce sap similar to those produced by sugar cane. This study aims to determine consumer perceptions of sorghum sugar products and what factors influence consumer perceptions of sorghum sugar products. This type of research is a quantitative descriptive study with a*

*survey approach. The research location is in Lau District, Maros Regency. The research sample was consumers of sorghum sugar who were selected by accidental sampling method with a total of 30 consumer respondents. Data collection techniques using questionnaires and documentation. To analyze consumer perceptions of sorghum sugar, index analysis techniques were used and multiple regression analysis models were used to analyze the factors affecting consumer perceptions of sorghum sugar. The results showed that: (1) Consumer perceptions of sorghum sugar products in Lau District, Maros Regency were included in the medium category with a value of 63.11%, and (2) The factors that significantly influence consumer perceptions of sorghum sugar products are taste, aroma, and texture.*

**Key words:** *perception, consumers, sorghum sugar*

## **PENDAHULUAN**

Konsumsi masyarakat terhadap gula dan zat pemanis lainnya sebagai kebutuhan pokok sehari-hari tiap tahun kian meningkat, seiring bertambahnya populasi masyarakat. Di Indonesia, tanaman tebu merupakan salah satu komoditas bahan baku utama penghasil gula, yaitu gula kristal putih. Kebutuhan gula tebu yang meningkat, tidak sebanding dengan jumlah ketersediaan gula yang dapat dihasilkan oleh negeri ini. Indonesia terpaksa harus mengimpor gula dari luar negeri untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Salah satu penyebab kurangnya ketersediaan gula tebu di Indonesia yaitu lamanya umur tanaman tebu. Sejak ditanam hingga dapat dipanen, tanaman tebu memerlukan waktu tanam mencapai kurang lebih 12 bulan atau lebih. Maka dari itu, diperlukan alternatif tanaman penghasil gula selain tebu yang memiliki umur tanaman singkat dan mudah ditanam di berbagai lahan. Sorgum manis dikaji sebagai salah satu alternatif bahan pemanis yang mulai berkembang di Indonesia tahun 1970. Sorgum merupakan salah satu komoditas penghasil gula yang mempunyai masa panen lebih singkat dibandingkan tebu, yaitu 3-4 bulan.

Sorgum (*Sorghum bicolor L. Moench*) merupakan tanaman pangan yang mudah ditanam di areal marginal dan memiliki adaptasi yang luas. Tanaman sorgum merupakan tanaman sereal yang berpotensi untuk diangkat menjadi 2 komoditas agroindustri. Hal ini dimungkinkan karena tanaman sorgum memiliki banyak manfaat. Biji sorgum dapat dimanfaatkan untuk makanan pengganti beras/makanan pengganti tepung terigu, bahan baku roti, dan pada industri

makanan ringan. Selain bijinya, batang tanaman sorgum juga memiliki potensi untuk dimanfaatkan.

Batang sorgum manis menghasilkan banyak nira, dimana menurut Nimbkar (2006), setiap 5 kg batang sorgum dapat menghasilkan nira sebanyak 2,25 liter. Kadar gula yang terdapat pada batang memiliki kadar brix awal sekitar 11-14% pada nira sorgum. Nilai tersebut sangat berpotensi dalam pemanfaatannya sebagai bahan pemanis, gula alami cair, maupun sebagai bioethanol untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut tentunya didukung oleh zat yang dikandung dari nira batang sorgum sendiri, yaitu memiliki banyak kandungan sukrosa.

Batang sorgum manis yang kaya akan gula memiliki potensi besar untuk gula, sirup, dan sebagai bahan pemanis. Karakteristik batang sorgum manis dapat menghasilkan nira mirip dengan yang dihasilkan oleh batang tebu. Hal tersebut menunjukkan bahwa sorgum manis merupakan tanaman yang ideal dalam produksi gula, sirup dan bahan pemanis.

Di Indoensia sendiri Areal yang berpotensi untuk pengembangan sorgum di Indonesia sangat luas, meliputi daerah beriklim kering atau musim hujannya pendek serta tanah yang kurang subur. Daerah penghasil sorgum dengan pola pengusahaan tradisional. di Indonesia adalah Jawa Tengah (Purwodadi, Pati, Demak, Wonogiri), Daerah Istimewa Yogyakarta (Gunung Kidul, Kulon Progo), Jawa Timur (Lamongan, Bojonegoro, Tuban, Probolinggo), dan sebagian Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur. Indonesia menjadi peringkat ke 8 penghasil Sorgum di dunia dan Indonesia termasuk negara yang masih ketinggalan, baik dalam penelitian, produksi, pengembangan, penggunaan, maupun ekspor sorgum.

Potensi nira sorgum untuk dijadikan sebagai gula ataupun bahan pemanis didukung oleh kandungan gula yang ada di dalam nira sorgum. Nira sorgum yang diolah sebagai gula cair dapat digunakan sebagai bahan pemanis dalam berbagai macam produk makanan yang dapat menghasilkan cita rasa yang baik. Gula tersebut memiliki sumber kalsium yang lebih tinggi dibandingkan dengan madu (Nimbkar, 2006) .

Penelitian ini berasal dari bahan baku gula sorgum yang diperoleh dari Balai Penelitian Tanaman Serealia Maros.

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih tiga bulan yaitu mulai bulan Mei – Juli 2018 dan berlokasi di Kecamatan Lau, Kabupaten Maros.

### **B. Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

1. Data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dari lapangan,
2. Data sekunder diperoleh dari studi literatur dari berbagai sumber yang dapat dijadikan referensi dalam penelitian ini.

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

1. Observasi, dilakukan untuk mengamati secara langsung kondisi masyarakat, terhadap situasi objektif di lokasi penelitian.
2. Wawancara langsung kepada responden yang dianggap mampu memberikan gambaran ataupun jawaban dari objek penelitian.
3. Kuesioner pada dasarnya merupakan petunjuk dari metode wawancara dengan sejumlah daftar pertanyaan yang sebelumnya diberikan gambaran tentang objek penelitian.
4. Dokumentasi, Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh gambar langsung dari tempat penelitian.

### **D. Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian ini adalah semua konsumen yang tidak diketahui secara pasti atau tak terhingga di lokasi penelitian. Sampel dalam penelitian ini diambil 30 orang. Sampel konsumen diambil menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu ditentukan secara kebetulan dalam arti seluruh konsumen tersebut.

### **E. Metode Analisis Data**

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan tabulasi dan persentase. Analisis yang digunakan adalah analisis data deskriptif kuantitatif dengan menggunakan skala Likert yang diperoleh dari daftar pernyataan yang

*Syamsu, Arifin, Mohammad Anwar Sadat :*  
*Persepsi Konsumen Terhadap Produk Gula Sorgum (Studi Kasus : di*  
*Kecamatan Lau, Kabupaten Maros)*

*Jurnal Agribis Vol. 8 No.2 September 2018*

digolongkan ke dalam lima tingkatan sebagai berikut :

- a. Sangat tidak suka = 1
- b. Tidak suka = 2
- c. Agak suka = 3
- d. Suka = 4
- e. Sangat suka = 5

Model yang digunakan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap gula sorgum digunakan teknik analisis indeks untuk menggambarkan persepsi responden atas item-item pertanyaan yang diajukan. Teknik skoring yang dilakukan dalam penelitian ini adalah minimal 1 dan maksimum 5, maka perhitungan indeks jawaban responden dilakukan dengan rumus (Ferdinand, 2006) :

$$\text{Nilai Indeks} = (\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5)$$

Dimana :

- F1 : frekuensi responden yang menjawab dengan poin 1 pada angket
- F2 : frekuensi responden yang menjawab dengan poin 2 pada angket
- F3 : frekuensi responden yang menjawab dengan poin 3 pada angket
- F4 : frekuensi responden yang menjawab dengan poin 4 pada angket
- F5 : frekuensi responden yang menjawab dengan poin 5 pada angket

Sedangkan rentang skala didapatkan dari perhitungan rumus berikut :

$$RS = \frac{M - N}{K}$$

Keterangan :

- RS : Rentang Skala
- M : Skor Maksimal
- N : Skor Minimal
- K : Jumlah Kategori

Dengan menggunakan tiga kriteria maka rentang skala akan digunakan sebagai dasar interpretasi indeks sebagai berikut:

20,00 – 54,00 : Rendah

55,00 – 79,00 : Sedang  
80,00 – 100 : Tinggi

Model analisis regresi ganda yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap gula sorgum adalah:

$$Y = \ln\beta_0 + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 \ln X_2 + \beta_3 \ln X_3 + \mu$$

Keterangan :

Y = persepsi konsumen  
 $\beta_0$  = intersept  
 $\beta_1 - \beta_3$  = koefisien regresi (parameter yang ditaksir)  
 $\mu$  = *error term*  
 $X_1$  = rasa  
 $X_2$  = aroma  
 $X_3$  = tekstur

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Persepsi Konsumen Terhadap Produk Gula Sorgum**

Batang tanaman sorgum memiliki potensi untuk dimanfaatkan. Batang sorgum manis menghasilkan banyak nira. Batang sorgum manis yang kaya akan gula memiliki potensi besar untuk gula, sirup, dan sebagai bahan pemanis. Karakteristik batang sorgum manis dapat menghasilkan nira mirip dengan yang dihasilkan oleh batang tebu. Hal tersebut menunjukkan bahwa sorgum manis merupakan tanaman yang ideal dalam produksi gula, sirup dan bahan pemanis. Potensi nira sorgum untuk dijadikan sebagai gula ataupun bahan pemanis didukung oleh kandungan gula yang ada di dalam nira sorgum. Nira sorgum yang diolah sebagai gula cair dapat digunakan sebagai bahan pemanis dalam berbagai macam produk makanan yang dapat menghasilkan cita rasa yang baik.

Hasil penelitian tentang persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum dapat disajikan pada tabel 1 berikut.

*Syamsu, Arifin, Mohammad Anwar Sadat :*  
***Persepsi Konsumen Terhadap Produk Gula Sorgum (Studi Kasus : di  
Kecamatan Lau, Kabupaten Maros)***

*Jurnal Agribis Vol. 8 No.2 September 2018*

Tabel 1. Persepsi Konsumen Terhadap Produk Gula Sorgum di Kecamatan Lau Kabupaten Maros

No	Uraian	Persentase (%)	Ket.
1	Rasa pada produk gula Sorgum	63,33	Sedang
2	Aroma pada produk gula Sorgum	50,67	Rendah
3	Tekstur pada produk gula Sorgum	75,33	Sedang
Total Persepsi Konsumen		189	-
Rata-rata Persepsi Konsumen		63,11	Sedang

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa, ada 3 bagian atau indikator untuk menilai persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum di Kabupaten Maros. Berdasarkan indikator tersebut diperoleh hasil yaitu untuk rasa pada produk gula sorgum diperoleh nilai dengan kategori sedang. ini memberikan gambaran bahwa konsumen merespon terhadap produk gula sorgum. Respon konsumen tersebut mengindikasikan bahwa produk gula sorgum ditinjau dari segi rasa dapat diterima dan sesuai keinginan konsumen tersebut.

Pada penilaian yang lain yaitu untuk indikator aroma pada produk gula sorgum diperoleh nilai dengan kategori rendah. Berdasarkan kategori tersebut memberikan gambaran bahwa persepsi konsumen merespon terhadap aroma pada produk gula sorgum. Respon konsumen tersebut memberikan gambaran bahwa konsumen merespon terhadap produk gula sorgum. Respon konsumen tersebut mengindikasikan bahwa produk gula sorgum ditinjau dari segi aroma belum dapat diterima dan belum sesuai keinginan konsumen tersebut.

Sedangkan pada penilaian untuk indikator tekstur pada produk gula sorgum diperoleh nilai dengan kategori tinggi. Berdasarkan kategori tersebut memberikan gambaran bahwa persepsi konsumen sangat merespon terhadap tekstur pada produk gula sorgum. Respon konsumen tersebut memberikan gambaran bahwa konsumen merespon terhadap produk gula sorgum. Respon konsumen tersebut mengindikasikan bahwa produk gula sorgum ditinjau dari segi tekstur dapat diterima dan sesuai keinginan konsumen tersebut. Berdasarkan indikator yang digunakan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum secara rata-rata dapat diterima dan sesuai keinginan konsumen

tersebut.

### **B. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Persepsi Konsumen Terhadap Produk Gula Sorgum**

Faktor-faktor yang berpengaruh persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum adalah rasa, aroma dan tekstur. Langkah yang dilakukan adalah menganalisis faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen melalui analisis regresi berganda.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen

Variabel	Tanda Harapan	Koefisien Regresi	Standar Error	t-hitung	Prob.	Signifikan
C	+/-	-0,001	0,021	0,060	0,953	Ns
X <sub>1</sub>	+	0,332	0,010	32,826	0,000	***
X <sub>2</sub>	+	0,277	0,007	41,085	0,000	***
X <sub>3</sub>	+	0,397	0,013	31,025	0,000	***
R <sup>2</sup>		0,998				
Adjusted		0,995	*** = Signifikan pada kesalahan 1%			
R-Square		0,0114	ns = Tidak signifikan			
S.E. of Regression		1,775				
F-Statistik		***				

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan hasil analisis yang tersaji pada Tabel 2, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,998. Hal ini berarti sebanyak 99,8 persen variasi dari variabel persepsi konsumen dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen dalam model. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai F hitung ( $\alpha$ : 1%), sebesar 1.775 lebih besar dari F tabel (6,37) berarti bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum.

Hasil uji t terhadap variabel independen menunjukkan variabel independen yang berpengaruh nyata terhadap persepsi konsumen adalah rasa ( $X_1$ ), aroma ( $X_2$ ), dan tekstur ( $X_3$ ). Koefisien regresi rasa, aroma dan tekstur bertanda positif. Berarti setiap penambahan faktor persepsi konsumen akan menaikkan persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum.

#### **1. Rasa ( $X_1$ )**

Koefisien regresi rasa mempunyai koefisien regresi positif dan



berpengaruh nyata terhadap persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum. Koefisien regresi rasa sebesar 0,332, hasil uji t berpengaruh nyata pada tingkat kepercayaan 99 persen. Hal ini menunjukkan bahwa rasa berpengaruh nyata terhadap persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum. Berarti setiap kenaikan rasa sebesar 1 persen akan menaikkan persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum sebesar 0,332 persen. Rasa pada produk gula sorgum memberikan penilaian kepuasan kepada konsumen. Oleh karena itu rasa adalah bagian yang memberi kesan untuk menilai suatu produk yang dikonsumsi, dalam hal ini adalah produk gula sorgum.

## **2. Aroma (X<sub>2</sub>)**

Koefisien regresi aroma mempunyai koefisien regresi positif dan berpengaruh nyata terhadap persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum. Koefisien regresi aroma sebesar 0,277, hasil uji t berpengaruh nyata pada tingkat kepercayaan 99 persen. Hal ini menunjukkan bahwa aroma berpengaruh nyata terhadap persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum. Berarti setiap kenaikan aroma sebesar 1 persen akan menaikkan persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum sebesar 0,277 persen. Aroma adalah salah satu bagian yang dapat digunakan sebagai indikator untuk menentukan persepsi konsumen terhadap suatu produk. Dengan demikian indikator aroma adalah bagian indikator yang tepat untuk menilai persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum.

## **3. Tekstur (X<sub>3</sub>)**

Koefisien regresi tekstur mempunyai koefisien regresi positif dan berpengaruh nyata terhadap persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum. Koefisien regresi tekstur sebesar 0,397, hasil uji t berpengaruh nyata pada tingkat kepercayaan 99 persen. Hal ini menunjukkan bahwa tekstur berpengaruh nyata terhadap persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum. Berarti setiap kenaikan tekstur sebesar 1 persen akan menaikkan persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum sebesar 0,397 persen. Tekstur adalah salah satu bagian yang dapat digunakan sebagai indikator untuk menentukan penilaian persepsi konsumen terhadap suatu produk dalam hal ini produk gula sorgum. Berdasarkan penilaian konsumen ditinjau hasil persepsi, maka produk gula sorgum dapat diterima baik

*Syamsu, Arifin, Mohammad Anwar Sadat :*  
***Persepsi Konsumen Terhadap Produk Gula Sorgum (Studi Kasus : di  
Kecamatan Lau, Kabupaten Maros)***

*Jurnal Agribis Vol. 8 No.2 September 2018*

oleh konsumen berdasarkan indikator tekstur.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum di Kecamatan Lau Kabupaten Maros masuk dalam kategori sedang dengan nilai 63,11%.
2. Faktor-faktor yang berpengaruh nyata persepsi konsumen terhadap produk gula sorgum adalah tekstur, rasa dan aroma.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anonim, 2015. *jenis-jenis serealia dan manfaatnya*. Artikel. <http://www.mikirbae.com/2015/06/jenis-jenis-serealia-dan-manfaatnya.html>. Diakses Tanggal 12 November 2017.
- Anonim, 2015. *Persepsi konsumen*. Artikel, <http://www.kajianpustaka.com/2015/11/persepsi-konsumen.html>. Diakses Tanggal 12 November 2017.
- Anonim, 2011. *gula berbahan baku sorgum manis dan prospeknya dalam dunia bioetanol*. Artikel. <https://iinparlina.wordpress.com/2011/03/08/gula-berbahan-baku-sorgum-manis-dan-prospeknya-dalam-dunia-bioetanol/>. Diakses Tanggal 12 November 2017.
- Anonim, <http://www.tribunnews.com/2012/12/06/p3gi-kembangkan-sorgum-sugar-bit-jadi-pengganti-gula>. Diakses Tanggal 12 November 2017.
- Akuba, R.H. 2004. *Profil Aren. Pengembangan Tanaman Aren. Prosiding Seminar Nasional Aren. Tondano*. Balai Penelitian Tanaman Kelapa dan Palma Lain, 9 Juni. Hlm.1-9.
- Aqil, Muhammad dan Z. Bunyamin, 2013. *Pengelolaan Air Tanaman Sorgum*. Maros: Balai Penelitian Tanaman Serealia.
- Dajue, L dan S. Guangwei. 2000. *Sweet Sorghum A Fine Forage Crop For The Beijing Region, China*. 1 September-15 December 1999 in FAO, 2000. Vol. 32 No.2. 120 hlm.
- Depkes RI, 1999. *Daftar Komposisi Bahan Makanan*. Penerbit Bhratara, Jakarta.
- Direktorat Jenderal Tanaman Pangan dan Hortikultura. 1996. *Prospek sorgum*

**Syamsu, Arifin, Mohammad Anwar Sadat :**  
***Persepsi Konsumen Terhadap Produk Gula Sorgum (Studi Kasus : di***  
***Kecamatan Lau, Kabupaten Maros)***

*Jurnal Agribis Vol. 8 No.2 September 2018*

*sebagai bahan pangan dan industri pangan.* Risalah Simposium Prospek Tanaman Sorgum untuk Pengembangan Agroindustri, 17–18 Januari 1995. Edisi Khusus Balai Penelitian Tanaman Kacang-kacangan dan Umbi-umbian No. 41996: 2–5.

Direktorat Jenderal Perkebunan. 1996. *Sorgum manis komoditi harapan di propinsi kawasan timur Indonesia.* Risalah Simposium Prospek Tanaman Sorgum untuk Pengembangan Agroindustri, 17–18 Januari 1995. Edisi Khusus Balai Penelitian Tanaman Kacang- kacang dan Umbi-umbian No.4-1996: 6– 12.

ICRISAT. 2010. *Seed Production Procedures In Sorghum And Millet.* International Crops Research Institute For The Semi-Arid Tropics.

Irawan dan Sutrisna. 2011. *Prospek Pengembangan Sorgum di Jawa Barat Mendukung Diversifikasi Pangan.* Forum Penelitian Agro Ekonomi. Vol 29. No 2. Hal. 99-113.

Kotler. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Jilid 1 dan 2, Edisi ke-12. Jakarta: Erlangga.

Lestari dan Fadila. 2013. *Perilaku Konsumen.* Palembang: Citrabooks Indonesia.

Nadira R Sennang dan Nurfaida. 2012. *Budidaya Sorgum.* Bandung: Masagena.

Nimbkar. 2006. *Sweet Sorghum R&D at the Nimbkar Agriculture Research Institut (NARI).* Nimbkar Agriculture Research Institut (NARI), Maharashtra.

Nurdyastuti. 2008. *Pengantar Teknologi Pangan.* PT Gramedia, Jakarta.

Noerhartati,E dan Tri R. 2012. *Gula Cair Batang Sorgum: Kajian dari Metode Ekstraksi.* Prosedding Seminar Nasional PERTETA. Universitas Brawijaya. Malang.

Noerhartati,E Dan Rahayuningsih,T, 2012. *Karakterisasi Gula Cair Batang Sorgum (Sorghum sp.).* Universitas Wijaya Kusuma. Surabaya.

Pabendon, MB., Santoso, SB., dan Argosubekti, N., 2016. *Prospek Sorgum Manis sebagai Bahan Baku Bioetanol.* Artikel.  
<http://balitsereal.litbang.pertanian.go.id/wp-content/uploads/2016/11/marcias.pdf>. Diakses Tanggal 23 Juli 2018

**Syamsu, Arifin, Mohammad Anwar Sadat :**  
***Persepsi Konsumen Terhadap Produk Gula Sorgum (Studi Kasus : di***  
***Kecamatan Lau, Kabupaten Maros)***

*Jurnal Agribis Vol. 8 No.2 September 2018*

- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Cetakan Kedua. Jakarta: Prenata Media.
- Smith,CW. And Fredriksen, RA. 2000. *Sorghum: Origin, History, Technology, And Production*. New York, Wiley.
- Sirappa,M.P, 2003. *Prospek Pengembangan Sorgum Di Indonesia Sebagai Komoditas Alternatif Untuk Pangan, Pakan, Dan Industri*. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Sulawesi Selatan, Jalan Perintis Kemerdekaan km 17,5, Kotak Pos 1234, Makassar 9024.
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedelapan. CV. Alfabeta Bandung.
- Soerawidjaja, T.H. 2009. *Kimia Ringkas dan Sumber-Sumber Potensial Bahan Nabati, Slide Kuliah Teknologi Kemurgi*. Institut Teknologi Bandung.
- Sudaryono. 1996. *Prospek sorgum di Indonesia: Potensi, peluang dan tantangan pengembangan agribisnis. Risalah Simposium Prospek Tanaman Sorgum untuk Pengembangan Agroindustri, 17–18 Januari 1995*. Edisi Khusus Balai Penelitian Tanaman Kacang-kacangan dan Umbi-umbian No. 41996: 25–38.
- Walgito, Bimo. 2010.