Analisis Preferensi Konsumen terhadap Atribut Beras di Kecamatan Cibeunying Kidul, Kota Bandung

Ayuningtyas Puji Lestari[1], dan **Zumi Saidah**[2*]
[1]Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran
[2]Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran
Jl. Raya Bandung-Sumedang KM 21 Jatinangor Jawa Barat 45363
*Alamat korespondensi: zumi.saidah@unpad.ac.id

INFO ARTIKEL

Diterima: 28-06-2022
Direvisi: 30-12-2022
Dipublikasi: 30-04-2023

Keywords:
Attribute, Conjoint analysis, Consumer, Preferences rice

Kata Kunci:
Atribut, Analisis konjoin, Konsumen, Preferensi konsumen

ABSTRACT/ABSTRAK

Analysis of Consumer Preferences for Rice Attributes in Cibeunying Kidul District, Bandung City

The supply of rice in the market with various attributes will affect consumer buying decisions, because consumers will buy rice according to their preferences. This study aimed to determine consumer characteristics, consumer preferences and consumer desires in purchasing rice. The research design applied was quantitative design with survey research techniques. The population in this study were household consumers in Cibeunying Kidul District. The sample of this study was 100 household consumers who received social assistance. The data analysis technique in this study implemented conjoint analysis. The results obtained by conjoint analysis showed that there was a significant relationship between rice attributes and consumer preferences. The consumer's rice preference is bulk rice, medium quality rice, clean rice, fluffy, milky white for the whiteness category, one month durability for storage and the range of price about Rp. 9,000-9,500/kg. The rice attribute most considered by respondents in Cibeunying Kidul District is the quality attribute. The order of attributes from the most considered is quality, price of bulk rice, authenticity, cleanliness, durability, price of packaged rice, type of rice, and white degree.

Penyediaan beras di pasaran dengan bermacam-macam atribut akan mempengaruhi keputusan beli konsumen, karena konsumen akan membeli beras yang sesuai dengan preferensinya. Penelitian ini bertujuan mengetahui karakteristik konsumen, preferensi dan keinginan konsumen dalam pembelian beras. Desain penelitian yang diterapkan adalah desain kuantitatif dengan teknik penelitian survei. Sampel penelitian ini sebanyak 100 konsumen rumah tangga di Kecamatan Cibeunying Kidul yang menerima bantuan sosial. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis konjoin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara atribut-atribut beras dengan preferensi konsumen. Beras yang menjadi preferensi konsumen adalah beras curah, kualitas beras yang medium, beras bersih, pulen, derajat keputihan dengan warna putih susu, daya tahan satu bulan, dan dengan harga yang berkisar pada Rp 9.000-9.500/kg. Atribut beras yang paling dipertimbangkan responden di Kecamatan Cibeunying Kidul adalah atribut kualitas. Urutan atribut dari yang paling dipertimbangkan adalah kualitas, harga beras curah, kepulenan, kebersihan, daya tahan, harga beras kemasan, jenis beras, dan yang terakhir derajat warna putih.

PENDAHULUAN

Beras merupakan salah satu bahan makanan pokok sekaligus bahan makanan sumber energi bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Data yang dikumpulkan oleh Badan Pusat Statistik (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 (Haryanto, 2019). 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 (Kumboro, 2016). Pemakaian atribut yang tepat pada sebuah produk dapat menarik minat beli konsumen, oleh sebab itu perusahaan atau produsen harus mengetahui apa yang menjadi kesukaan konsumen terhadap suatu produk (Mulyasari dkk., 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.

Terjadinya infeksi Covid-19 pada awal tahun 2020 yang kemudian menyebar hampir ke seluruh dunia, mempengaruhi berbagai sektor kehidupan di masyarakat. Dampak yang paling dirasakan antara lain adalah adanya penurunan pendapatan yang pada akhirnya menyebabkan menurunnya daya beli masyarakat. Hal ini secara tidak langsung mempengaruhi konsumen dalam mempertimbangkan konsumsinya terutama beras selama masa pandemi. Pemerintah melakukan berbagai macam upaya bantuan kepada masyarakat terdampak pandemi Covid-19 untuk meningkatkan ekonomi masyarakat dan kesejahteraan masyarakat selama masa pandemi salah satunya dengan memberikan bantuan sosial. Bantuan sosial merupakan sesuatu yang diberikan kepada masyarakat untuk melindungi apabila kemungkinan terjadi resiko sosial salah satunya seperti dampak dari krisis pada masa pandemi Covid-19 dan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam bentuk uang atau barang (Fadhli dkk., 2021).

Kecamatan Cibeunying Kidul adalah salah satu kecamatan dengan penduduk terpadat di Kota Bandung, kecamatan ini juga menempati posisi teratas kasus aktif virus Covid-19. Sebagian masyarakat Kecamatan Cibeunying Kidul kehilangan pekerjaannya akibat dampak dari pandemi yang pada akhirnya mengakibatkan mereka kehilangan sumber pendapatan. Guna mengurangi dampak dari adanya pandemi ini pemerintah memberikan bantuan sosial berupa uang tunai sebesar Rp 600.000,00 sebanyak tiga tahap dan bantuan berupa paket sembako. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai preferensi konsumen guna mengetahui karakteristik konsumen dan preferensi konsumen terhadap atribut beras pada responden penerima bansos di masa pandemi Covid-19 di Kecamatan Cibeunying Kidul, Kota Bandung.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat. Penelitian dilakukan pada bulan Februari hingga April 2022. Kecamatan Cibeunying Kidul dipilih sebab merupakan salah satu kecamatan yang padat penduduk karena lokasinya dekat dengan pusat bisnis dan pemerintahan. Pertimbangan lainnya adalah kecamatan ini merupakan daerah zona merah Covid-19 dengan kasus aktif tertinggi dibandingkan kecamatan lain. Dengan asumsi banyak rumah tangga yang terkena dampak dari pandemi sehingga banyak rumah tangga yang menerima bantuan sosial dari pemerintah. Desain penelitian yang diterapkan adalah desain kuantitatif dengan teknik penelitian survei. Pendekatan survei yang diterapkan adalah *cross-sectional survey,* karena data dalam penelitian ini hanya dikumpulkan pada satu waktu saja (Creswell, 2016). Sumber data pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan 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 Cibeunying Kidul. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kecamatan Cibeunying Kidul, jumlah rumah tangga pada kecamatan ini adalah sebanyak 35.290 kepala keluaraga (KK). Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan Rumus Slovin. Slovin merupakan metode praktis untuk menentukan ukuran atau jumlah sampel dengan syarat jumlah populasi yang relatif besar dengan memperhatikan batas toleransi kesalahan yang ditetapkan (Amirin, 2011). Apabila dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sampel penelitian ini sebanyak 100 konsumen rumah tangga penerima bantuan sosial pemerintah pada dua kelurahan terpadat yang ada di Kecamatan Cibeunying Kidul, yaitu Kelurahan Sukapada dan Kelurahan Cikutra. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Simple Random Sampling* berdasarkan data yang diperoleh dari Kelurahan Cikutra dan Sukapada.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis konjoin dengan bantuan software SPSS versi 25. Sebelum melakukan analisis data, data yang diperoleh akan diuji terlebih dahulu dengan uji validitas dan reliabilitas. Analisis konjoin merupakan teknik multivariat yang digunakan untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumsi terhadap barang atau jasa (Dama dkk., 2021). 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 (Adiyoga & Nurmalinda, 2012).

Pada penelitian ini jumlah atribut yang digunakan adalah 8 atribut seperti pada Tabel 1. Kombinasi yang terbentuk dari atribut dan level tersebut ialah 2x3x3x3x2x3x3x3 = 2.916 stimuli. Dengan alat bantu SSS digunakan teknik *fractional factorial design* untuk menurunkan jumlah stimuli. Kegunaan dari stimuli tersebut adalah untuk diberikan penilaian oleh sampel berupa rating dengan skala *likert* dengan angka 1 = sangat tidak suka, 2 = tidak suka, 3 = biasa saja, 4 = suka, 5 = sangat suka. Berdasarkan stimuli yang telah terbentuk, responden melakukan penilaian untuk mengetahui preferensi konsumen.

Tabel 1. Bentuk atribut dan level

No	Atribut	Level
1.	Jenis beras	1. Beras curah 2. Beras kemasan
2.	Kualitas beras	1. Rendah 2. Medium 3. Premium
3.	Kebersihan	1. Bersih 2. Sedang 3. Ada kotoran
4.	Kepulenan	1. Pulen 2. Sedang 3. Tidak pulen
5.	Derajat putih	1. Putih susu 2. Putih jernih
6.	Daya Tahan	1. < 1 bulan 2. 1 bulan 3. > 1 bulan
7.	Harga Beras Curah	1. Rp 9.000-Rp 9.500/kg 2. Rp 10.000-Rp 10.500/kg 3. ≥ Rp 11.000/kg
8.	Harga Beras Kemasan	1. Rp 11.000-Rp 11.500/kg 2. Rp 12.000-Rp 12.500/kg 3. ≥ Rp 13.000/kg

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 survey menunjukkan bahwa responden penerima bansos lebih banyak yaitu perempuan sebanyak 70%. Responden penerima bansos lebih banyak yang berjenis kelamin perempuan karena beberapa di antaranya merupakan kepala rumah tangga, korban PHK, dan pekerja sektor informal yang terdampak pandemi Covid-19. Rata-rata umur responden penerima bantuan sosial yaitu pada kisaran umur 41-60 tahun sebanyak 53%, sedangkan yang terendah pada kisaran umur 81-100 tahun sebanyak 3%. Karakteristik konsumen dari sisi umur responden memperlihatkan di rentang usia produktif, namun, mereka kehilangan sumber pendapatannya sebagai akibat pandemi Covid-19 yang melumpuhkan hampir seluruh sektor perekonomian.

Tabel 2. Karakteristik responden penerima bantuan sosial di Kecamatan Cibeunying

Karakteristik	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis kelamin		
- Perempuan	70	70,0
- Laki-laki	30	30,0
Kelompok umur (tahun)		
- 21-40	14	14,0
- 41-60	53	53,0
- 61-80	30	30,0
- 81-100	3	3,0
Jumlah anggota keluarga (orang)		
- 1-3	11	11,0
- 4-6	86	86,0
- > 6	3	3,0
Tingkat Pendidikan		
- SD	7	7,0
- SMP	13	13,0
- SMA	74	74,0
- D3	1	1,0
- S1	5	5,0
Tingkat pendapatan keluarga (Rp)		
- < 2.000.000	5	5,0
- 2.000.000 – 4.000.000	48	48,0
- > 4.000.000	47	47,0

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 4-6 orang yaitu sebanyak 86%. 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 80%. Pendapatan rumah tangga responden juga bervariasi, hal ini disebabkan karena beragamnya mata pencaharian masyarakat. Pendapatan rumah tangga responden penerima bansos terbanyak pada pendapatan yang berkisar antara Rp2.000.000-4.000.000 per bulannya yaitu sebanyak 48%.

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 (Nauli, 2019). Pemahaman preferensi konsumen bertujuan untuk meneruskan strategi pemasaran yang berkelanjutan agar barang maupun jasa yang dipasarkan dapat tetap diminati oleh konsumen (Aiman dkk., 2017).

Tabel 3. Nilai korelasi dari atribut-atribut yang digunakan

Correlations[a]		
	Value	Sig.
Pearson's R	,86	,00
Kendall's Tau	,69	,00

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai Sig. pada *Pearson's R* dan *Kendall's Tau* sebesar 0,00 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 negative. Nilai positif menunjukkan level atribut yang lebih disukai konsumen, dan nilai negatif menunjukkan level atribut yang tidak banyak disukai konsumen. Nilai u*tility* dapat dilihat pada Tabel. 5.

Atribut Jenis

Hasil analisis konjoin pada Tabel 4 menunjukkan bahwa responden secara keseluruhan lebih menyukai jenis beras curah dengan nilai *utility* positif 0,11 dibandingkan dengan beras kemasan. Atribut beras jenis curah disini adalah beras dengan tanpa kemasan yang biasanya tersedia di pasar tradisional dan dijual dalam bentuk curah baik dalam ukuran liter maupun kilogram sehingga responden dapat membeli beras sesuai dengan banyaknya kebutuhan yang diinginkan dan juga dengan harga yang lebih terjangkau. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Hendaris dkk. (2013) yang menyatakan bahwa responden lebih menyukai beras curah dibandingkan kemasan walaupun membeli dengan ukuran yang sama. Beras yang diberikan oleh pemerintah dalam bantuan sosial adalah beras Bulog dalam bentuk kemasan yang berkualitas tinggi.

Atribut Kualitas

Responden secara keseluruhan lebih menyukai kualitas beras medium dengan nilai *utility* 0,42 dibandingkan kualitas beras rendah dan premium. Atribut beras kualitas medium disini adalah beras dengan mutu yang baik, dengan kadar beras patah maksimal 25%, parameter beras kepala minimal 75%, dan memiliki kadar benda asing maksimal 0,05% (Permentan, 2017). Rumah tangga penerima bantuan sosial 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.

Atribut Kebersihan

Responden secara keseluruhan lebih menyukai beras yang bersih dengan nilai *utility* 0,18 dibandingkan kebersihan beras yang sedang dan ada kotoran. Responden beranggapan bahwa beras yang bersih akan lebih cepat dalam proses pencuciannya sebelum dimasak dan di konsumsi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Nauli (2019) yang menyatakan bahwa responden lebih menyukai beras yang bersih karena beras tersebut akan dikonsumsi sehingga konsumen sangat memperhatikan kebersihannya tersebut.

Atribut Kepulenan

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* 0,19 dibandingkan kualitas beras sedang dan tidak pulen. Beras yang diberikan oleh pemerintah dalam bantuan sosial adalah beras pulen yang berkualitas tinggi. 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 Kumboro (2016) 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 Haryanto (2019) 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 dkk. (2020) yang menyatakan bahwa responden dalam penelitian tersebut tidak ada satupun yang menyukai beras yang pulen. Hal ini disebabkan karena responden pada penelitian tersebut berasal dari suku Banjar tidak bisa memakan nasi pulen karena terlalu lembek dan membuat perut mual pada beberapa responden suku Banjar.

Atribut Derajat Putih

Derajat 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 dkk., 2020). Responden secara keseluruhan lebih menyukai beras yang derajat putihnya adalah putih susu dengan nilai *utility* 0,07 dibandingkan putih jernih. Atribut derajat putih 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 derajat putihnya adalah putih susu karena banyak masyarakat yang beranggapan bahwa memiliki kualitas yang lebih baik dibanding beras yang berwarna putih jernih. Penelitian lainnya yang juga sejalan dengan penelitian ini adalah Haryanto (2019) yang menyatakan bahwa responden secara keseluruhan lebih menyukai derajat putih beras yang

putih susu karena faktor kesehatan. Responden menganggap beras yang putih susu lebih sehat dibandingkan dengan beras putih jernih. 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.

Atribut Daya Tahan

Responden secara keseluruhan lebih menyukai beras yang memiliki daya tahan satu bulan dengan nilai *utility* 0,07. 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 Haryanto (2019) yang menyatakan bahwa responden menyukai beras dengan daya tahan kurang dari satu bulan dengan anggapan responden mengkhawatirkan beras akan rusak jika disimpan terlalu lama sebelum konsumsi terakhir. Penelitian lain yang sejalan dengan hasil penelitian ini adalah Nauli (2019) 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 Kumboro (2016) yang menyatakan bahwa konsumen menyukai beras dengan daya tahan lebih dari satu bulan. Persamaan dan perbedaan hasil penelitian ini di latarbelakangi 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.

Tabel 4. Hasil analisis konjoin terhadap atribut dan level beras

	Keterangan	*Utility Estimate*	*Std. Error*
Jenis	Beras curah	0,11	0,09
	Beras kemasan	-0,11	0,09
Kualitas	Rendah	-0,24	0,12
	Medium	0,42	0,12
	Premium	-0,17	0,12
Kebersihan	Bersih	0,09	0,12
	Sedang	0,18	0,12
	Ada kotoran	-0,26	0,12
Kepulenan	Pulen	0,13	0,12
	Sedang	0,19	0,12
	Tidak pulen	-0,32	0,12
Derajat Putih	Putih susu	0,08	0,09
	Putih jernih	-0,08	0,09
Daya Tahan	< 1 bulan	-0,10	0,12
	1 bulan	-0,07	0,12
	>1 bulan	0,04	0,12
Harga Beras Curah	Rp 9.000-9.500/kg	0,25	0,12
	Rp 10.000-10.500/kg	0,08	0,12
	≥ Rp 11.000/kg	-0,33	0,12
Harga Beras Kemasan	Rp 11.000-11.500/kg	0,05	0,12
	Rp 12.000-12.500/kg	-0,00	0,12
	≥ Rp 13.000/kg	-0,04	0,12
(Constant)		3,46	0,09

Atribut Harga

Responden secara keseluruhan lebih menyukai beras curah yang harganya berkisar antara Rp9.000-9.500/kg dengan nilai *utility* 0,25. Adapun responden yang lebih menyukai beras kemasan dengan harga yang berkisar antara Rp11.000-11.500/kg nilai *utility*nya 0,05. Atribut harga berkaitan dengan kualitas beras, karena semakin baik kualitas produk biasanya semakin tinggi harga beras. Hal ini sedikit berbeda dengan hasil penelitian Nauli (2019) yang menyatakan bahwa responden secara keseluruhan lebih menyukai harga beras yang lebih mahal karena responden lebih memperhatikan kualitasnya. Penelitian lainnya yang tidak 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 Kumboro (2016) yang menyatakan bahwa secara umum konsumen meyukai 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-Atribut Beras

Nilai kepentingan *(importance values)* yaitu nilai yang terbesar menunjukkan atribut beras yang paling penting (Adelawati, 2020). 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 perangkat lunak SPSS, dapat diketahui kualitas beras merupakan atribut yang paling pertama dipertimbangkan ketika membeli beras dengan nilai kepentingan paling tinggi sebesar 19,39%. Atribut ini penting bagi konsumen karena jika konsumen mendapatkan beras yang sesuai dengan kualitas yang diinginkan akan memberikan kepuasan tersendiri. Rumah tangga penerima bantuan sosial mendahulukan kualitas untuk dipertimbangkan dibandingkan atribut lain, karena penerima bantuan sosial akan membeli beras yang sesuai dengan kemampuannya.

Tabel 5. Nilai kepentingan atribut beras

Atribut	Tingkat Kepentingan Atribut
Jenis Beras	6,87
Kualitas Beras	19,39
Kebersihan	14,35
Kepulenan	16,52
Derajat Putih	6,36
Daya Tahan	10,20
Harga Beras Curah	17,07
Harga Beras Kemasan	9,20

Harga beras curah merupakan atribut kedua yang dipertimbangkan oleh konsumen setelah kualitas dengan nilai kepentingan sebesar 17,07%. Hal ini menggambarkan bahwa responden penerima bantuan sosial peduli dengan harga beras curah yang harus dibayar asalkan kualitasnya sesuai dengan harapan dan kemampuannya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Shalihin dkk. (2020) yang menyatakan bahwa responden cenderung memilih atribut kepulenan sebagai atribut yang paling dipertimbangkan karena kebiasaan masyarakat dalam mengkonsumsi beras sejak dulu sehingga terbiasa.

Kepulenan merupakan atribut ketiga yang dipertimbangkan oleh responden dengan nilai kepentingan sebesar 16,52%. Beras yang pulen menjadi preferensi konsumen secara keseluruhan karena konsumen merasakan kepuasan dalam mengkonsumsi beras yang pulen. Responden penerima bansos tidak terbiasa memakan beras yang keras dan kering. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nauli (2019) yang meyatakan 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 14,35%. 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.

Daya tahan merupakan atribut kelima yang dipertimbangkan oleh responden setelah kebersihan dengan nilai kepentingan sebesar 10,20%. Responden

menginginkan beras dengan daya tahan yang hanya satu bulan, tidak terlalu lama karena apabila beras disimpan dalam waktu yang lama beras akan rusak. Harga beras kemasan merupakan atribut keenam yang dipertimbangkan oleh konsumen setelah daya tahan dengan nilai kepentingan sebesar 9,20%. Kebanyakan responden beranggapan kualitas beras kemasan sendiri sudah lebih baik jika dibandingkan dengan beras curah, sehingga untuk harga konsumen tidak perlu yang terlalu mahal.

Jenis beras merupakan atribut ketujuh yang dipertimbangkan dengan nilai kepentingan sebesar 6,87%. Responden tidak terlalu mempertimbangkan jenis beras apakah yang akan dikonsumsi baik curah ataupun kemasan, asalkan sesuai dengan kepuasan dan kemampuannya. Derajat putih merupakan atribut terakhir yang dipertimbangkan oleh responden dengan nilai kepentingan sebesar 6,36%. 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 memperngaruhi rasa. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Shalihin dkk. (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.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai preferensi konsumen rumah tangga penerima bansos terhadap atribut beras, dapat diambil beberapa kesimpulan, antara lain: (1) Beras yang menjadi preferensi konsumen penerima bansos di Kecamatan Cibeunying Kidul adalah beras curah karena responden beranggapan beras curah dijual per liter atau per kilogram sehingga konsumen dapat menyesuaikan pembelian beras sesuai dengan kebutuhannya dan harganya lebih terjangkau dibandingkan beras kemasan. Rumah tangga penerima bantuan sosial memilih jenis beras yang sesuai dengan kemampuannya dalam membeli juga disesuaikan dengan pendapatannya, 2) Atribut beras yang paling dipertimbangkan responden di Kecamatan Cibeunying Kidul adalah atribut kualitas, karena beras adalah makanan yang dikonsumsi sehari-hari sehingga responden memilih beras dengan mutu yang baik, dan juga apabila responden membeli beras dengan kualitas yang diinginkan akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen, tetapi dengan kisaran harga yang masih terjangkau dengan anggaran dari bantuan sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada masyarakat di Kecamatan Cibeunying Kidul sebagai responden penelitian ini dan seluruh pihak yang berkontribusi dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Adelawati, K. 2020. Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Brastagi Supermarket Medan. [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan.

Adiyoga, W, dan N Nurmalinda N. 2012. Analisis konjoin preferensi konsumen terhadap atribut produk kentang, bawang merah, dan cabai merah. Jurnal Hortikultura. 22(3): 292–302.

Aiman, A, AA Handaka, dan W Lili. 2017. Analisis Preferensi konsumen dalam pengambilan keputusan membeli produk olahan perikanan di Kota Tasikmalaya (studi kasus di Pasar Tradisional Cikurubuk, Kec. Mangkubumi). Jurnal Perikanan Kelautan. 3(1):8-18.

Amirin, T. 2011. Populaso dan Sampel Penelitian 4: Ukuran Sampel Rumus Slovin. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Badan Pusat Statistik. 2021. Rata-Rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting. Available online at: https://www.bps.go.id/statictable/2014/09/08/950/rata-rata-konsumsi-per-kapita-seminggu-beberapa-macam-bahan-makanan-penting-2007-2017.html (diakses 26 Juni 2022)

Creswell, JW. 2016. Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 5.

Dama, SG, SP Pangemanan,JKJ Kalangi, dan A Makalew. 2021. Preferensi konsumen terhadap konsumsi “Ragey” di Kota Manado. ZOOTEC. 41(1): 71–80.

Fadhli, K, SR Himmah, dan A Taqiyuddin. 2021. Analisis perubahan pola konsumsi masyarakat penerima bantuan sosial pada masa pandemi Covid-19. Jurnal Education and Development. 9(3): 110–117.

Gunawan, CM, dan T Melinda. 2021. Analisis atribut yang menjadi preferensi konsumen dalam

memilih produk UD Sumber Urip. Jurnal Indonesia Sosial Sains, 2: 1655–1662.

Haryanto, A. 2019. Analisis Preferensi Konsumen Beras (Studi Kasus: Pasar Tavip, Kota Binjai). [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan.

Hasnelly, H, E Fitriani, SP Ayu, dan H Hervelly. 2020. Pengaruh derajat penyosohan terhadap mutu fisik dan nilai gizi beberapa jenis beras. AgriTECH. 40(3): 182–189.

Hendaris, TW, WA Zakaria, dan E Kasymir. 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.

Kumboro, ER., 2016. Pengaruh Karakteristik dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Beras di Kota Medan. [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan.

Lestari, WP. 2016. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi rumah tangga PNS guru SD di Kecamatan Kotaanyar Kabupaten Probolinggo. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. 4(2).

Mulyasari, VK, E Prsetyo, dan D Sumarjono. 2020. Analisis preferensi konsumen terhadap pembelian durian lokal Semarang. JEPA Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis. 4(1): 87-96.

Nauli, O. 2019. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Beras Lokal di Kota Medan. Universitas Sumatera Utara. [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan.

Peraturan Menteri Pertanian, 2017. Klasifikasi Mutu Beras. Nomor 31/Permentan/PP.130/8/2017

Priyanto, AA. 2015. Evaluasi Mutu Nasi Hasil Pemasakan Beras Varietas Ciherang dan IR-66 Dengan Rasio Beras dan Air yang Berbeda. [Skripsi]. Universitas Jember, Jawa Timur.

Shalihin, AJ, T Hidayat, dan H Hamdani. 2020. Analisis preferensi masyarakat terhadap pembelian beras di Kota Banjarbaru. Frontier Agribisnis. 1(4): 34-41

Syahrir, SAAT. 2015. Preferensi konsumen beras berlabel. Agriekonomika. 4: 10–21