

**PREFERENSI KONSUMEN MINYAK GORENG CURAH DAN BERMERK
PADA RUMAH TANGGA PEDESAAN DI KABUPATEN JEMBER:
SEBUAH ANALISIS MULTIATRIBUT FISHBEIN**

***CONSUMER PREFERENCES OF BULK AND BRANDED COOKING OIL AMONG
RURAL HOUSEHOLDS IN JEMBER DISTRICT: A MULTIATTRIBUTE
FISHBEIN ANALYSIS***

Savira Putri Wulandari¹, Ahmad Zainuddin^{1*}

¹Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jember
Jl. Kalimantan Tegalboto No. 37, Krajan Timur, Sumbersari, Jember, Jawa Timur, Indonesia
Email: zainuddin91.faperta@unej.ac.id

ABSTRAK

Kabupaten Jember memiliki tingkat keragaman etnis yang tinggi dengan dominan Jawa dan Madura. Munculnya fenomena berupa kebijakan minyak goreng wajib kemasan, kenaikan harga serta kelangkaan minyak goreng memengaruhi kebiasaan dan pola konsumsi konsumen. Adapun tujuan penelitian yaitu mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut minyak goreng pada rumah tangga pedesaan di Kabupaten Jember. Penelitian dilakukan di Kabupaten Jember dengan Kecamatan sampel yaitu Wuluhan, Ambulu, Kalisat, dan Arjasa. Sampel yang digunakan yaitu 120 responden dengan pembagian 30 responden per kecamatan. Penelitian dianalisis melalui analisis multiatribut fishbein. Hasil analisis menunjukkan bahwa preferensi konsumen lebih menyukai jenis minyak goreng bermerek dengan nilai preferensi 70,99 dan kategori sikap positif. Adapun atribut jenis minyak goreng bermerek yang dianggap unggul meliputi bentuk kemasan, warna, ukuran pembelian, jenis minyak goreng bermerek, jenis minyak kelapa, pasar tradisional, pasar modern, transportasi, penjelasan, sertifikasi organik, promosi, kemasan minyak goreng 1 liter, kemasan minyak goreng > 1 liter, merek, proses penyaringan, dan label halal. Produsen hendaknya mengadakan promosi dalam bentuk potongan harga serta lebih meningkatkan produksi minyak goreng bermerek karena cenderung disukai oleh konsumen. Selain itu, pemerintah perlu memberikan insentif kepada produsen yang menggunakan metode produksi lebih sehat sehingga dapat menjadi contoh bagi produsen lainnya.

Kata Kunci : Pertanian, produktivitas, padi, alihfungsi lahan

ABSTRACT

Jember Regency has a high level of ethnic diversity with dominant Javanese and Madurese. The emergence of phenomena such as the mandatory packaging of cooking oil policy, price increases and scarcity of cooking oil affect consumer consumption habits and patterns. The purpose of the study was to determine consumer preferences for cooking oil attributes in rural households in Jember Regency. The research was conducted in Jember Regency with sample sub-districts of Wuluhan, Ambulu, Kalisat, and Arjasa. The sample used was 120 respondents with a division of 30 respondents per sub-district. The research was analyzed through fishbein multiattribute analysis. The results of the analysis show that consumer preferences favor branded cooking oil with a preference value of 70.99 and a positive attitude category. The attributes of branded cooking oil that are considered superior include packaging shape, color, purchase size, branded cooking oil type, coconut oil type, traditional market, modern market, transportation, explanation, organic certification, promotion, 1 liter cooking oil packaging, cooking oil packaging > 1 liter, brand, filtering process, and halal label. Producers should hold promotions in the form of discounts and further increase the production of branded cooking oil because it tends to be preferred by consumers. In addition, the government needs to provide incentives to producers who use healthier production methods so that they can become examples for other producers.

Keywords: Consumer Preferences, Consumption, Cooking Oil

PENDAHULUAN

Minyak goreng merupakan produk turunan minyak nabati yang masuk dalam komoditas pokok dan pangan strategis masyarakat Indonesia sehingga harus selalu terpenuhi konsumsinya. Peningkatan konsumsi minyak goreng yang cukup signifikan terjadi pada tahun 2021 dengan persentase pertumbuhan perkapita sebesar 7,59 % dari tahun sebelumnya (BPS, 2022). Tingginya tingkat konsumsi pada tahun tersebut dipengaruhi oleh adanya peningkatan jumlah penduduk dengan usia produktif sehingga Indonesia dalam masa bonus demografi yang secara tidak langsung berdampak terhadap peningkatan nilai ekonomi bangsa.

Daerah dengan peningkatan konsumsi minyak goreng cukup besar di Provinsi Jawa Timur yaitu Kabupaten Jember. Jember menduduki tingkat konsumsi minyak goreng terbesar keenam di provinsi Jawa Timur. Minyak goreng juga memiliki kontribusi yang besar terhadap peningkatan inflasi di Kabupaten Jember (BPS, 2022). Kondisi tersebut juga didukung oleh banyaknya pasar tradisional dan toko swalayan di Kabupaten Jember sebagai salah satu penyedia stok minyak goreng (Fitriyah, 2022).

Pembangunan tempat penyediaan kebutuhan konsumsi mendorong timbulnya peralihan pola konsumsi minyak goreng curah menjadi minyak goreng bermerek. Akan tetapi pada kenyataannya, sebagian besar pembangunan sebagai tempat penyediaan stok konsumsi di Jember hanya sering terjadi di lingkungan perkotaan. Dewi (2018) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa pembangunan tempat sebagai penyedia barang dan jasa dengan pelayanan yang baik banyak terjadi di lingkungan perkotaan. Sedangkan wilayah pedesaan di Jember identik dengan faktor sosial budaya yang tinggi. Sebagian besar penduduk Kabupaten Jember berasal dari etnis Jawa dan Madura. Adanya perbedaan etnis diduga memiliki pola konsumsi dan kebiasaan yang berbeda.

Setiap konsumen memiliki pertimbangan yang berbeda dalam melakukan pembelian yang tercermin dari preferensi konsumen. Preferensi konsumen diartikan sebagai faktor kesukaan dimana konsumen mempunyai kebebasan untuk menentukan keputusan dalam pembelian yang dapat dipengaruhi oleh atribut tertentu. Berbagai atribut pertimbangan konsumen, seperti variasi merek, harga, dan jenis kemasan dapat dipilih dengan tingkat kepentingan masing – masing (Ivan's dan Novita, 2022). Berdasarkan fenomena tersebut, preferensi setiap konsumen terhadap keputusan pembelian terhadap atribut minyak goreng berbeda sehingga penting untuk meneliti hal tersebut secara lebih kompleks.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam menentukan daerah penelitian yaitu *purposive method*. Penelitian tersebut dilakukan pada bulan Agustus sampai dengan November 2023. Adapun metode yang digunakan pada penelitian yaitu metode deskriptif analitik dan komparatif. Metode pengambilan sampel yaitu *multistage purposive sampling* dengan sampel terbesar yaitu Jawa Timur sebagai provinsi sampel, Jember sebagai Kabupaten sampel, serta kecamatan sampel yang digunakan yaitu Wuluhan, Ambulu, Kalisat, dan Arjasa. Penentuan jumlah sampel sebanyak 120 responden dimana per kecamatan diambil sebanyak 30 responden. Adapun metode sampling yang digunakan yaitu *accidental sampling* dengan kriteria yakni: (1) konsumen pedesaan di Kabupaten Jember yang melakukan pembelian minyak goreng curah atau bermerek; (2) berusia ≥ 18 tahun; (3) berdomisili di wilayah pedesaan Kabupaten Jember.

Metode analisis data yang digunakan adalah metode *multiatribut fishbein*. Metode tersebut dapat menunjukkan sikap konsumen terhadap objek yang dikendalikan oleh atribut –

atribut penentu (Sumarwan, U., 2018). Berikut merupakan formulasi model multiatribut fishbein (Simarmata dkk, 2019).

$$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan :

A_0 = Sikap terhadap objek;

b_i = Tingkat kepercayaan terhadap atribut ke-i;

e_i = Evaluasi kepentingan terhadap atribut ke-i

Perolehan nilai multiatribut fishbein dipengaruhi oleh keberadaan atribut pada jenis minyak goreng. Atribut ditentukan berdasarkan referensi penelitian terdahulu. Kemudian dibandingkan melalui hasil perhitungan nilai sikap tersebut. Jika nilai multiatribut fishbein pada minyak goreng curah lebih besar dibandingkan minyak goreng bermerek, maka dapat disimpulkan bahwa jenis minyak goreng curah lebih disukai oleh konsumen, begitupun sebaliknya. Penjelasan terkait skor tingkat kepercayaan dan evaluasi kepentingan atribut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Skor Tingkat Evaluasi dan Kepercayaan

Kategori	B_i	Kategori	e_i
Sangat tidak percaya	$-2,00 \leq x < -1,20$	Sangat tidak penting	$1,00 \leq x \leq 1,80$
Tidak Percaya	$-1,21 \leq x < -0,40$	Tidak penting	$1,81 \leq x \leq 2,60$
Ragu – ragu	$-0,41 \leq x < 0,40$	Cukup penting	$2,61 \leq x \leq 3,40$
Percaya	$0,41 \leq x < 1,20$	Penting	$2,41 \leq x \leq 4,20$
Sangat percaya	$1,21 \leq x \leq 2,00$	Sangat penting	$4,21 \leq x \leq 5,00$

Sumber: Nurmalina dkk (2012)

Menurut Mamondol (2021), pada dasarnya objek sikap memiliki tiga sifat utama yaitu positif, item negatif, serta item netral. Adapun rentang pengambilan keputusan konsumen (A_0) yakni sebagai berikut.

Tabel 2. Rentang Skor Pengambilan Keputusan (A_0)

Penilaian Sikap Setiap Atribut		Penilaian Sikap Atribut Total	
Rentang Skala	Kategori	Rentang Skala	Kategori
$-10,00 \leq x \leq -6,00$	Sangat Negatif	$-280,0 \leq x \leq -168,0$	Sangat Negatif
$-6,01 \leq x \leq -2,00$	Negatif	$-168,1 \leq x \leq -56,0$	Negatif
$-2,01 \leq x \leq 2,00$	Netral	$-56,1 \leq x \leq 56,0$	Netral
$2,01 \leq x \leq 6,00$	Positif	$56,1 \leq x \leq 168,0$	Positif
$6,00 \leq x \leq 10,00$	Sangat Positif	$168,1 \leq x \leq 280,0$	Sangat Positif

Sumber: (Shinta, 2011) diolah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Preferensi konsumen dalam memilih minyak goreng pada wilayah pedesaan di Kabupaten Jember diperoleh melalui hasil perkalian antara besarnya nilai pada tingkat kepentingan (e_i) dengan tingkat kepercayaan (b_i) yang akan menghasilkan nilai A_0 , kemudian dibandingkan untuk mengetahui minyak goreng mana yang lebih disukai oleh konsumen pada wilayah pedesaan Kabupaten Jember.

Tabel 3. Preferensi Konsumen terhadap Atribut Minyak Goreng

No	Atribut	ei	Nilai Preferensi Konsumen (A_0)					
			Migor Curah			Migor Bermerek		
			bi	ei. bi	Kategori	bi	ei. bi	Kategori
1	Bentuk Kemasan	4.03	0.83	3.34	Positif	0.88	3.55	Positif
2	Warna	4.23	1.03	4.36	Positif	1.15	4.86	Positif
3	Ukuran Pembelian	3.99	0.83	3.31	Positif	0.85	3.39	Positif
4	Kebersihan	4.36	1.25	5.45	Positif	1.24	5.41	Positif
5	Kejernihan	4.33	1.28	5.54	Positif	1.19	5.15	Positif
6	Daya Tahan	4.17	1.11	4.63	Positif	1.04	4.34	Positif
7	Kemurnian	4.34	1.22	5.29	Positif	1.18	5.12	Positif
8	Jenis Curah	3.13	1.47	4.60	Positif	-0.49	-1.53	Netral
9	Jenis Bermerek	4.03	-0.14	-0.56	Netral	1.21	4.88	Positif
10	Kelapa	1.63	-1.72	-2.80	Negatif	-1.35	-2.20	Negatif
11	Pasar Tradisional	3.42	-0.03	-0.10	Netral	0.21	0.72	Netral
12	Pasar <i>Modern</i>	2.86	-1.00	-2.86	Negatif	-0.23	-0.66	Netral
13	Toko Kelontong	3.93	1.33	5.23	Positif	0.85	3.34	Positif
14	Jarak Pembelian	4.03	1.06	4.27	Positif	0.92	3.71	Positif
15	Transportasi	3.81	0.53	2.02	Positif	0.73	2.78	Positif
16	Penjelasan	3.56	-0.14	-0.50	Netral	0.38	1.35	Netral
17	Sertifikasi Organik	2.66	-1.17	-3.11	Negatif	-0.48	-1.28	Netral
18	Iklan/ Promosi	3.25	-0.72	-2.34	Negatif	0.17	0.55	Netral
19	Kemasan < 1 liter	2.87	-0.53	-1.52	Netral	-0.38	-1.09	Netral
20	Kemasan 1 liter	4.08	-0.31	-1.26	Netral	1.11	4.53	Positif
21	Kemasan > 1 liter	2.92	-0.61	-1.78	Netral	0.13	0.38	Netral
22	Harga Terjangkau	4.49	1.72	7.72	Sangat positif	1.23	5.52	Positif
23	Merek	3.46	-0.78	-2.70	Negatif	0.62	2.15	Positif
24	Mudah didapat	4.43	1.53	6.78	Sangat positif	1.32	5.85	Positif
25	Kebiasaan	4.20	1.22	5.12	Positif	1.13	4.75	Positif
26	<i>Prestise</i>	3.26	0.36	1.17	Netral	0.10	0.33	Netral
27	Proses Penyaringan	3.82	0.19	0.73	Netral	0.93	3.55	Positif
28	Label Halal	3.99	-0.14	-0.56	Netral	0.39	1.56	Netral
Total				49.47		Netral	70.99	Positif

Sumber: Data Primer (2023) diolah

Tingkat Kepentingan Atribut Jenis Minyak goreng

1. Bentuk kemasan minyak goreng memiliki skor kepentingan sebesar 4,03 dengan kategori penting. Konsumen lebih tertarik pada bentuk kemasan *standing pouch* dengan alasan

- mudah ditemukan, harga terjangkau, fleksibel, serta keamanan terjamin dibandingkan kemasan refill.
2. Warna memiliki skor tingkat kepentingan sebesar 4,23 dengan kategori sangat penting karena konsumen menilai bahwa warna kuning keemasan menunjukkan kualitas minyak goreng yang sehat.
 3. Ukuran pembelian memiliki skor tingkat kepentingan sebesar 3,99 dengan kategori penting karena konsumen harus menyesuaikan antara keinginan dan daya beli konsumen.
 4. Kebersihan Minyak goreng memiliki skor tingkat kepentingan sebesar 4,36 dengan kategori sangat penting. Menurut Kementerian perdagangan (2013), minyak goreng bermerek memiliki kemasan yang lebih layak, higienis, dan sehat.
 5. Tingkat kejernihan Minyak Goreng memiliki skor sebesar 4,33 dan dianggap penting karena menunjukkan kualitas dan ke higienisan produk.
 6. Daya tahan memiliki skor tingkat kepentingan sebesar 4,17 dengan kategori penting karena dapat mendukung ketertarikan, kepuasan, dan kebiasaan membeli minyak goreng.
 7. Kemurnian memiliki skor sebesar 4,34 dengan kategori sangat penting. Menurut Nainggolan dkk (2016) asam lemak bebas minyak goreng curah akan meningkat akibat pemanasan berulang.
 8. Jenis minyak goreng curah memiliki skor tingkat kepentingan sebesar 3,13 dengan kategori cukup penting dengan pertimbangan harga dan ukuran pembelian yang dapat menyesuaikan.
 9. Jenis minyak goreng bermerek memiliki skor kepentingan sebesar 4,03 dengan kategori penting. Kompetisi produk minyak goreng bermerek memiliki tekanan yang tinggi sehingga muncul perbedaan persepsi antar individu (Aisyah, 2015).
 10. Minyak kelapa memiliki skor tingkat kepentingan sebesar 1,63 dengan kategori sangat tidak penting.
 11. Pasar tradisional memiliki skor tingkat kepentingan sebesar 3,42 dengan kategori penting. Menurut Ristian (2010) konsumen memilih pasar tradisional dengan pertimbangan jarak dan kegiatan jual beli yang lebih fleksibel.
 12. Pasar modern memiliki skor sebesar 2,86 dan dianggap cukup penting karena hanya menjual minyak goreng bermerek (Sarumaha, 2015).
 13. Toko kelontong merupakan usaha milik perseorangan di lingkungan masyarakat (Yunianto, Yuhastina, dan Nurhadi, 2022). Toko kelontong memiliki skor sebesar 3,93 dan dianggap penting sebagai tempat pembelian minyak goreng dengan alasan jarak, terbatasnya modal, dan transportasi.
 14. Jarak antara rumah ke kios/ pasar memiliki skor sebesar 4,03 dengan kategori penting. Konsumen membeli produk dengan jarak lokasi pembelian sekitar 100 – 1000 meter dari tempat tinggal.
 15. Transportasi memiliki skor sebesar 3,81 dan dianggap penting untuk mendistribusikan minyak goreng yang akan dipasarkan sekaligus agar mudah dalam memperoleh kebutuhan pokok tersebut. (Aisyah, 2015).
 16. Penjelasan memiliki skor tingkat kepentingan sebesar 3,56 dengan kategori penting. Penjelasan hanya tertera pada minyak goreng bermerek sehingga lebih disukai konsumen.
 17. Sertifikasi organik memiliki skor tingkat kepentingan sebesar 2,66 dengan kategori cukup penting. Organik merupakan istilah pelabelan yang sesuai dengan standar sistem pertanian organik dan disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Organik yang telah diakreditasi (BSN, 2016).
 18. Iklan/ promosi memiliki skor kepentingan sebesar 3,25 dan dianggap cukup penting karena konsumen wilayah pedesaan di Kabupaten Jember tidak tertarik dengan promosi dengan persentase 62,5 %.

19. Kemasan minyak goreng < 1 liter memiliki skor kepentingan sebesar 2,87 dan dianggap cukup penting karena hampir semua kemasan minyak goreng < 1 liter memiliki kesamaan bahan.
20. Kemasan minyak goreng 1 liter memiliki skor kepentingan sebesar 4,08 dengan kategori penting karena lebih disukai dengan pertimbangan harga, produk yang beragam, dan ukuran yang sesuai dalam konsumsi rumah tangga/ minggu.
21. Kemasan minyak goreng > 1 liter memiliki skor sebesar 2,82 dengan kategori cukup penting karena dinilai jarang dibeli untuk konsumsi rumah tangga.
22. Harga terjangkau memiliki skor sebesar 4,49 dengan kategori sangat penting. Semakin terjangkau harganya, maka semakin tinggi minat konsumen untuk membeli produk tersebut.
23. Merek memiliki skor sebesar 3,46 dengan kategori cukup penting. Tidak ada merek khusus yang menjadi acuan konsumen pada wilayah dan cenderung membeli produk yang selalu tersedia.
24. Mudah didapat memiliki skor kepentingan sebesar 4,43 dan dianggap sangat penting karena mayoritas konsumen membeli produk yang mudah didapat.
25. Kebiasaan memiliki skor kepentingan sebesar 4,20 dan dianggap sangat penting karena menjadi upaya produsen untuk memenuhi persediaan produk.
26. Prestise memiliki skor tingkat kepentingan sebesar 3,26 dan dianggap penting karena menjadi daya tarik bagi konsumen yang memunculkan kebanggaan atau menjadi terfavorit.
27. Proses penyaringan memiliki skor kepentingan sebesar 3,82 dengan kategori penting karena dapat memengaruhi kejernihan dari minyak goreng dimana semakin jernih, maka semakin sering melewati tahap penyaringan (Ristiani, 2010).
28. Label halal memiliki skor tingkat kepentingan sebesar 3,99 dengan kategori penting untuk menyeleksi produk yang akan dikonsumsi.

Tingkat Kepercayaan Konsumen Minyak Goreng Curah

1. Bentuk kemasan minyak goreng memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 0,83 dengan kategori baik karena memiliki penilaian yang baik dari segi pengemasannya yang telah dijual dan dapat diterima di kalangan masyarakat.
2. Warna minyak goreng memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 1,03 dengan kategori baik. Menurut Kusumawaty dkk (2019), mayoritas konsumen memilih jenis minyak goreng yang terlihat jernih kuning muda maupun keemasan sebagai tolak ukur kebersihan minyak goreng curah. Disisi lain
3. Ukuran pembelian memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 0,83 dengan kategori baik karena konsumen bebas menentukan ukuran pembelian sesuai dengan sumber modal.
4. Kebersihan minyak goreng curah memiliki skor kepercayaan 1,25 dengan kategori sangat baik karena dinilai tidak jauh berbeda dengan minyak goreng bermerek yang memiliki harga lebih tinggi.
5. Tingkat kejernihan minyak goreng memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 1,28 dengan kategori sangat baik karena tingkat kejernihannya telah memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.
6. Daya tahan memiliki skor kepercayaan sebesar 1,11 dengan kategori baik karena mendukung ketertarikan, kepuasan, dan kebiasaan untuk membeli produk (Aisyah, 2015).
7. Kemurnian memiliki skor kepercayaan sebesar 1,22 dengan kategori sangat baik karena bahwa hampir tidak ada perbedaan terhadap penggunaan minyak goreng curah dan bermerek.

8. Jenis minyak goreng curah memiliki skor kepercayaan sebesar 1,47 dengan kategori sangat baik. Harga minyak goreng curah pada wilayah pedesaan Kabupaten Jember berkisar Rp. 13.000 – Rp. 18.000/ liter.
9. Jenis minyak goreng bermerek memiliki skor kepercayaan sebesar -0,14 dengan kategori cukup baik dengan merek yang banyak disukai yakni minyak kita dengan pertimbangan tersedia kemasan < 1 liter.
10. Minyak kelapa memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar -1,72 dengan kategori sangat tidak baik.
11. Pasar tradisional memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar -0,03 dengan kategori cukup baik dengan pertimbangan harga yang lebih terjangkau, jarak, adanya interaksi tawar menawar, serta adanya faktor sosial yang tinggi.
12. Pasar modern memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar -1,00 dengan kategori tidak baik dengan pertimbangan jarak, jumlah pembelian yang cenderung menyesuaikan kondisi keuangan, dan dorongan kebiasaan untuk mengonsumsi produk sama.
13. Toko kelontong memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 1,33 dengan kategori sangat baik. Persebaran toko kelontong pada wilayah pedesaan di Kabupaten Jember menyediakan dua tipe jenis minyak goreng yaitu jenis minyak goreng curah dan minyak goreng bermerek.
14. Jarak antara rumah ke kios/ pasar memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 1,06 dengan kategori baik. Konsumen cenderung menyukai lokasi tempat pembelian minyak goreng curah yang dekat dengan rumah karena lebih efisien.
15. Tersedianya transportasi memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 0,53 dengan kategori baik sebagai akses pembelian kebutuhan pokok terfokus minyak goreng.
16. Penjelasan jenis minyak goreng memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar -0,14 dengan kategori cukup baik. Pada kemasan minyak goreng curah tidak terdapat penjelasan terkait deskripsi minyak goreng tersebut.
17. Sertifikasi organik memiliki skor kepercayaan sebesar -1,17 dengan kategori tidak baik. Sertifikasi organik menjadi pertimbangan kesehatan dan keselamatan dalam konsumsi suatu produk.
18. Adanya iklan/ promosi memiliki skor kepercayaan sebesar -0,72 dengan kategori tidak baik karena tidak memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian minyak goreng curah
19. Kemasan pembelian minyak goreng curah < 1 liter memiliki skor kepercayaan sebesar 0,36 dengan kategori cukup baik.
20. Kemasan pembelian minyak goreng curah 1 Liter memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 0,86 dengan kategori baik karena kemasan minyak goreng curah dengan ukuran tersebut yang dipasarkan pada wilayah pedesaan di Kabupaten Jember berbahan dasar plastik kedap udara.
21. Kemasan pembelian minyak goreng curah > 1 liter memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar -0,67 dengan kategori tidak baik. Hal tersebut disebabkan oleh minimnya konsumen atau bahkan tidak ada konsumen yang melakukan pembelian minyak goreng curah dengan volume > 1 liter.
22. Harga terjangkau memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 1,72 dengan kategori sangat baik karena harga minyak goreng curah telah dinilai terjangkau dan sesuai dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.
23. Merek memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar -0,78 dengan kategori tidak baik karena konsumen lebih mempertimbangkan harga yang terjangkau sesuai dengan sumber modal yang dimiliki.

24. Mudah didapat memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 1,53 dengan kategori sangat baik sehingga memengaruhi preferensi seseorang terhadap suatu keputusan dalam pembelian produk (Ivan's dan Novita, 2022).
25. Kebiasaan memiliki skor kepercayaan sebesar 1,22 dengan kategori sangat baik. Hal tersebut disebabkan oleh adanya kebiasaan konsumen diselaraskan dengan pengeluaran kebutuhan lainnya maupun kepuasan pasca pembelian.
26. Prestise memiliki skor kepercayaan sebesar 0,36 dengan kategori cukup baik. Sebagian besar konsumen berasumsi bahwa minyak goreng yang memiliki tujuan memenuhi kebutuhan pokok, bukan semata karena sebuah prestise.
27. Proses penyaringan memiliki skor kepercayaan sebesar 0,19 dengan kategori cukup baik dalam memengaruhi kualitas dari produk minyak goreng.
28. Label halal memiliki skor kepercayaan sebesar -0,14 dengan kategori cukup baik karena dinilai melalui sertifikasi halal sebelum dipasarkan.

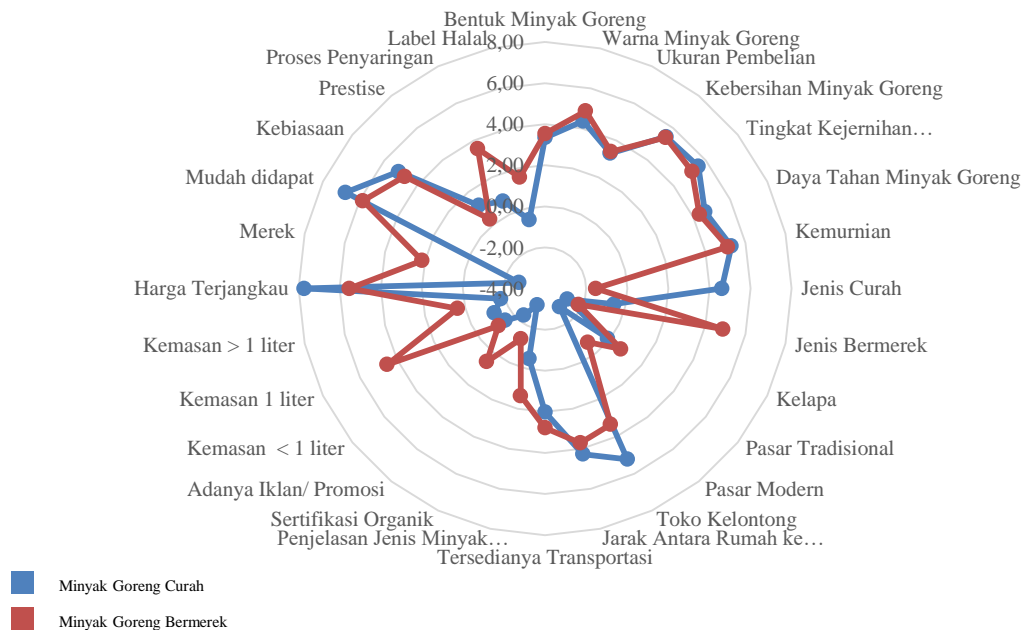
Tingkat Kepercayaan Jenis Minyak Goreng Bermerek

1. Bentuk kemasan minyak goreng memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 0,88 dengan kategori baik. Penelitian Agustina dan Sunrowiyati (2016) menyatakan bahwa kualitas suatu produk berpengaruh terhadap volume penjualan dengan pemenuhan komponen seperti bentuk yang menarik, daya tahan, dan kepuasan konsumen.
2. Warna minyak goreng memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 1,15 dengan kategori baik. Konsumen akan cenderung memilih warna minyak goreng bermerek dengan warna kuning jernih.
3. Ukuran pembelian memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 0,85 dengan kategori baik penentuan keputusan membeli minyak goreng.
4. Kebersihan minyak goreng memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 1,24 dengan kategori sangat baik karena dinilai telah memenuhi standar sertifikasi sehingga kebersihan produk terjamin.
5. Tingkat kejernihan minyak goreng memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 1,19 dengan kategori baik. Konsumen melakukan pertimbangan warna dan kejernihan sebagai indikator yang mudah dilihat dan dinilai dari segi fisik (Fitriya, 2022).
6. Daya tahan memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 1,04 dengan kategori baik. Konsumen minyak goreng bermerek berasumsi bahwa minyak goreng bermerek memiliki sifat yang tidak cepat tengik dan tidak cepat hitam apabila digunakan setelah menggoreng.
7. Kemurnian memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 1,18 dengan kategori baik karena memiliki tingkat kemurnian yang cukup tinggi akibat dilaluinya proses penyaringan lebih dari dua kali dan adanya penambahan antioksidan.
8. Jenis minyak goreng curah memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar -0,49 dengan kategori tidak baik. Kusumawaty dkk (2019) yang menyatakan bahwa minyak goreng curah berasal dari CPO kualitas rendah sehingga sulit untuk memproduksi produk berkualitas dan membutuhkan biaya produksi yang besar.
9. Jenis minyak goreng bermerek memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 1,21 dengan kategori sangat baik. Rata-rata harga minyak goreng bermerek pada wilayah pedesaan di Kabupaten Jember berkisar Rp.13.500 – 20.000/ liter.
10. Minyak kelapa memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar -1,35 dengan kategori sangat tidak baik.
11. Pasar tradisional memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 0,21 dengan kategori cukup baik dengan pertimbangan harga yang lebih terjangkau, jarak antara tempat tinggal konsumen dengan pasar tradisional relatif dekat, serta adanya interaksi tawar menawar.

12. Pasar modern memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar -0,23 dengan kategori tidak baik.
13. Toko kelontong memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 0,85 dengan kategori baik sebagai lokasi pembelian dari produk minyak goreng.
14. Jarak antara rumah ke kios/ pasar memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 0,92 dengan kategori baik dengan pertimbangan untuk mengefisiensikan biaya pengeluaran dan pengorbanan waktu dalam pembelian maupun distribusi produk.
15. Tersedianya transportasi memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 0,73 dengan kategori baik untuk mendapatkan minyak goreng dengan harga relatif terjangkau.
16. Penjelasan jenis minyak goreng memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 0,38 dengan kategori cukup baik.
17. Sertifikasi organik memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar -0,48 dengan kategori tidak baik karena tingginya kualitas minyak goreng yang bisa menangkis berbagai isu kesehatan dengan syarat penggunaan tidak melebihi dua kali masa penggorengan.
18. Adanya promosi memiliki skor kepercayaan sebesar 0,17 dengan kategori cukup baik. Adanya promosi mampu memengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian minyak goreng.
19. Kemasan pembelian minyak goreng bermerek < 1 Liter memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar -0,38 dengan kategori cukup baik.
20. Kemasan pembelian minyak goreng bermerek 1 liter memiliki skor kepercayaan sebesar 1,11 dengan kategori baik. Pada umumnya kemasan minyak goreng yang dipilih berbahan dasar standing pouch kedap udara dan botol plastik
21. Kemasan pembelian minyak goreng bermerek > 1 Liter memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 0,13 dengan kategori cukup baik.
22. Harga terjangkau memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 1,23 dengan kategori sangat baik. Mayoritas konsumen minyak goreng bermerek menilai harga tersebut sudah terjangkau.
23. Merek memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 0,62 dengan kategori baik. Mayoritas konsumen membeli dan menyukai minyak goreng bermerek yang mudah ditemukan.
24. Mudah didapat memiliki skor kepercayaan sebesar 1,32 dengan kategori sangat baik karena memengaruhi preferensi terhadap keputusan dalam pembelian produk (Ivan's dan Novita, 2022).
25. Kebiasaan memiliki skor kepercayaan sebesar 1,13 dengan kategori baik. Kebiasaan mengartikan suatu kegiatan yang sering dilakukan oleh konsumen dalam melakukan pembelian minyak goreng bermerek (Ivan's dan Novita, 2022).
26. Prestise memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 0,10 dengan kategori cukup baik.
27. Proses penyaringan memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 0,93 dengan kategori baik sebagai kesediaan membayar konsumen atas suatu produk minyak goreng.
28. Label halal memiliki skor tingkat kepercayaan sebesar 0,39 dengan kategori cukup baik karena memberikan jaminan rasa aman sekaligus meningkatkan kepuasan konsumen.

Preferensi Konsumen Minyak Goreng

Secara keseluruhan diketahui bahwa minyak goreng bermerek (70,99) lebih banyak disukai daripada minyak goreng curah (49,47). Atribut mudah didapat menjadi atribut tertinggi pada jenis minyak goreng bermerek dengan nilai sebesar 5,86 dan menjadi atribut tertinggi kedua pada jenis minyak goreng curah dengan nilai sebesar 6,77. Sedangkan, atribut dengan nilai preferensi tertinggi pada pembelian minyak goreng curah yaitu harga terjangkau. Adapun tingkat evaluasi kepercayaan minyak goreng juga dapat dibandingkan melalui grafik jaring laba – laba sebagai berikut.



Gambar 1. Grafik Jaringan Laba – Laba mengenai Kepercayaan Konsumen

Berdasarkan Gambar 1. menunjukkan minyak goreng memiliki keunggulan ditandai dengan garis yang menonjol. Preferensi konsumen menunjukkan tingkat kesukaan pada minyak goreng bermerek dibandingkan dengan minyak goreng curah. Jenis minyak goreng bermerek lebih unggul pada atribut berupa bentuk kemasan, warna, ukuran pembelian, jenis bermerek, minyak kelapa, pasar tradisional, pasar modern, transportasi, penjelasan, sertifikasi organik, promosi, kemasan minyak goreng bermerek 1 liter dan > 1 liter, merek, proses penyaringan, serta label halal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Preferensi konsumen pada wilayah pedesaan di Kabupaten Jember lebih menyukai minyak goreng bermerek dibandingkan minyak goreng curah dengan berbagai pertimbangan atribut yang memengaruhi. Nilai preferensi minyak goreng bermerek yaitu 70,99 dengan kategori sikap positif, sedangkan nilai preferensi minyak goreng curah yaitu 49,47 dengan kategori sikap netral. Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu produsen hendaknya mengadakan promosi dalam bentuk potongan harga serta lebih meningkatkan produksi minyak goreng bermerek karena cenderung disukai oleh konsumen. Selain itu, pemerintah perlu memberikan insentif kepada produsen yang menggunakan metode produksi lebih sehat sehingga dapat menjadi contoh bagi produsen lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada responden minyak goreng pada wilayah pedesaan di Kabupaten Jember telah memberikan informasi yang sangat bermanfaat dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A., dan Sunrowiyati, S. (2016). Analisis Faktor Kualitas Produk dan Harga guna Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Genteng UD Super Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (Penataran)*. Vol 1(1): 104 - 114.
- Aisyah, D. N. (2015). *Analisis Prioritas Strategi Pemasaran Minyak Goreng pada UD. Permata Kuning*. Malang: Repository Universitas Brawijaya.
- BPS. (2022). Tingkat Konsumsi Minyak Goreng Nasional: BPS Nasional
- BSN, B. S. (2016). Sistem Pertanian Organik. Jakarta: BSN.
- Dewi, D. S. (2018). *Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur)*. Metro: Repository IAIN Metro.
- Fadhli, K., Aprilia, E., dan Putra, I. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek dan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Minyak Goreng pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*. Vol 16(2): 96 - 104.
- Fitriya. (2022). *Perilaku Konsumen Minyak Goreng Curah dan Minyak Goreng Kemasan di Kabupaten Jember*. Jember: Repository Universitas Jember.
- Haryanti, R., Karwur, F., Lewerrisa, K., dan Ranimpi, Y. (2014). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Warna Minyak Goreng di Salatiga. *3rd Economics and Bussiness Research Festival*: 257 - 266.
- Ivan's, E., dan Novita. (2022). Analisis Preferensi Konsumen Pada Minyak Goreng Kemasan (Studi Kasus di Kecamatan Purbolinggo Lampung Timur). *Jurnal Kali Agri*, 3(2): 31 - 42.
- Nainggolan, B., Susanti, N., dan Juniar, A. (2016). Uji Kelayakan Minyak Goreng Curah dan Kemasan yang Digunakan Menggoreng secara Berulang. *Jurnal Pendidikan Kimia*. Vol 8(1): 45 - 57.
- Nurfadilah, Nurmalina, dan R, A. (2020). Kemampuan Motorik Halus Melalui Kegiatan Kolase dengan Bahan Loose Part Pada Anak Usia 4 - 6 Tahun di Bangkinang Kota. *Jote*. Vol 2(1): 224 - 230.
- Mamondol, M. R. (2021). *Dasar - Dasar Statistika*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka
- Ristiani, W. (2010). *Analisis Tipe Perilaku Konsumen Minyak Goreng di Pasar Tradisional Kabupaten Boyolali*. Surakarta: Repository Universitas Sebelas Maret.
- Santoso, Z. (2016). *Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Le Fluffly Dessert*. Surabaya: Repository Universitas Ciputra.
- Sarumaha, D. A. (2015). *Analisis Conjoint Terhadap Preferensi Konsumen Produk Minyak Goreng Kelapa Sawit di Kota Medan*. Medan: Repository Universitas Sumatera Utara.
- Simarmata, L., Osak, R., Endoh, E., dan Oroh, F. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Broiler Di Pasar Tradisional Kota Manado (Studi Kasus: Pasar Pinasungkulan Karombasan). *Zootec*. Vol 39(2): 194 - 202.
- Sumarwan, U. (2018). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. Bogor: IPB Press.
- Yunianto, R., Yuhastina, dan Nurhadi. (2022). Strategi Eksistensi Toko Kelontong di Jalan Kartika Jebres Surakarta Menghadapi Tekanan Modernisasi. *Jurnal Pendidikan*. Vol 10(3): 244 - 353.