

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT BERAS ORGANIK DI CV.
ALAM SUBUR CISAYONG**

**CONSUMER PREFERENCE OF ORGANIC RICE ATTRIBUTES IN CV. ALAM
SUBUR OF CISAYONG**

DHEA ASTRIA RAHAYU*, AGUS YUNIAWAN ISYANTO, BUDI SETIA

Fakultas Pertanian, Universitas Galuh

*E-mail corresponding: dheaastriarahayu@gmail.com

ABSTRAK

Permintaan beras organik diperkirakan akan terus meningkat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi makanan sehat. Namun, seringkali perusahaan tidak mengetahui preferensi konsumen terhadap beras organik. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut beras organik; (2) mengetahui perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut beras organik; (3) mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli beras organik. Untuk itu, digunakan analisis deskriptif, analisis *chi-square*, dan analisis multiatribut fishbein. Penelitian dilaksanakan di CV. Alam Subur Kecamatan Cisayong pada Desember 2022 – Mei 2023. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen menyukai beras yang pulen, warna yang tidak terlalu bening, manis, memiliki wangi khas pandan, memiliki butir utuh, bersih, ukuran butir menengah, memiliki daya simpan kurang dari dua tahun, mengandung kadar gula rendah, harga Rp. 33.750 – 35.000, dan beras kemasan 5 Kg. Preferensi konsumen terhadap atribut kepulenan, aroma, keutuhan butir, kebersihan, ukuran butir, kandungan gizi, dan kemasan berbeda nyata. Sedangkan preferensi konsumen terhadap warna, rasa, keseragaman, daya tahan, dan harga tidak berbeda nyata. Atribut beras organik yang paling dipertimbangkan oleh konsumen adalah kebersihan.

Kata kunci: Preferensi, Beras Organik, CV. Alam Subur

ABSTRACT

The demand for organic rice is expected to continue to increase in line with increasing public awareness to eat healthy food. However, companies often do not know consumer preferences for organic rice. This study aims to (1) determine consumer preferences for organic rice attributes; (2) knowing the differences in consumer preferences for organic rice attributes; (3) knowing the attributes most considered by consumers in buying organic rice. For that, descriptive analysis, chi-square analysis, and fishbein multi-attribute analysis were used. The research was conducted at CV. Alam Subur, Cisayong District in December 2022 – May 2023. The research method used a survey with accidental sampling. The results showed that consumers liked rice that was fluffier, medium color, sweet, had a distinctive pandan fragrance, had intact grains, was clean, medium grain size, had a shelf life of less than two years, contained low sugar content, price Rp. 33,750 – 35,000, and 5 Kg packaged rice. Consumer preferences for the attributes of fluffiness, aroma, grain integrity, cleanliness, grain size, nutritional content, and packaging were significantly different. While consumer preferences for color, taste, uniformity, durability, and price are not significantly different. The attribute of organic rice that is most considered by consumers is cleanliness.

Keywords: Preference, Organic Rice, CV. Alam Subur

PENDAHULUAN

Beras merupakan makanan pokok bagi sebagian besar masyarakat Indonesia.

Konsumsi beras di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk Indonesia.

Ketergantungan masyarakat Indonesia yang sangat tinggi terhadap beras akan menjadi masalah jika ketersediaan beras sudah tidak dapat tercukupi. Hal inilah yang dapat mengganggu ketahanan pangan nasional (Rahman et al., 2021).

Ada berbagai macam jenis beras yang beredar di Indonesia dari segi jenis maupun kualitasnya, salah satunya adalah beras organik. Beras organik adalah beras yang dihasilkan dengan proses organik tanpa menggunakan pestisida dari benih awal penanaman hingga proses pengolahan menjadi beras. Beras organik, yaitu beras yang tidak mengandung zat kimia berbahaya. Pestisida kimia dan pupuk kimia diganti dengan pemakaian pestisida dan pupuk organik, sehingga pertanian organik tidak lagi mengandalkan pestisida kimia semata tetapi menggunakan pestisida hayati. Rasa nasi dari beras organik lebih empuk, pulen dan daya simpannya lebih lama serta apabila sudah dimasak warnanya terlihat lebih putih. Kualitas dan keunggulan yang dimiliki oleh beras organik adalah salah satu alasan yang menyebabkan harga beras organik lebih mahal dibandingkan beras non organik (Habib & Kuntadi, 2020).

Permintaan konsumen terhadap beras organik di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat. Perkembangan

permintaan akan produk organik banyak disebabkan oleh meningkatnya kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi produk pangan yang rendah residu bahan kimia sebagai bagian dari kecenderungan gaya hidup sehat dan kembali ke alam (Kartikasari et al., 2019). Pada umumnya masyarakat yang memiliki tingkat pendapatan tinggi akan mengalihkan pola hidupnya menjadi pola hidup sehat dengan mengonsumsi makanan yang sehat, bergizi, mengandung vitamin dan aman dikonsumsi (Delviola, 2018).

CV. Alam Subur adalah sebuah perusahaan yang menjual beras organik yang berlokasi di Kecamatan Cisayong, Kabupaten Tasikmalaya. Fokus penjualan beras organik di CV. Alam Subur adalah beras putih. Beras yang dijual oleh CV. Alam Subur adalah beras dengan berat 1 kilogram dalam kemasan plastik. Penjualan perusahaan Bulir Indonesia dilakukan dengan cara menitipkan beras organik di warung dan minimarket di beberapa wilayah di Kota Tasikmalaya.

CV. Alam Subur merupakan perusahaan yang berdiri pada tahun 2009. Pemilik perusahaan belum mengetahui segmentasi atau sasaran pasar yang tepat untuk menjual beras organik. Hal tersebut dapat dilihat dari penjualan beras merah organik yang tidak stabil. Perusahaan akan

mengalami kerugian dalam jangka panjang apabila hal tersebut terus terjadi. Pemilik perusahaan ingin mengetahui siapakah sasaran pasar yang paling tepat untuk menjual beras organik di Kota Tasikmalaya.

Sasaran konsumen tersebut kemudian menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya mengenai penentuan atribut produk beras merah organik yang sesuai dengan minat konsumen. Riset pasar akan membantu untuk mengetahui tentang konsumen dan pasar secara tepat. Sebuah perusahaan akan berada dalam posisi yang bagus apabila telah mengetahui sasaran konsumen yang tepat sehingga dapat mengetahui tentang segala sesuatu yang konsumen butuhkan (Kusumawati et al., 2019).

Permasalahan tersebut menjadi dasar untuk melakukan riset pasar terhadap beras organik yang dijual oleh CV. Alam Subur untuk dapat mengetahui sasaran konsumen pasar penjualan beras organik di Kota Tasikmalaya. Hasil riset tersebut selanjutnya dapat dijadikan alat untuk mengetahui lebih dalam mengenai atribut produk beras organik yang sesuai dengan keinginan konsumen dari hasil riset pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Karakteristik merupakan faktor yang terdapat dalam diri seseorang yang dapat mendorong kecenderungan dalam

Berdasarkan hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut beras organik, mengetahui perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut beras organik, serta mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli beras organik.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilaksanakan di CV. Alam Subur Desa Mekarwangi Kecamatan Cisayong Tasikmalaya sejak Desember 2022 – Juni 2023. Lokasi tersebut dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan Kecamatan Cisayong merupakan salah satu wilayah yang mengembangkan beras organik. Sampel diambil dengan *accidental sampling* dan *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif, analisis *chi square*, dan analisis multiatribut *fishbein*.

mengambil keputusan. Karakteristik ini biasanya ditampilkan oleh seseorang melalui pola pikir, pola sikap, dan pola tindakan terhadap lingkungan (Mandang et

al., 2020). Data karakteristik konsumen disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Konsumen Beras Organik

Karakteristik	Rata-rata	Persentase
Usia (tahun)	31	
Jenis Kelamin		
- Laki-laki	-	63,33
- Perempuan	-	36,67
Pendidikan		
- SMA	-	26,67
- Perguruan Tinggi	-	73,33
Jumlah Anggota Keluarga (orang)	3	
Pekerjaan		
- Karyawan Swasta	-	36,67
- Wiraswasta	-	23,33
- PNS	-	16,67
- Ibu Rumah Tangga	-	10,00
- Lain-lain	-	13,33
Pendapatan Keluarga (Rp.)	7.400.000	

Usia konsumen termasuk pada usia yang produktif. Secara ekonomi, usia produktif dikelompokkan menjadi tiga, yaitu 0 – 14 tahun belum produktif, 15 – 64 tahun produktif, dan di atas 65 tahun tidak produktif (Rusli, 2012). Usia dapat berkaitan dengan preferensi terhadap atribut beras organik. Elizabeth (2022) menyebutkan bahwa konsumsi beras organik dipengaruhi oleh usia secara negatif.

Laki-laki menjadi konsumen yang melakukan pembelian beras organik lebih banyak dibandingkan konsumen perempuan. Meskipun kebiasaan di Indonesia perempuan memiliki peran dalam menyiapkan makanan untuk rumah tangga. Namun, saat ini terdapat fleksibilitas pada beberapa rumah tangga dalam hal pembagian peran perempuan dan laki-laki

(Lalopua et al., 2019). Sehingga kebiasaan membeli beras tidak lagi dibatasi apakah merupakan tugas laki-laki atau perempuan.

Mayoritas konsumen beras organik di CV. Alam Subur memiliki pendidikan yang relatif tinggi. Sebagian besar konsumen memiliki pendidikan terakhir perguruan tinggi. Soekartawi (1996) menyebutkan bahwa tingginya tingkat pendidikan seseorang dapat membuka wawasan serta pola pikir menjadi lebih terbuka. Pendidikan yang tinggi mendukung konsumen memiliki pengetahuan lebih luas mengenai manfaat mengonsumsi beras organik

Jumlah anggota keluarga konsumen beras organik di CV. Alam Subur mayoritas relatif sedikit dimana sebagian besar memiliki anggota keluarga rata-rata 3 orang. Konsumsi beras organik dalam

keluarga dapat dipengaruhi oleh banyaknya anggota keluarga dalam suatu rumah tangga. Jumlah anggota keluarga akan berpengaruh langsung terhadap banyaknya beras yang dibeli dan dikonsumsi. Arimurti et al. (2021) menyebutkan bahwa jumlah anggota keluarga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kesediaan membayar beras organik.

Karyawan swasta menjadi jenis pekerjaan sebagian besar konsumen beras organik di CV Alam Subur, diikuti oleh wiraswasta. Jenis pekerjaan konsumen dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi konsumsi beras organik. Pada penelitian yang dilakukan oleh Habib & Kuntadi (2020) diperoleh hasil bahwa jenis pekerjaan berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar beras organik.

Dilihat dari pendapatan, sebagian besar konsumen berada pada kelas menengah berdasarkan pendapatan. Hal ini menandakan bahwa beras organik

mayoritas dikonsumsi oleh kalangan menengah dan kalangan atas. Mengingat harga beras organik yang lebih mahal dibandingkan dengan beras biasa, maka pendapatan dapat menjadi faktor pendorong bagi seseorang untuk mengonsumsi beras organik. Pada dasarnya mereka yang memiliki pendapatan tinggi umumnya akan lebih mudah dalam menerima inovasi baru (Handayani, 2019).

Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Beras Organik

Preferensi konsumen merupakan selera konsumen yang didasarkan atas tingkat kesukaan konsumen terhadap beras organik berdasarkan atribut yang melekat pada beras organik. Preferensi konsumen dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Data yang diperoleh menunjukkan kategori atribut beras organik yang paling banyak dipilih oleh konsumen. Preferensi konsumen beras organik disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Beras Organik

No	Atribut	Kategori	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Preferensi Konsumen
1	Kepulenan	Tidak pulen	0	0,00	Pulen
		Sedang	5	16,67	
		Pulen	25	83,33	
2	Warna	Bening	11	36,67	Sedang
		Sedang	19	63,33	
		Tidak Bening	0	0,00	
3	Rasa	Manis	23	76,67	Manis
		Hambar	7	23,33	
		Hambar mendekati pahit	0	0,00	
4	Aroma	Wangi khas pandan	28	93,33	Wangi khas pandan
		Wangi bekatul (kuat)	0	0,00	
		Wangi bekatul (tidak terlalu kuat)	2	6,67	
5	Keutuhan butir	Butir patah	1	3,33	Utuh
		Sedang	10	33,33	
		Utuh	19	63,33	
6	Kebersihan	Sedang	7	23,33	Bersih
		Bersih	23	76,67	
7	Keseragaman	Seragam	25	83,33	Seragam
		Tidak seragam	5	16,67	
8	Ukuran butir	Butir panjang	5	16,67	Menengah
		Menengah	25	83,33	
		Butir panjang (lebih panjang dari opsi 1)	0	0,00	
9	Daya tahan	Tidak awet (kurang dari 2 tahun)	19	63,33	Tidak awet
		Awet (lebih dari 2 tahun)	11	36,67	
10	Kandungan Gizi	Kadar gula tinggi	9	30,00	Kadar gula rendah
		Kadar gula rendah	21	70,00	
11	Harga	Rp. 33.750 – Rp. 35.000	21	70,00	Rp. 33.750 – Rp. 35.000
		Rp. 40.000 – Rp. 45.000	9	30,00	
12	Kemasan	Kemasan 1 Kg	2	6,67	Kemasan 5 Kg
		Kemasan 5 Kg	28	93,33	

Tingkat kepulenan beras organik di CV. Alam Subur yang paling banyak disukai oleh konsumen adalah pulen dengan persentase sebesar 83,33 persen. Tingkat kepulenan beras biasanya menjadi atribut penting bagi konsumen yang memiliki pendapatan rendah hingga menengah (Yunita & Arbi, 2019). Masyarakat di pulau Jawa rata-rata lebih menyukai nasi yang ulen dibandingkan dengan nasi yang pera (Shalihin & Hidayat, 2020).

Preferensi konsumen terhadap atribut warna beras organik paling banyak adalah warna sedang dengan persentase 63,33 persen. Konsumen menginginkan warna beras yang tidak terlalu putih dan juga tidak terlalu bening karena jika terlalu putih konsumen memiliki kecurigaan mengenai penggunaan pemutih kimia. Berbeda dengan penelitian Hasan et al. (2022) yang menemukan bahwa konsumen lebih menyukai beras yang putih merata.

Preferensi konsumen terhadap atribut rasa mayoritas adalah pada rasa manis yaitu dengan persentase 76,67 persen. Rasa nasi yang manis dianggap menambah rasa nikmat bagi konsumen ketika mengkonsumsinya. Rasa biasanya menjadi faktor penting bagi konsumen yang memiliki pendapatan yang relatif tinggi (Yunita & Arbi, 2019).

Mayoritas konsumen memiliki preferensi aroma beras organik dengan wangi khas pandan yaitu sebanyak 93,33 persen. Terdapat persepsi bahwa beras organik memiliki aroma yang lebih wangi dibandingkan beras non organik. Namun pada dasarnya tidak terdapat perbedaan yang begitu mencolok mengenai aroma antara keduanya (Ar- Rozi et al., 2020).

Berkaitan dengan keutuhan butir, sebagian besar konsumen menyukai butir beras yang utuh yaitu sebanyak 63,33 persen. Butir beras yang utuh menunjukkan bahwa beras tersebut merupakan beras yang berkualitas. Sejalan dengan penelitian Hasan et al. (2022) yang menemukan bahwa konsumen memiliki preferensi terhadap butir beras yang utuh. Atribut keutuhan butir beras berpengaruh pada penampakan beras setelah dimasak menjadi nasi sehingga dapat mempengaruhi selera makan konsumen (Dewi et al., 2022).

Sebanyak 76,67 persen konsumen memiliki preferensi terhadap atribut kebersihan beras organik yaitu pada beras yang bersih. Kebersihan menjadi hal yang diberikan perhatian besar oleh konsumen ketika membeli beras organik karena khawatir jika terdapat benda asing akan membahayakan konsumen. kinerja atribut kebersihan beras organik. Bagi konsumen, kebersihan beras organik dari benda lain dianggap penting karena dapat meningkatkan selera makan (Dewi et al., 2022).

Sebanyak 83,33 persen konsumen memiliki preferensi terhadap atribut keseragaman butir beras organik yaitu pada beras yang seragam. Konsumen menyebutkan bahwa keseragaman beras dapat mempengaruhi kepulenan dan rasa dari beras tersebut yang akhirnya dapat mempengaruhi selera makan. Ukuran beras yang seragam dapat diperoleh dengan melakukan penyaringan setelah beras digiling. Bentuk beras dapat seragam dengan mengurangi adanya butir pecah beras (Widadie et al., 2015)

Preferensi konsumen terhadap atribut ukuran butir beras organik adalah pada beras yang ukuran sedang yaitu sebanyak 83,33 persen. Konsumen menyebutkan bahwa ukuran butir sedang membuat nasi menjadi lebih pulen, jika

butir beras lebih panjang biasanya nasi yang dihasilkan tidak begitu pulen. Beras dengan ukuran butir sedang ini merupakan beras yang sudah sering dibeli oleh konsumen dan merupakan beras yang banyak dijual oleh produsen.

Preferensi mayoritas konsumen terhadap atribut daya tahan beras adalah beras yang tidak awet (kurang dari 2 tahun) yaitu sebanyak 63,33 persen. Konsumen menyebutkan bahwa beras yang dibeli akan dikonsumsi secara langsung dan tidak disimpan dalam waktu yang terlalu lama. Berbeda dengan penelitian Pratiwi & Rosyid (2022) yang menemukan bahwa konsumen memilih beras yang memiliki daya simpan lebih lama karena tidak akan langsung mengkonsumsi beras yang dibeli.

Konsumen memiliki preferensi terhadap beras yang memiliki kadar gula rendah yaitu sebanyak 70,00 persen. Konsumen beras organik memilih alasan kesehatan menjadi salah satu faktor utama yang mendorongnya untuk mengkonsumsi beras organik (Elizabeth, 2022). Pembelian beras organik salah satunya dipengaruhi oleh kandungan gizi yang dimiliki oleh beras tersebut (Munambar, 2019).

Preferensi konsumen terhadap atribut harga beras organik adalah ada harga Rp. 33.750 – 35.000 yang merupakan harga termurah dibandingkan dengan harga beras

lainnya yang dijual di CV. Alam Subur. Harga tersebut merupakan harga beras organik per kilogram yang dijual oleh produsen. Konsumen menginginkan beras organik sebagai bahan pangan utama yang dikonsumsi, namun memang sebagian konsumen terkendala karena adanya harga yang lebih tinggi dibanding beras non organik.

Preferensi konsumen terhadap atribut kemasan beras organik adalah pada kemasan 5 Kg dengan persentase 93,33 persen. Konsumen menyebutkan bahwa pembelian beras 5 Kg karena agar lebih efisien dan dapat dikonsumsi untuk beberapa hari. Beberapa konsumen memilih atau menyukai kemasan 1 Kg karena disesuaikan dengan konsumsi beras sehari-hari. Jika anggota keluarga lebih sedikit dan juga frekuensi mengkonsumsi beras organik lebih sedikit per minggu maka konsumen memilih kemasan 1 Kg.

Tingkat Homogenitas Preferensi Konsumen terhadap Atribut Beras Organik

Preferensi konsumen terhadap atribut beras organik di CV. Alam Subur kemudian diuji menggunakan analisis *Chi Square* (X^2) untuk mengetahui apakah preferensi konsumen homogen atau tidak. Hipotesis dalam uji *chi-square* yaitu :

H_0 : Tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut beras organik di CV. Alam Subur.

H_1 : Terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut beras organik di CV. Alam Subur

Hasil analisis *Chi Square* (X^2) disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Chi Square Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Beras Organik

Atribut	X^2 hitung	df	X^2 Tabel (0,05)	Keterangan
Kepulenan	16,133	1	3,841	Berbeda Nyata
Warna	3,333	1	3,841	Tidak Berbeda Nyata
Rasa	0,133	1	3,841	Tidak Berbeda Nyata
Aroma	16,133	1	3,841	Berbeda Nyata
Keutuhan butir	18,200	2	5,991	Berbeda Nyata
Kebersihan	6,533	1	3,841	Berbeda Nyata
Keseragaman	0,133	1	3,841	Tidak Berbeda Nyata
Ukuran butir	16,133	1	3,841	Berbeda Nyata
Daya tahan	0,133	1	3,841	Tidak Berbeda Nyata
Kandungan Gizi	4,800	1	3,841	Berbeda Nyata
Harga	0,533	1	3,841	Tidak Berbeda Nyata
Kemasan	6,533	1	3,841	Berbeda Nyata

$X^2_{hitung} \geq X^2_{tabel}$: Tolak H_0

$X^2_{hitung} < X^2_{tabel}$: Terima H_0

Atribut yang memiliki nilai X^2_{hitung} yang lebih besar dari X^2_{tabel} berarti keputusannya adalah Tolak H_0 . Hal ini memiliki arti bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut beras organik. Atribut tersebut meliputi tingkat kepulenan, aroma, keutuhan butir, kebersihan, ukuran butir, kandungan gizi, dan kemasan.

Tingkat kepulenan merupakan atribut yang cukup penting bagi konsumen. Konsumen memiliki preferensi yang berbeda terhadap kepulenan dimana sebagian konsumen menyukai beras yang pulen, sedang, dan tidak pulen. Umumnya, kesukaan konsumen terhadap beras yang

pulen atau pera dipengaruhi oleh etnis (Jumali & Liyanan, 2022).

Perbedaan preferensi pada atribut aroma yaitu terdapat konsumen yang menyukai beras wangi khas pandan dan juga beras wangi bekatul yang tidak terlalu kuat. Konsumen yang menyukai wangi khas pandan menyebutkan bahwa aroma tersebut dapat lebih menggugah selera makan, sedangkan konsumen yang menyukai wangi bekatul menyebutkan bahwa aroma tersebut adalah aroma alami dari beras.

Keutuhan butir yang disukai sebagian besar konsumen adalah beras dengan butir utuh dan sebagian lagi butir

sedang. Konsumen menginginkan beras yang memiliki butir utuh karena mempengaruhi tampilan beras setelah dimasak. Ukuran butir yang mayoritas disukai konsumen adalah butir menengah, dan sebagian lagi menyukai butir yang panjang. Konsumen yang menyukai ukuran butir menengah menyebutkan bahwa beras tersebut dapat menghasilkan nasi yang lebih pulen dibandingkan beras yang memiliki butir panjang.

Sebagian konsumen memiliki preferensi terhadap beras yang bersih dan sebagian lagi memiliki preferensi terhadap beras yang tingkat kebersihannya sedang. Konsumen yang menyukai beras bersih menyebutkan bahwa hal tersebut memudahkan dalam memasak dan juga dapat terjamin bahwa beras tersebut aman dikonsumsi.

Sebagian konsumen menyukai beras dengan kandungan gula yang tinggi dan sebagian menyukai beras dengan kandungan gula rendah. Konsumen yang menyukai beras berkadar gula tinggi memiliki alasan untuk meningkatkan selera makan karena dirasa lebih enak. Sedangkan konsumen yang menyukai beras berkadar gula rendah memiliki alasan kesehatan.

Perbedaan preferensi konsumen terhadap kemasan yaitu terdapat konsumen yang menyukai kemasan 5 Kg dan ada pula

yang menyukai kemasan 1 Kg. Preferensi konsumen ini disesuaikan dengan kebutuhan serta frekuensi makan beras organik dalam rumah tangganya. Umumnya, konsumen membeli 5 Kg karena memiliki jumlah anggota keluarga yang relatif banyak atau karena mengkonsumsi beras organik setiap hari.

Atribut warna, rasa, keseragaman, daya tahan, dan harga memiliki nilai X^2 hitung yang lebih kecil dari X^2 tabel yang berarti terima H_0 . Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut beras organik tersebut. Warna beras yang disukai konsumen adalah warna sedang dimana konsumen tidak menyukai warna yang terlalu bening atau tidak bening. Rasa beras organik yang disukai konsumen adalah rasa manis, konsumen menyebutkan bahwa rasa tersebut dapat menggugah selera makan.

Keseragaman butir yang disukai konsumen adalah butir yang seragam karena dapat mempengaruhi penampilan beras setelah dimasak. Dari sisi daya tahan konsumen memiliki preferensi terhadap beras yang tidak awet (daya simpan kurang dari dua tahun. Konsumen memang pada dasarnya terbiasa menyimpan beras dalam waktu yang tidak terlalu lama.

Berkaitan dengan harga, konsumen memiliki preferensi terhadap beras yang

memiliki harga Rp. 33.750 – 35.000 karena merupakan harga yang paling murah. Konsumen menyebutkan bahwa dengan membeli beras yang relatif lebih murah dapat menekan pengeluaran rumah tangga.

Sikap Konsumen Terhadap Atribut Beras Organik

Sikap (*attitude*) menggambarkan evaluasi, perasaan, dan tendensi yang relatif konsisten dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide. Model sikap multiatribut fishbein memfokuskan pada kepercayaan konsumen tentang multiatribut suatu merek atau produk (Putri, 2019). Hasil perhitungan sikap konsumen disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Sikap Konsumen terhadap Atribut Beras Organik

Atribut	Nilai Kepercayaan (bi)	Nilai Evaluasi (ei)	Sikap (Ao)	Peringkat
Kepulenan	2,50	2,80	7,00	3
Warna	2,17	2,43	5,27	8
Rasa	2,67	2,57	6,94	4
Aroma	2,47	2,30	5,68	6
Keutuhan butir	2,59	2,67	6,68	5
Kebersihan	2,60	2,83	7,36	1
Keseragaman	2,23	2,33	5,20	9
Ukuran butir	2,27	2,17	4,93	10
Daya tahan	1,80	2,07	3,73	12
Kandungan Gizi	2,50	2,90	7,25	2
Harga	1,67	2,37	3,96	11
Kemasan	2,67	2,03	5,42	7

Kebersihan merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen ketika membeli beras organik di CV. Alam Subur. Kebersihan menjadi aspek penting karena jika terdapat benda asing seperti kerikil, batu kecil, kulit beras yang tertinggal, binatang, atau benda lain yang mengganggu dapat membahayakan konsumen (Kartikasari et al., 2019).

Selain kebersihan, kandungan gizi merupakan atribut beras organik yang cukup dipertimbangkan oleh konsumen. Konsumen menyatakan dengan memilih

mengonsumsi beras organik dibanding beras non organik sudah menunjukkan bahwa konsumen menginginkan beras dengan kandungan gizi yang lebih baik.

Kepulenan menjadi atribut ketiga yang cukup dipertimbangkan oleh konsumen ketika membeli beras organik. Yunita & Arbi (2019) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa atribut kepulenan merupakan atribut yang penting terutama bagi konsumen dengan pendapatan rendah hingga menengah.

Rasa menjadi atribut ke empat yang cukup dipertimbangkan oleh konsumen ketika membeli beras organik. Konsumen umumnya menyukai rasa nasi yang manis karena menambah kenikmatan saat makan. Sejalan dengan penelitian Kartikasari et al. (2019) yang menyebutkan bahwa rasa beras organik memiliki tingkat kepentingan yang cukup tinggi bagi konsumen.

Keutuhan butir tidak begitu dipertimbangkan oleh konsumen ketika membeli beras organik. Konsumen menyatakan bahwa beras yang dibeli diyakini sudah melalui proses sortir dan terjamin kualitasnya sehingga percaya bahwa butir beras yang dijual adalah butir utuh.

Aroma beras organik tidak begitu dipertimbangkan oleh konsumen karena konsumen merasa sulit menemukan beras yang benar-benar memiliki aroma yang sedap. Terkadang aroma yang dimiliki beras menghilang ketika beras sudah diolah menjadi nasi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Pratiwi & Rosyid (2022) yang menemukan bahwa aroma tidak lagi menjadi faktor penting yang dipertimbangkan konsumen.

Kemasan menjadi salah satu atribut yang tidak begitu dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli beras organik. Konsumen menyebutkan bahwa kemasan

tidak begitu penting karena yang lebih penting adalah kualitas beras itu sendiri. Konsumen juga rata-rata sudah terbiasa membeli beras organik di CV. Alam Subur sehingga sudah yakin terhadap kualitas beras dan tidak begitu peduli terhadap kemasannya.

Warna tidak begitu dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli beras organik karena konsumen percaya bahwa produk yang dijual oleh produsen memiliki warna yang bening. Konsumen juga menyatakan bahwa biasanya ketika membeli beras organik tidak melihat warna beras secara detail dan hanya sekilas saja. Sejalan dengan penelitian Bramastya et al. (2022) diketahui bahwa warna tidak menjadi faktor yang paling dipertimbangkan dalam membeli beras organik.

Keseragaman butir beras organik tidak dipertimbangkan oleh konsumen karena konsumen percaya bahwa produsen sudah melakukan grading dan memastikan beras yang dijual memiliki butir yang seragam. Konsumen juga menyebutkan bahwa jika memang terdapat butir beras yang tidak seragam tidak akan terlalu signifikan perbedaanya.

Ukuran butir juga tidak dipertimbangkan oleh konsumen karena konsumen terbiasa membeli beras dengan

ukuran butir seperti beras pada umumnya. Ukuran butir yang biasa dibeli oleh konsumen adalah ukuran sedang tidak terlalu panjang dan tidak terlalu pendek. Konsumen menyebutkan bahwa ukuran beras tersebut dapat membuat beras menjadi lebih pulen. Sejalan dengan penelitian (Pratiwi & Rosyid, 2022) yang menemukan bahwa ukuran butir tidak menjadi atribut yang penting ketika konsumen membeli beras organik.

Harga merupakan atribut yang tidak dipertimbangkan oleh konsumen ketika membeli beras organik. Sebagian besar konsumen menyebutkan bahwa harga beras organik relatif mahal jika dibandingkan dengan beras non organik. Namun, konsumen lebih memperhatikan manfaat yang diperoleh dari mengkonsumsi beras organik. Konsumen memiliki kebiasaan menghubungkan harga dengan kualitas produk (Maulana, 2016).

Daya tahan merupakan atribut yang paling tidak dipertimbangkan oleh konsumen ketika membeli beras organik di CV. Alam Subur. Konsumen menyatakan bahwa pada dasarnya beras yang dibeli memang untuk dikonsumsi secara langsung dan tidak untuk disimpan dalam jangka waktu yang lama.

KESIMPULAN DAN SARAN

Preferensi konsumen terhadap atribut beras organik yaitu beras yang pulen, warna sedang, manis, memiliki wangi khas pandan, memiliki butir utuh, bersih, ukuran butir menengah, memiliki daya simpan kurang dari dua tahun, mengandung kadar gula rendah, harga Rp. 33.750 – 35.000, dan beras kemasan 5 Kg.

Preferensi konsumen terhadap atribut kepulenan, aroma, keutuhan butir, kebersihan, ukuran butir, kandungan gizi, dan kemasan berbeda nyata. Sedangkan preferensi konsumen terhadap warna, rasa, keseragaman, daya tahan, dan harga tidak berbeda nyata.

Atribut beras organik yang paling dipertimbangkan oleh konsumen adalah kebersihan. Kebersihan menjadi aspek penting karena jika terdapat benda asing seperti kerikil, batu kecil, kulit beras yang tertinggal, binatang, atau benda lain yang mengganggu dapat membahayakan konsumen.

Penulis menyarankan produsen memperhatikan kebersihan beras yang dijual dan harus memastikan bahwa beras terbebas dari benda-benda asing. Produsen menentukan target pasar dan menyesuaikan produk dengan karakteristik serta preferensi konsumen terhadap beras organik. Selain itu, produsen juga dapat melakukan

promosi yang lebih luas dan meningkatkan pemasaran melalui *e-commerce* agar produk dapat dipasarkan dengan lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

1. Jurnal

- 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. <https://doi.org/10.30997/jagi.v6i2.3514>
- Arimurti, N. H., Edy Sularso, K., & Hartati, A. (2021). Kesiapan Membayar (Willingness To Pay) Beras Organik di Kabupaten Banyumas dan Faktor Yang Mempengaruhinya. *Forum Agribisnis*, 11(1), 75–89. <https://doi.org/10.29244/fagb.11.1.75-89>
- Dewi, I. Y., Hidayat, S. I., & Yektiningsih, E. (2022). Preferensi Konsumen Beras Organik di Marketplace Tokopedia. *AGRIDEVINA*, 11(2), 105–115.
- Elizabeth, R. (2022). Pengaruh Consumer Lifestyle dan Ragam Olahan Terhadap Permintaan Beras Organik. *Journal of Social and Economics Research*, 4(1), 1–14. <https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>
- Habib, E. A., & Kuntadi, E. B. (2020). Analisis Willingness To Pay Beras Organik Aromatik “Botanik” Gapoktan Al-Barokah Di Kabupaten Bondowoso. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 13(1), 38. <https://doi.org/10.19184/jsep.v13i1.14811>
- Handayani, R. (2019). Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Terhadap Adopsi Inovasi Pengelolaan Sampah Organik (Studi Kasus Kelurahan Cibangkong Kecamatan Batununggal Kota Bandung). *Jurnal Bisnis Dan Teknologi*, 11(1), 19–33. <http://45.118.112.109/ojs spasim/index.php/jbt/article/view/128>
- 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. <https://doi.org/10.35965/eco.v22i2.1519>
- Kartikasari, R. D., Prasetyowati, K., & Suswandi. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Berbelanja Beras Organik Di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Agrineca*, 19(2). <https://doi.org/10.36728/afp.v19i2.897>
- Kusumawati, E. D., Prasetyo, B. A., & Azizah, I. S. (2019). Kegiatan Pemasaran dalam Menunjang Pelayanan Jasa Keagenan Kapal Asing di Era Revolusi Industri 4.0. 1(1), 243–250.
- Lalopua, H. F., Sahusilawane, A. M., & Thenu, S. F. . (2019). Peran Perempuan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Rumah Tangga (Studi Kasus Kelompok Nunilai Negeri Hutumuri). *Agrilan : Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 7(1), 49. <https://doi.org/10.30598/agrilan.v7i1.881>
- Mandang, M., Sondakh, M. F. L., & Laoh, O. E. H. (2020). Karakteristik Petani Berlahan Sempit Di Desa Tolok Kecamatan Tompasso. *Agri-Sosioekonomi*, 16(1), 105. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.16.1.2020.27131>
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal*

- Ekonomi Volume*, 7(2), 113–125.
- Munambar, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Beras Organik Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 26(1), 10–14. <https://doi.org/10.55259/jiip.v26i1.202>
- Pratiwi, L. F. L., & Rosyid, A. H. Al. (2022). Analisis Preferensi Konsumen dan Strategi Pengembangan Atribut Produk Beras di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(3), 1073. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.03.27>
- Putri, S. E. (2019). Analisis Sikap Konsumen: Evaluasi Dan Kepercayaan Atribut (Multiattributes Fishbein Approach). *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen ISSN*, 14(2), 159–177. <https://doi.org/10.33369/insight.14.2.159-177>
- Rahman, I. U., Christy Damayanti, & Dipokusumo, G. (2021). Pengaruh Impor Beras Terhadap Ketahanan Pangan Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Shalihin, A. J., & Hidayat, T. (2020). Analisis Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Beras di Kota Banjarbaru. *Frontier Agribisnis*, 1(4), 34–41.
- Soekartawi. (1996). *Pembangunan Pertanian*. Raja Grafindo Persada.
- Widadie, F., Nafiah, A. Z., & Marwanti, S. (2015). Analisis Preferensi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Mutu Beras Di Pasar Legi Surakarta. *Agrista: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agribisnis UNS*, 3(3), 371–380.
- Yunita, & Arbi, M. (2019). Karakteristik Konsumen dan Preferensinya Terhadap Atribut Beras Berdasarkan Golongan Tingkat Pendapatan di Kota Palembang. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 12(3), 59–70.
- 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. <https://doi.org/10.30997/jagi.v6i2.3514>
- Arimurti, N. H., Edy Sularso, K., & Hartati, A. (2021). Kesiapan Membayar (Willingness To Pay) Beras Organik di Kabupaten Banyumas dan Faktor Yang Mempengaruhinya. *Forum Agribisnis*, 11(1), 75–89. <https://doi.org/10.29244/fagb.11.1.75-89>
- Bramastya, J., Handayani, S. M., & Khomah, I. (2022). Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran 4p terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik (Studi Kasus pada Brand Lokal Desaorganik. Id). *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Pertanian UNS*, 6(1), 557–565. <http://jurnal.fp.uns.ac.id/index.php/seminas/article/view/2036%0Ahttp://jurnal.fp.uns.ac.id/index.php/seminas/article/download/2036/1404>
- Delviola, S. (2018). *Niat Individu Mengonsumsi Sayur Organik di Kelurahan Sawojajar Kota Malang*. Universitas Brawijaya.
- Dewi, I. Y., Hidayat, S. I., & Yektiningsih, E. (2022). Preferensi Konsumen Beras Organik di Marketplace Tokopedia. *AGRIDEVINA*, 11(2), 105–115.
- Elizabeth, R. (2022). Pengaruh Consumer Lifestyle dan Ragam Olahan Terhadap Permintaan Beras Organik. *Journal of Social and Economics Research*, 4(1), 1–14. <https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>
- Habib, E. A., & Kuntadi, E. B. (2020).

- Analisis Willingness To Pay Beras Organik Aromatik “Botanik” Gapoktan Al-Barokah Di Kabupaten Bondowoso. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 13(1), 38.
<https://doi.org/10.19184/jsep.v13i1.14811>
- Handayani, R. (2019). Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Terhadap Adopsi Inovasi Pengelolaan Sampah Organik (Studi Kasus Kelurahan Cibangkong Kecamatan Batununggal Kota Bandung). *Jurnal Bisnis Dan Teknologi*, 11(1), 19–33.
<http://45.118.112.109/ojsasim/index.php/jbt/article/view/128>
- 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.
<https://doi.org/10.35965/eco.v22i2.1519>
- Kartikasari, R. D., Prasetyowati, K., & Suswandi. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Berbelanja Beras Organik Di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Agrinca*, 19(2).
<https://doi.org/10.36728/afp.v19i2.897>
- Kusumawati, E. D., Prasetyo, B. A., & Azizah, I. S. (2019). *Kegiatan Pemasaran dalam Menunjang Pelayanan Jasa Keagenan Kapal Asing di Era Revolusi Industri 4.0*. 1(1), 243–250.
- Lalopua, H. F., Sahusilawane, A. M., & Thenu, S. F. . (2019). Peran Perempuan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Rumah Tangga (Studi Kasus Kelompok Nunilai Negeri Hutumuri). *Agrilan : Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 7(1), 49.
<https://doi.org/10.30598/agrilan.v7i1.881>
- Mandang, M., Sondakh, M. F. L., & Laoh, O. E. H. (2020). Karakteristik Petani Berlahan Sempit Di Desa Tolok Kecamatan Tompasso. *Agri-Sosioekonomi*, 16(1), 105.
<https://doi.org/10.35791/agrsosek.16.1.2020.27131>
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Volume*, 7(2), 113–125.
- Munambar, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Beras Organik Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 26(1), 10–14.
<https://doi.org/10.55259/jiip.v26i1.202>
- Pratiwi, L. F. L., & Rosyid, A. H. Al. (2022). Analisis Preferensi Konsumen dan Strategi Pengembangan Atribut Produk Beras di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(3), 1073.
<https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.03.27>
- Putri, S. E. (2019). Analisis Sikap Konsumen: Evaluasi Dan Kepercayaan Atribut (Multiattributes Fishbein Approach). *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen ISSN*, 14(2), 159–177.
<https://doi.org/10.33369/insight.14.2.159-177>
- Rahman, I. U., Christy Damayanti, & Dipokusumo, G. (2021). Pengaruh Impor Beras Terhadap Ketahanan Pangan Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Shalihin, A. J., & Hidayat, T. (2020). Analisis Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Beras di Kota Banjarbaru. *Frontier Agribisnis*, 1(4), 34–41.
- Widadie, F., Nafiah, A. Z., & Marwanti, S. (2015). Analisis Preferensi Dan

Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Mutu Beras Di Pasar Legi Surakarta. *Agrista: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agribisnis UNS*, 3(3), 371–380.

Yunita, & Arbi, M. (2019). Karakteristik Konsumen dan Preferensinya Terhadap Atribut Beras Berdasarkan Golongan Tingkat Pendapatan di Kota Palembang. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 12(3), 59–70.

2. Buku

Delviola, S. (2018). *Niat Individu Mengonsumsi Sayur Organik di Kelurahan Sawojajar Kota Malang*. Universitas Brawijaya.

Rusli. (2012). *Pengantar Ilmu Kependudukan*. LP3ES.

Soekartawi. (1996). *Pembangunan Pertanian*. Raja Grafindo Persada.

3. Prosiding

Bramastya, J., Handayani, S. M., & Khomah, I. (2022). Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran 4p terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik (Studi Kasus pada Brand Lokal Desaorganik. Id). *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Pertanian UNS*, 6(1), 557–565.

<http://jurnal.fp.uns.ac.id/index.php/semnas/article/view/2036%0Ahttp://jurnal.fp.uns.ac.id/index.php/semnas/article/download/2036/1404>

Jumali, & Liyanan. (2022). Karakteristik Mutu Beberapa Jenis Beras di Tingkat Pasar (Studi Kasus di Kota Yogyakarta). *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Agribisnis VI*, 2, 464–469.