

ANALISIS KONJOIN UNTUK MENGUKUR PREFERENSI KONSUMEN BERAS DI KECAMATAN MATARAM

CONJOINT ANALYSIS TO MEASURE PREFERENCES RICE CONSUMERS IN MATARAM DISTRICT

Anwar^{1*}, Ni Luh Sri Supartiningsih¹

¹Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

*Email penulis Korespondensi: anwar@unram.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan adalah: (1) Untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap beras di Kecamatan Mataram, dan (2) Untuk menganalisis atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen beras di Kecamatan Mataram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *metode deskriptif*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik survei dengan berpedoman pada kuesioner. Unit analisis pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli beras di Kecamatan Mataram. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan kualitatif. Penentuan daerah penelitian menggunakan *purposive sampling* dan sengaja memilih Kecamatan Mataram. Penentuan responden menggunakan rumus slovin dengan jumlah sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah *analisis konjoin*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: beras yang menjadi preferensi konsumen di Kecamatan Mataram adalah beras warna putih karena banyak konsumen atau masyarakat yang beranggapan bahwa beras yang berwarna putih memiliki kualitas yang lebih baik dibanding beras yang berwarna putih susu, dan atribut beras yang paling dipertimbangkan responden di Kecamatan Mataram adalah atribut kualitas beras, karena beras adalah makanan yang dikonsumsi sehari-hari sehingga responden memilih beras dengan mutu yang baik, dan juga apabila konsumen membeli beras dengan kualitas yang diinginkan akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen, tetapi dengan kisaran harga yang masih terjangkau sesuai dengan kemampuannya.

Kata kunci : Beras, Preferensi Konsumen, Analisis Conjoin

ABSTRACT

The aims of this research are: (1) To analyze consumer preferences for rice in Mataram District, and (2) To analyze the attributes most considered by rice consumers in Mataram District. The method used in this research is descriptive method. The data collection technique used is a survey technique guided by a questionnaire. The unit of analysis in this research is consumers who buy rice in Mataram District. The type of data used is quantitative and qualitative data. Determining the research area used purposive sampling and deliberately chose Mataram District. Determining respondents used the Slovin formula with a total of 100 respondents. The sampling technique uses the accidental sampling method. The data sources used in this research are primary data and secondary data. The data analysis used is conjoint analysis. The results of the research show that: the rice that consumers prefer in Mataram District is white rice because many consumers or the public think that white rice has better quality than milky white rice, and this is the attribute of rice that is most considered by respondents in the District. Mataram is an attribute of rice quality, because rice is food that is consumed daily so respondents choose rice with good quality, and also if consumers buy rice with the desired quality it will provide satisfaction for consumers, but at a price range that is still affordable in accordance with his abilities.

Keywords: Rice, Consumer Preferences, Conjoint Analysis

PENDAHULUAN

Komoditas beras merupakan salah satu bahan makanan pokok sekaligus bahan makanan sumber energi bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Menurut BPS (2021) menunjukkan bahwa konsumsi beras lebih tinggi dibandingkan dengan jenis makanan utama lainnya. Konsumsi beras di Indonesia yang tergolong tinggi tersebut menyebabkan

masyarakat sulit untuk menggantikan posisi beras sebagai bahan makanan pokok. Dalam kehidupan sehari-hari dapat dijumpai banyak produk-produk beras yang beredar di pasaran dan terdapat banyak pilihan produk, sehingga konsumen memiliki keleluasaan dalam memilih beras sesuai dengan yang diinginkan (Hendaris et al., 2013). Konsumen dapat dengan mudahnya berpindah dari satu produk ke produk lain sesuai dengan selera atau kesukaannya. Berdasarkan hal itu dapat dilihat bahwa daya tarik konsumen pada sebuah produk terdapat pada atribut produk yang terkandung sehingga konsumen pada akhirnya memilih produk tersebut.

Konsumsi terhadap beras sebagai pangan pokok yang sedemikian besar tentu memiliki keberagaman karakteristik maupun preferensi dari konsumen yang membeli beras (Shalihin et al., 2020). Pemakaian atribut yang tepat pada sebuah produk dapat menarik minat beli konsumen, oleh sebab itu produsen harus mengetahui apa yang menjadi kesukaan konsumen terhadap suatu produk (Mulyasari et al., 2020). Beberapa hasil penelitian sebelumnya memperlihatkan terdapat beberapa atribut beras yang biasanya diperhatikan oleh konsumen yakni seperti bentuk beras, ukuran kemasan, kualitas, kebersihan, kepulenan, derajat putih, daya tahan, butir patah, aroma, keseragaman butir beras, dan harga. Penyediaan beras di pasaran dengan bermacam-macam atribut akan mempengaruhi keputusan beli konsumen, karena konsumen akan membeli beras yang sesuai dengan preferensinya (Siringoringo, 2019).

Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), khususnya di Kota Mataram memiliki ketersediaan pangan yang beragam, baik sebagai sumber karbohidrat, protein, vitamin dan mineral, yang berasal dari kelompok padi-padian, umbi-umbian, hewani, kacang-kacangan, sayur, buah dan bijian berminyak. Potensi sumber daya pangan tersebut belum seluruhnya dimanfaatkan secara optimal sehingga pola konsumsi pangan rumah tangga masih didominasi beras dan keberagaman konsumsi pangan belum terwujud. Konsumsi beras yang tinggi dan disertai dengan peningkatan jumlah penduduk NTB yang sebagian besar mengkonsumsi beras menyebabkan total konsumsi beras yang tinggi setiap tahunnya. Pertambahan penduduk yang melaju dengan cepat menuntut ketersediaan pangan dalam jumlah yang cukup, mutu yang memadai dan cepat sehingga aspek penyediaan menjadi hal yang sangat penting (Ar-Rozi et al., 2020; Yusuf et al., 2018).

Preferensi konsumen sangat penting dan diperlukan pemahaman tentangnya agar setiap keputusan yang diambil tidak bertentangan dengan harapan konsumen. Pengetahuan mengenai kepuasan konsumen perlu diketahui juga supaya kinerja yang dinilai oleh konsumen masih kurang memuaskan dapat ditingkatkan. Memahami preferensi dan perilaku konsumen merupakan informasi pasar yang penting bagi sektor agribisnis sebagai bahan masukan untuk merencanakan, mengembangkan produk, dan memasarkan lebih baik. Konsumen akan memilih produk yang mutunya lebih baik dengan harga yang lebih murah (Hasan et al., 2022).

Menurut Hasnelly et al., (2020), sering ditemukan dalam kehidupan sehari-hari begitu banyaknya produk beras di pasaran yang ditawarkan oleh produsen atau perusahaan dengan berbagai macam pilihan sehingga menimbulkan keleluasaan konsumen dalam memilih beras yang diinginkannya. Keragaman tersebut menciptakan ketersediaan barang dalam jenis yang beragam dan merupakan daya tarik bagi konsumen untuk memberikan alternatif pilihan yang lebih bervariasi. Namun di sisi lain, keanekaragaman inilah yang dapat membuat konsumen dengan mudah berpindah dari satu produk ke produk yang lain sesuai dengan selernya. Adapun alasan konsumen merubah pilihannya yaitu karena produk yang sebelumnya dikonsumsi belum memberikan kepuasan ataupun dengan alasan ada produk lain yang mampu menawarkan keunggulan produk yang lebih baik. Dari alasan tersebut dapat disimpulkan bahwa daya

tarik konsumen terhadap suatu produk terdapat pada unsur-unsur atau atribut produk yang terkandung dalam produk beras sehingga keunikan dan keunggulan suatu atribut produk yang dimiliki akan menimbulkan daya tarik bagi konsumen agar dapat memilih produk tersebut.

Dengan adanya asumsi bahwa pemakaian atribut produk yang tepat dapat menjadi daya tarik dan minat beli konsumen. Oleh karena itu, produsen maupun pemasar harus mengetahui selera atau keinginan konsumen mengenai suka atau tidaknya terhadap produk dengan berbagai macam atribut. Untuk itu penting untuk memahami mengenai perilaku konsumen, diantaranya adalah preferensi konsumen, sehingga dilakukan penelitian tentang analisis konjoin untuk mengukur preferensi konsumen beras di Kecamatan Mataram. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap beras di Kecamatan Mataram, dan untuk menganalisis atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen beras di Kecamatan Mataram.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, metode dasar yang digunakan yaitu metode deskriptif analitis. Metode deskriptif merupakan suatu metode penelitian dengan memusatkan diri terhadap penyelesaian masalah-masalah aktual sedangkan analitis merupakan data gabungan yang mula-mula disusun kemudian dijelaskan dan selanjutnya dianalisis (Prastowo, 2022). Teknik pelaksanaan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik survei dan kuesioner.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Mataram, dengan penentuan daerah sampel penelitian dilakukan secara *purposive sampling*. Kota Mataram terdiri dari enam kecamatan dan diambil satu kecamatan yang paling banyak penduduknya yaitu Kecamatan Mataram. Sumber data pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada responden, dan data sekunder yang diperoleh melalui jurnal, publikasi data dari instansi resmi, juga melalui literasi referensi yang memiliki hubungan dengan obyek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen rumah tangga di Kecamatan Mataram. Jumlah rumah tangga pada kecamatan ini sebanyak 24.463 kepala keluarga (BPS Kota Mataram, 2023). Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan cara perhitungan statistik menggunakan rumus Slovin. Apabila dihitung dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka sampel penelitian ini sebanyak 100 konsumen rumah tangga. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*. Metode *accidental sampling* merupakan metode pemilihan sampel yang kebetulan bertemu dengan peneliti di lokasi penelitian (Amirin, 2011).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis konjoin dengan bantuan software SPSS versi 23. Analisis konjoin merupakan teknik multivariat yang digunakan untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumsi terhadap barang atau jasa. Analisis ini dapat memberikan identifikasi kombinasi atribut yang paling disukai konsumen dan identifikasi kombinasi atribut yang paling disukai konsumen dan identifikasi kepentingan relatif dari setiap atribut. Metode dasar analisis konjoin ialah

$$U(X) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{k_i} \beta_{ij} x_{ij}$$

model matematis yang mengekspresikan hubungan fundamental antara atribut dan kegunaannya (Adiyoga & Nurmalinga, 2012):

U (X) : Utility total

- β_{ij} : *Part worth* atau nilai kegunaan dari atribut ke-i taraf ke-j
 k_i : Taraf ke-j dari atribut ke-i
 m : Jumlah atribut
 x_{ij} : *Dummy variable* atribut ke-i taraf ke-j (bernilai 1 bila taraf yang berkaitan muncul dan 0 bila tidak)

Untuk menentukan tingkat kepentingan atribut ke-I (A_i) ditentukan melalui formula:

$$W_i = \frac{I_i}{\sum_{i=1}^m I_i} \times 100\%$$

Dimana: $I_i = (\max(\beta_{ij}) - \min(\beta_{ij}))$, untuk setiap i

Pada penelitian ini jumlah atribut yang digunakan adalah 7 atribut seperti pada Tabel 1. Kombinasi yang terbentuk dari atribut dan level tersebut ialah $3 \times 3 \times 3 \times 3 \times 3 \times 3 \times 3 = 2.187$ stimuli. Dengan alat bantu software SPSS versi 23 digunakan teknik *fractional factorial design* untuk menurunkan jumlah stimuli. Kegunaan dari stimuli tersebut adalah untuk diberikan penilaian oleh responden (sampel) berupa rating dengan skala likert, angka 1 = sangat tidak suka, 2 = tidak suka, 3 = biasa saja, 4 = suka, 5 = sangat suka. Berdasarkan stimuli yang telah terbentuk yaitu 18 stimuli, responden melakukan penilaian untuk mengetahui preferensi konsumen.

Tabel 1. Bentuk Atribut dan Level

No	Atribut	Level
1	Bentuk Beras	1. Butir Utuh 2. Sedang 3. Butir Patah
2	Kualitas Beras	1. Rendah 2. Medium 3. Premium
3	Warna Beras	1. Putih 2. Putih Susu 3. Kuning
4	Daya Tahan	1. < 1 Bulan 2. 1 Bulan 3. > 1 Bulan
5	Kebersihan Beras	1. Bersih 2. Sedang 3. Tidak Bersih
6	Kepulenan Nasi	1. Pulen 2. Sedang 3. Tidak Pulen
7	Harga Beras	1. < Rp 10.000 2. Rp 10.000 - Rp11.500 3. > Rp 12.000

Hasil output yang diperoleh dari *conjoint analysis* berupa nilai kegunaan (*utility*) dan nilai kepentingan (*importance values*). Nilai kegunaan (*utility*) merupakan nilai yang menggambarkan pilihan konsumen terhadap atribut produk yang disukai apabila nilai yang diperoleh hasilnya positif. Sebaliknya jika hasilnya negatif, maka konsumen tidak menyukai atribut produk tersebut. Nilai kepentingan (*importance values*) adalah nilai yang menggambarkan tingkat kepentingan responden terhadap atribut produk dalam melakukan pembelian beras. Semakin tinggi nilai kepentingan maka atribut tersebut menjadi pilihan utama konsumen dalam mengambil keputusan pembelian beras.

Output yang dihasilkan melalui proses *analisis conjoint* berupa nilai *utility* yaitu merupakan suatu perbandingan antara nilai kegunaan dengan tiap-tiap taraf atributnya. Interpretasi hasilnya adalah untuk nilai *utility* yaitu merupakan nilai yang paling besar yang menjadi kombinasi stimulasi yang disukai oleh konsumen.

Atribut yang Paling dipertimbangkan oleh Konsumen beras

Atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam membeli beras dapat dilihat dari hasil analisis konjoin dengan melihat nilai kepentingan (*importance values*). Nilai kepentingan (*importance values*) adalah nilai yang menggambarkan tingkat kepentingan atribut produk bagi konsumen dalam melakukan pembelian beras. Semakin tinggi nilai kepentingan maka atribut tersebut menjadi pilihan utama konsumen dalam mengambil keputusan pembelian beras.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden menggambarkan kondisi atau keadaan serta status konsumen. Hasil rekap pengisian kuesioner mengenai karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, umur, jumlah anggota keluarga, tingkat pendidikan serta tingkat pendapatan rumah tangga per bulannya dapat dilihat pada Tabel 2.

Hasil survei menunjukkan bahwa responden lebih banyak yaitu perempuan sebanyak 85%. Responden lebih banyak yang berjenis kelamin perempuan karena jenis kelamin berpengaruh terhadap selera dan kebiasaan. Rata-rata umur responden yaitu pada kisaran umur 15-64 tahun sebanyak 91%, sedangkan kisaran umur > 64 tahun sebanyak 9%. Karakteristik konsumen dari sisi umur responden memperlihatkan di rentang usia produktif, namun banyak yang kehilangan sumber pendapatannya sebagai akibat pandemi Covid-19 yang melumpuhkan hampir seluruh sektor perekonomian.

Jumlah anggota keluarga dianggap memiliki andil dalam mempengaruhi preferensi konsumen dalam mengkonsumsi beras berdasarkan hasil penelitian. Hal ini diperlihatkan dari hasil penelitian jumlah responden terbanyak memiliki jumlah anggota keluarga 3-4 orang yaitu sebanyak 54%. Jumlah konsumsi dalam rumah tangga sangat dipengaruhi oleh anggota keluarga yang menjadi tanggungannya karena sehubungan dengan semakin banyaknya kebutuhan (Lestari, 2016). Seseorang yang mempunyai pendidikan yang tinggi cenderung akan lebih kritis dalam mempertimbangkan keputusan dalam memilih makanan yang akan dikonsumsi. Hal ini diperlihatkan dari jumlah responden yang berpendidikan SMA ke atas sebanyak 65%. Pendapatan rumah tangga responden juga bervariasi, hal ini disebabkan karena beragamnya mata pencaharian masyarakat. Pendapatan rumah tangga responden terbanyak pada pendapatan yang berkisar antara Rp 2.500.000 - Rp 4.500.000 per bulannya yaitu sebanyak 70%. Pendapatan merupakan indikator yang dapat menggambarkan besarnya daya beli seorang konsumen. Pendapatan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat.

Tabel 2. Karakteristik responden di Kecamatan Mataram

Karakteristik	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
- Perempuan	85	85,0
- Laki-laki	15	15,0
Kelompok Umur (tahun)		
- 15 - 64	91	91,0
- > 64	9	9,0
Jumlah Anggota Keluarga (orang)		
- 1 - 2	25	25,0
- 3 - 4	54	54,0
- \geq 5	21	21,0
Tingkat Pendidikan		
- SD	17	17,0
- SMP	18	18,0
- SMA/SMK	43	43,0
- Perguruan Tinggi	22	22,0
Pendapatan Keluarga (R)		
- < 2.500.000	20	20,0
- 2.500.000 – 4.500.000	70	70,0
- > 4.500.000	10	10,0

Preferensi konsumen terhadap atribut-atribut beras preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai relatif penting setiap atribut yang terdapat pada suatu produk. Pemahaman preferensi konsumen bertujuan untuk meneruskan strategi pemasaran yang berkelanjutan agar barang maupun jasa yang dipasarkan dapat tetap diminati oleh konsumen (Aiman et al., 2017).

Tabel 3. Nilai korelasi dari atribut-atribut yang digunakan

Correlations		
	Value	Sig.
Pearson's R	.791	.000
Kendall's tau	.684	.000

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai Sig. pada Pearson's R dan Kendall's Tau sebesar 0,000 artinya penelitian ini dapat dikatakan valid karena nilai Sig. berada di bawah tingkat signifikan 0,05 dan terdapat hubungan yang signifikan antara atribut-atribut beras dengan preferensi konsumen. Nilai kegunaan (*utility*) yang dihasilkan dari analisis konjoin terdiri dari nilai positif dan negatif. Nilai positif menunjukkan level atribut yang lebih disukai konsumen, dan nilai negatif menunjukkan level atribut yang tidak banyak disukai konsumen.

Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Beras

Untuk dapat mengetahui bagaimana preferensi konsumen terhadap beras dapat dilihat dari nilai *utility*. Nilai *utility* merupakan nilai yang menggambarkan pilihan konsumen terhadap atribut produk yang paling disukai jika nilai yang diperoleh hasilnya positif atau nilai yang diperolehnya lebih besar. Namun, jika hasil yang diperoleh negatif

atau nilai yang diperoleh lebih kecil maka bisa dikatakan konsumen tidak menyukai atribut produk tersebut. Adapun hasil analisis nilai utility dapat dilihat pada Tabel 4.

Bentuk Beras

Pada atribut bentuk beras, responden lebih menyukai beras dengan butir patah yang ditunjukkan dengan nilai utilitynya sebesar 0,182 dan tidak menyukai beras dengan level sedang dan butir utuh. Peneliti menemukan beberapa fakta jika responden menanak nasi menggunakan beras dengan level butir patah. Pertama, beras yang banyak patahnya akan menjadi lebih banyak saat ditanak dan hal ini sesuai dengan pernyataan (Ar-Rozi et al., 2020) bahwa konsumen cenderung menyukai beras dengan butir patah karena butir beras patah berhubungan dengan volume nasi saat ditanak. Kedua, beras dengan butir patah sangat mudah untuk disesuaikan kadar air saat dimasak sehingga kebanyakan nasinya menjadi tidak begitu pulen karena air yang digunakan dapat diatur dengan mudah.

Kualitas Beras

Responden secara keseluruhan lebih menyukai kualitas beras medium dengan nilai utility 0,161 dibandingkan kualitas beras rendah dan premium. Atribut beras kualitas medium disini adalah beras dengan mutu yang baik, dengan kadar beras patah maksimal 25% dan memiliki kadar benda asing maksimal 5% (Permentan, 2017). Rumah tangga konsumen lebih memilih beras yang berkualitas medium karena menyesuaikan dengan kemampuannya dalam membeli. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Syahrir, 2015) yang menyatakan bahwa responden dalam penelitian tersebut lebih menyukai beras yang berkualitas medium dibandingkan dengan beras yang berkualitas rendah maupun premium.

Warna Beras

Warna putih dari beras dipengaruhi oleh tingkat penyosohan. Hilangnya pigmen antosianin beras yang terdapat pada lapisan aleuron atau bekatul yang melekat pada endosperm mengakibatkan warna beras sosoh menjadi lebih putih (Hasnelly et al., 2020). Responden secara keseluruhan lebih menyukai beras yang warna putih dengan nilai utility 0,256 dibandingkan putih susu. Atribut warna tersebut adalah warna beras yang dapat dilihat secara langsung oleh konsumen. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Gunawan & Melinda (2021) yang menyatakan bahwa responden lebih menyukai beras yang warnanya putih karena banyak masyarakat yang beranggapan bahwa memiliki kualitas yang lebih baik dibanding beras yang berwarna putih susu. Penelitian lainnya yang juga sejalan dengan penelitian ini adalah Lestari & Saidah (2023) yang menyatakan bahwa responden secara keseluruhan lebih menyukai warna beras yang putih karena faktor kesehatan. Responden menganggap beras yang putih lebih sehat dibandingkan dengan beras putih susu. Penelitian lainnya yang tidak sejalan dengan penelitian ini adalah Syahrir (2015) yang menyatakan bahwa konsumen lebih menyukai warna beras yang bening karena beras akan dianggap lebih bersih yang mana bisa dilihat pada saat proses pencucian.

Tabel 4. Hasil analisis konjoin terhadap atribut dan level beras

		Utility Estimate	Std. Error
Bentuk_Beras	Butir Utuh	-.004	.261
	Sedang	-.178	.261
	Butir Patah	.182	.261
Kualitas_Beras	Rendah	.104	.261
	Medium	.161	.261
	Premium	-.057	.261
Warna_Beras	Putih	.256	.261
	Putih Susu	.106	.261
	Kuning	-.151	.261

Daya_Tahan	< 1 Bulan	.157	.261
	1 Bulan	-.071	.261
	> 1 Bulan	-.086	.261
Kebersihan_Beras	Bersih	.043	.261
	Sedang	-.021	.261
	Tidak Bersih	-.018	.261
Kepulenan_Nasi	Pulen	.239	.261
	Sedang	.096	.261
	Tidak Pulen	-.334	.261
Harga_Beras	< Rp 10.000	-.149	.261
	Rp 10.000-Rp 11.500	.244	.261
	> Rp 12.000	-.094	.261
(Constant)		2.486	.184

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Daya Tahan Beras

Responden secara keseluruhan lebih menyukai beras yang memiliki daya tahan kurang satu bulan dengan nilai utility 0,157. Atribut daya tahan yang dimaksud adalah masa simpan beras yang dilihat dari lamanya penyimpanan hingga beras rusak. Daya tahan ini dapat diperoleh bukan dengan penggunaan bahan pengawet, melainkan dengan proses penjemuran gabah sebelum digiling dan pada saat penggilingan sehingga kadar airnya di bawah 14% serta pada penyimpanan beras menggunakan alas sehingga tidak menyerap air dan memperpendek masa simpannya. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Lestari & Saidah (2023) yang menyatakan bahwa responden menyukai beras dengan daya tahan satu bulan dengan anggapan responden mengkhawatirkan beras akan rusak jika disimpan terlalu lama sebelum konsumsi terakhir. Penelitian lain yang tidak sejalan dengan hasil penelitian ini adalah Hasnelly et al., (2020) yang menyatakan bahwa konsumen menyukai beras dengan daya tahan lebih dari satu bulan karena rata-rata konsumsi beras di rumah tangga selalu lebih dari satu bulan. Penelitian lainnya yang juga tidak sejalan dengan penelitian ini adalah Hendaris et al., (2013) yang menyatakan bahwa konsumen menyukai beras dengan daya tahan lebih dari satu bulan. Persamaan dan perbedaan hasil penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi masyarakat yang dimana terdapat masyarakat yang menyimpan beras sesuai dengan kebutuhannya per bulan, jika habis baru akan membeli beras, dan juga terdapat masyarakat yang memilih menyimpan beras dalam jumlah banyak.

Kebersihan Beras

Responden secara keseluruhan lebih menyukai beras yang bersih dengan nilai utility 0,043 dibandingkan kebersihan beras yang sedang dan tidak bersih. Responden beranggapan bahwa beras yang bersih akan lebih cepat dalam proses pencuciannya sebelum dimasak dan dikonsumsi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Hasnelly et al., (2020) yang menyatakan bahwa responden lebih menyukai beras yang bersih karena beras tersebut akan dikonsumsi sehingga konsumen sangat memperhatikan kebersihannya tersebut.

Kepulenan Nasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Priyanto (2015), diperoleh informasi bahwa kepulenan dipengaruhi oleh komposisi komponen penyusun pati dalam butir beras. Beras yang mengandung amilopektin tinggi menghasilkan nasi yang pulen, juga dipengaruhi oleh rasio air yang digunakan pada proses penanakan. Responden secara keseluruhan lebih menyukai beras yang pulen dengan nilai utility 0,239 dibandingkan beras sedang dan tidak pulen. Atribut beras yang pulen ini ialah beras yang sudah menjadi

nasi yang tidak keras, terasa berair, dan saat dingin tetap lunak. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Lestari & Saidah (2023) yang menyatakan bahwa konsumen menyukai beras yang pulen karena dianggap lebih terasa kenikmatannya dibandingkan beras yang tidak pulen. Penelitian lain yang juga sejalan dengan penelitian ini adalah Hendaris et al., (2013) yang menyatakan bahwa responden secara keseluruhan lebih menyukai beras yang pulen karena menyukai beras dengan tekstur lengket dan lunak dalam mengkonsumsi nasi. Penelitian lainnya yang tidak sejalan dengan penelitian ini adalah Shalihin et al., (2020) yang menyatakan bahwa responden dalam penelitian tersebut tidak ada satupun yang menyukai beras yang pulen.

Harga Beras

Responden secara keseluruhan lebih menyukai beras yang harganya berkisar antara Rp 10.000 – Rp 11.500/kg dengan nilai utility 0,244. Atribut harga berkaitan dengan kualitas beras, karena semakin baik kualitas produk biasanya semakin tinggi harga beras. Hal ini sedikit berbeda dengan hasil penelitian Lestari & Saidah (2023) yang menyatakan bahwa responden secara keseluruhan lebih menyukai harga beras yang lebih mahal karena responden lebih memperhatikan kualitasnya. Penelitian lainnya yang sejalan dengan penelitian ini adalah Syahrir (2015) yang menyatakan bahwa konsumen lebih menyenangi beras dengan harga yang sedang, kemudian konsumen akan membeli produk alternatif jika harga beras melampaui anggaran yang dialokasikan. Penelitian lainnya yang juga sejalan dengan penelitian ini adalah Shalihin et al., (2020) yang menyatakan bahwa secara umum konsumen menyukai harga beras yang sedang. Faktor ekonomi masyarakat mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap pemilihan beras. Masyarakat yang memiliki pendapatan lebih tinggi akan memilih beras yang lebih mahal dan tentunya kualitasnya lebih baik, begitu pun sebaliknya, masyarakat yang pendapatannya lebih rendah akan memilih beras yang lebih murah bahkan memilih produk alternatif lain.

Pertimbangan Konsumen terhadap Atribut Beras

Nilai kepentingan (*importance values*) yaitu nilai yang terbesar menunjukkan atribut beras yang paling penting. Nilai kepentingan (*importance values*) dalam analisis konjoin digunakan untuk mengetahui bagaimana pertimbangan konsumen terhadap atribut beras. Berdasarkan nilai tingkat kepentingan atribut (*importance values*) yang tertera pada Tabel 5, yang merupakan hasil analisis konjoin menggunakan software SPSS versi 23, dapat diketahui kualitas beras merupakan atribut yang paling pertama dipertimbangkan ketika membeli beras dengan nilai kepentingan paling tinggi sebesar 18,258%. Atribut ini penting bagi konsumen karena jika konsumen mendapatkan beras yang sesuai dengan kualitas yang diinginkan akan memberikan kepuasan tersendiri. Konsumen rumah tangga mendahulukan kualitas untuk dipertimbangkan dibandingkan atribut lain, karena konsumen akan membeli beras yang sesuai dengan kemampuannya.

Tabel 5. Nilai kepentingan atribut beras

Atribut	Nilai Kepentingan
Bentuk_Beras	8.264
Kualitas_Beras	18.258
Warna_Beras	10.523
Daya_Tahan	12.667
Kebersihan_Beras	15.695
Kepulenan_Nasi	16.574
Harga_Beras	17.932

Harga beras merupakan atribut kedua yang dipertimbangkan oleh konsumen setelah kualitas beras dengan nilai kepentingan sebesar 17,932%. Hal ini menggambarkan bahwa responden peduli dengan harga beras yang harus dibayar asalkan kualitasnya sesuai dengan harapan dan kemampuannya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Shalihin et al., (2020) yang menyatakan bahwa responden cenderung memilih atribut harga beras sebagai atribut yang paling dipertimbangkan karena kebiasaan masyarakat dalam mengkonsumsi beras sejak dulu sehingga terbiasa. Harga memiliki fungsi sebagai alat pengukur dan pembeda suatu barang. Harga beras merupakan faktor utama yang sangat diperhatikan konsumen dalam membeli beras. Hal ini dikarenakan harga sangat berpengaruh bagi kesejahteraan masyarakat. Selain itu, harga beras menjadi pertimbangan pertama karena beras merupakan makanan pokok keluarga yang harus dipenuhi setiap hari. Sehingga ketika membeli beras, harga harus disesuaikan terlebih dahulu dengan pendapatan keluarga responden agar kebutuhan selain beras baik pangan maupun non pangan lainnya juga dapat tercukupi. Harga sangat berkorelasi dengan kualitas. Hasil ini juga sesuai dengan pernyataan Hidayat & Savitri (2020) yang menyatakan bahwa jenis, kualitas dan harga berperan penting dalam menentukan keputusan konsumen.

Kepulenan merupakan atribut ketiga yang dipertimbangkan oleh responden dengan nilai kepentingan sebesar 16,574%. Kepulenan merupakan salah satu sifat fisiokimia beras yang berperan terhadap mutu tanak dan mutu rasa yang ditunjukkan dengan tinggi rendahnya kandungan amilosa. Beras yang pulen menjadi preferensi konsumen secara keseluruhan karena konsumen merasakan kepuasan dalam mengkonsumsi beras yang pulen, karena responden tidak terbiasa memakan beras yang keras dan kering. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari & Saidah, (2023) yang menyatakan bahwa kepulenan merupakan salah satu atribut yang paling dipertimbangkan karena konsumen sangat memperhatikan nasi yang dikonsumsi pulen atau tidak.

Kebersihan merupakan atribut keempat yang dipertimbangkan oleh responden setelah kepulenan dengan nilai kepentingan sebesar 15,695%. Atribut ini penting karena beras merupakan bahan makanan yang akan dikonsumsi sehari-hari dan perlu diperhatikan kebersihannya. Beras yang bersih juga memudahkan dalam pencuciannya saat sebelum dimasak. Beras yang bersih dan bebas dari kotoran mengindikasikan bahwa beras tersebut memiliki kualitas yang bagus dan melalui proses penjemuran, penggilingan dan juga pengemasan yang benar. Sedangkan beras yang masih tercampur dengan dedak, pasir dan benda asing lainnya menunjukkan bahwa proses panen dan pasca panennya tidak dilakukan dengan benar. Beras yang bersih dapat mempermudah proses pemasakan karena setelah dilakukan pembelian konsumen tidak perlu melakukan pembersihan lagi. Namun, kebersihan beras menjadi atribut yang dipertimbangkan kedua karena sebagian besar responden berpendapat bahwa kebersihan beras masih bisa diusahakan atau diubah dengan cara membersihkannya lagi sebelum diolah menjadi nasi (Pratiwi & Al Rosyid, 2022).

Daya tahan merupakan atribut kelima yang dipertimbangkan oleh responden setelah kebersihan dengan nilai kepentingan sebesar 12,667%. Responden menginginkan beras dengan daya tahan yang hanya satu bulan, tidak terlalu lama karena apabila beras disimpan dalam waktu yang lama beras akan rusak. Warna beras merupakan atribut keenam yang dipertimbangkan oleh responden dengan nilai kepentingan sebesar 10,523%. Hal ini menggambarkan bahwa derajat putih beras tidak terlalu penting bagi konsumen, artinya konsumen tidak peduli apabila derajat putih beras yang akan dikonsumsi apakah putih susu ataupun putih jernih karena tidak mempengaruhi rasa. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Shalihin et al., (2020) yang

menyatakan bahwa responden tidak terlalu mementingkan warna beras karena pada akhirnya setelah dimasak nasinya akan berwarna lebih putih, dan juga tidak mempengaruhi rasa. Menurut responden, atribut warna cukup diperhatikan dan menjadi salah satu ketertarikan konsumen ketika melakukan pembelian beras. Warna beras dianggap penting karena dapat menunjukkan kesegaran beras dan lamanya beras disimpan. Proses penyimpanan yang terlalu lama akan mengakibatkan beras menjadi kuning yang disebabkan oleh teroksidanya beras oleh udara. Selain itu, warna beras juga dipengaruhi oleh proses penggilingan. Semakin tinggi derajat penyosohan yang dilakukan, makin putih warna yang dihasilkan karena banyak lapisan aleuron yang hilang. Lapisan aleuron mengandung zat gizi, semakin hilang lapisan aleuron maka semakin berkurang zat gizi yang ada pada beras (Nurmalina & Astuti, 2011).

Bentuk beras merupakan atribut ketujuh (terakhir) yang dipertimbangkan oleh responden dengan nilai kepentingan sebesar 8,264%. Responden tidak terlalu mempertimbangkan bentuk beras apakah yang akan dikonsumsi baik butir utuh ataupun butir patah, asalkan sesuai dengan kepuasan dan kemampuannya. Bentuk beras menempati urutan ketujuh dikarenakan sebagian responden beranggapan bahwa bagaimanapun keutuhan beras tidak mempengaruhi rasanya. Keutuhan dan kepatahan bentuk beras, pada dasarnya bentuk beras tidak mempengaruhi keamanan konsumsi beras. Faktor bentuk beras lebih berpengaruh pada nilai estetika produk. Sebagian besar responden masih bisa menerima keutuhan butir beras yang ditawarkan oleh pedagang/pegecer asalkan mayoritas keutuhan butir beras dalam batas yang wajar. Namun, beberapa responden menganggap bahwa butir beras akan berdampak pada volume nasi dan berkaitan dengan susahny penyesuaian rasio pemberian air saat hendak dimasak. Akan tetapi hal itu bisa dibenahi dan diperbaiki cara memasaknya (Yusuf et al., 2018).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan beberapa hal yaitu:

1. Beras yang menjadi preferensi konsumen di Kecamatan Mataram adalah beras warna putih karena banyak konsumen atau masyarakat yang beranggapan bahwa beras yang berwarna putih memiliki kualitas yang lebih baik dibanding beras yang berwarna putih susu.
2. Atribut beras yang paling dipertimbangkan responden di Kecamatan Mataram adalah atribut kualitas beras, karena beras adalah makanan yang dikonsumsi sehari-hari sehingga responden memilih beras dengan mutu yang baik, dan juga apabila konsumen membeli beras dengan kualitas yang diinginkan akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen, tetapi dengan kisaran harga yang masih terjangkau sesuai dengan kemampuannya.

Saran

Adapun saran pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi petani/produsen sebaiknya meningkatkan lagi terhadap atribut kebersihan beras mengingat kebersihan beras menjadi atribut yang dipertimbangkan kedua oleh konsumen karena ada keluhan konsumen terhadap beras yang dipasarkan jarang ditemukan dalam keadaan bersih dari kotoran dan benda-benda asing.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengakomodasi atribut-atribut beras yang akan dianalisis karena masih banyak lagi atribut lainnya yang harus dianalisis selain dari tujuh atribut yang sudah dipakai oleh peneliti sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoga, W., & Nurmalinda, N. (2012). Analisis konjoin preferensi konsumen terhadap atribut produk kentang, bawang merah, dan cabai merah. *Jurnal Hortikultura*, 22(3), 292–302.
- Aiman, A., Handaka, A. A., & Lili, W. (2017). Analisis preferensi konsumen dalam pengambilan keputusan membeli produk olahan perikanan di Kota Tasikmalaya (Studi kasus di pasar tradisional Cikurubuk Kecamatan Mangkubumi). *Jurnal Perikanan Kelautan*, 8(1).
- Amirin, T. (2011). *Populasi dan Sampel Penelitian 4: Ukuran Sampel Rumus Slovin*. Erlangga.
- Ar-Rozi, M. F., Masitoh, S., & Miftah, H. (2020). Analisis Persepsi Konsumen Beras Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya (Kasus Orang Tua Siswa Sekolah Alam Indonesia–Studio Alam, Depok). *Jurnal Agribisains*, 6(2), 89–100.
- BPS. (2021). *Rata-rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting*. Badan Pusat Statistik.
- BPS Kota Mataram. (2023). *Kecamatan Mataram Dalam Angka Tahun 2023*. Badan Pusat Statistik Kota Mataram.
- Gunawan, C. M., & Melinda, T. (2021). Analisis Atribut Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Memilih Produk UD Sumber Urip. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(10), 1655–1662.
- Hasan, I., Rosida, I., & Nurliani, N. (2022). Preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian beras berdasarkan kualitas beras medium dan premium pada pasar tradisional di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, 22(2), 231–236.
- Hasnelly, H., Fitriani, E., Ayu, S. P., & Hervalley, H. (2020). Pengaruh drajat penyosohan terhadap mutu fisik dan nilai gizi beberapa jenis beras. *Agritech*, 40(3), 182–189.
- Hendaris, T. W., Zakaria, W. A., & Kasymir, E. (2013). Pola Konsumsi dan atribut-atribut beras siger yang diinginkan konsumen rumah tangga di Kecamatan Natarkabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 1(3), 232–237.
- Hidayat, S. I., & Savitri, S. E. (2020). Preferensi Konsumen Beras di Pasar Krian Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Social Economic of Agriculture*, 9(2), 101–112.
- Lestari, A. P., & Saidah, Z. (2023). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Atribut Beras di Kecamatan Cibeunying Kidul, Kota Bandung. *Agrikultura*, 34(1), 28–36.
- Lestari, W. P. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi rumah tangga PNS guru SD di Kecamatan Kotaanyar Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).
- Mulyasari, V. K., Prasetyo, E., & Sumarjono, D. (2020). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Durian Lokal di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 4(1), 87–96.
- Nurmalina, R., & Astuti, E. P. (2011). Analisis preferensi dan kepuasan konsumen terhadap beras di kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur (the analysis of preferences and customer satisfaction on rice in Mulyorejo district, Surabaya, East Java). *Jurnal Sains Terapan: Wahana Informasi Dan Alih Teknologi Pertanian*, 1(1), 42–53.
- Prastowo, A. (2022). *Memahami Metode-Metode Penelitian*. Ar-Ruzz Media.
- Pratiwi, L. F. L., & Al Rosyid, A. H. (2022). Analisis Preferensi Konsumen dan Strategi Pengembangan Atribut Produk Beras di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Masa

- Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 2022, 6.3: 1073-1083., 6(3), 1073–1083.
- Priyanto, A. A. (2015). *Evaluasi Mutu Nasi Hasil Pemasakan Beras Varietas Ciherang dan IR-66 Dengan Rasio Beras dan Air yang Berbeda*. Universitas Jember.
- Shalihin, A. J., Hidayat, T., & Hamdani, H. (2020). Analisis preferensi masyarakat terhadap pembelian beras di Kota Banjarbaru. *Frontier Agribisnis*, 4(1), 34–41.
- Siringoringo, S. E. T. (2019). Analisis preferensi konsumen dan performa atribut dalam pemilihan beras di toko hokky Surabaya. *CALYPTRA*, 8(1), 2112–2128.
- Syahrir, S. A. A. T. (2015). Preferensi konsumen beras berlabel (consumer's preferences for labeled rice). *Agriekonomika*, 4(1), 10–21.
- Yusuf, Y., Amrullah, A., & Tenriawaru, A. N. (2018). Perilaku konsumen pada pembelian beras di Kota Makassar. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(2), 105–120.