

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BERAS PREMIUM
DI PASAR MODERN KOTA BATURAJA**

***ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCE IN PURCHASING PREMIUM RICE IN
THE MODERN MARKET IN BATURAJA CITY***

Ervina Yuliyanti*, Endang Lastinawati, Septianita

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Baturaja
Jln Ki Ratu Penghulu Karang Sari Baturaja Kabupaten OKU, Sumatera Selatan

*Email: ervinayuliyanti7@gmail.com

(Diterima 03-04-2023; Disetujui 05-06-2023)

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana tahapan proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian beras premium, dan bagaimana preferensi konsumen terkait atribut beras dalam pembelian beras premium di Pasar Modern Kota Baturaja. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei. Sampel diambil dengan metode *accidental sampling* sebanyak 60 konsumen beras premium di pasar Modern Kota Baturaja. Pengolahan data dilakukan secara deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan analisis *conjoint*. Hasil penelitian ini menunjukkan tahapan proses keputusan pembelian melalui tahapan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif dan keputusan pembelian. Preferensi konsumen terkait atribut beras dalam pembelian beras premium di Pasar Modern di Kota Baturaja menilai bahwa atribut yang paling penting adalah kepulenan, bentuk, ukuran dan warna.

Kata kunci: Beras Premium, Konsumen, Preferensi

ABSTRACT

This research has directions to find out the stages of the consumer decision-making process in purchasing premium rice, and how consumer preferences relate to rice attributes in purchasing premium rice in the Modern Market of Baturaja City. This research was conducted by survey method. Samples were taken using the accidental sampling method of 60 consumers of premium rice in the Modern Market, Baturaja City. Data processing was carried out in a quantitative descriptive manner, using conjoint analysis. The results of this study indicate the stages of the purchasing decision process through the stages of need recognition, information search, evaluation of alternatives and purchasing decisions. Consumer preferences related to rice attributes in purchasing premium rice at the Modern Market in Baturaja City consider that the most important attributes are fluffiness, shape, size and color.

Keywords: Premium Rice, Consumer, Preference

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara agraris dengan sumber daya alam yang melimpah dan wilayah yang luas, berpotensi untuk memenuhi kebutuhan pangan dan gizi bagi penduduknya. Tanaman pangan adalah salah satu sub sektor yang mempunyai peran

strategis dalam pembangunan pertanian, salah satu indikatornya adalah sebagai penghasil makanan pokok sebagian besar penduduk Indonesia (Ammang dan Mirza, 2001).

Konsumen sebelum melakukan pembelian beras, terlebih dahulu mempertimbangkan atribut-atribut beras

sesuai dengan kepentingan dan pilihannya. Beberapa atribut-atribut yang berperan dalam penampilan dan karakteristik beras adalah harga beras, deajut keputihan beras, keutuhan butir beras, bentuk beras dan kepulenan nasi. Apakah terdapat hubungan antara karakter beras yang dijual di pasaran dengan preferensi beras yang dibeli konsumen. Semakin baik karakter beras maka akan semakin pula disukai oleh konsumen, sehingga mereka akan membelinya untuk dikonsumsi (Wibowo dan Indrasari, 2009).

Beras merupakan bahan makanan pokok yang sangat penting di dunia, termasuk di Indonesia. Indonesia adalah salah satu negara dengan konsumsi beras tertinggi di dunia, hal ini disebabkan karena beras telah menjadi budaya yang tidak dapat dipisahkan dari penduduk Indonesia (Amanda, 2016; Lastinawati dan Chuzaimah, 2022).

Beras premium sudah banyak dijual di Kota Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu Provinsi Sumatera Selatan. Meningkatnya penjualan beras premium menunjukkan adanya perubahan tingkat pendapatan dan pendidikan yang mendorong perubahan preferensi konsumen terhadap produk. Konsumen memiliki perubahan pola konsumsi beras, yaitu lebih memilih beras berkualitas tinggi. Beras premium memiliki kelebihan dan kekurangan, dimana kelebihanya yaitu beras premium menghasilkan nasi yang pulen dan wangi, diproses dengan teknologi canggih, terdapat beberapa pilihan jenis beras, tersedia di toko

online. Sementara kekurangannya adalah tidak tersedia dalam bentuk per kilo atau per liter, dan harga yang relatif lebih mahal dibandingkan beras biasa (Bahari dan Taridala, 2015).

Preferensi konsumen terhadap beras premium, masuk ke dalam kelompok faktor yang dipengaruhi oleh pribadi konsumen itu sendiri. Preferensi konsumen adalah pemilihan suka atau tidaknya sukanya seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Preferensi membagikan selera konsumen dari berbagai produk pilihan yang ada. Preferensi konsumen adalah kecenderungan seseorang dalam memilih penggunaan barang tertentu untuk dapat dirasakan dan dinikmati. Pemahaman preferensi konsumen bertujuan untuk meneruskan strategi pemasaran yang secara berkelanjutan agar barang atau jasa yang dijual atau dipasarkan tetap diminati oleh konsumen (Ammar, 2017).

Penjualan beras premium di Kota Baturaja tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga, namun juga dipengaruhi oleh besar kecilnya kebutuhan masyarakat terhadap beras premium. Hal ini dilihat dari jenis konsumen, ada konsumen rumah tangga, catering dan restoran. Konsumen rumah tangga membeli untuk kebutuhan keluarga. Konsumen catering membeli dalam jumlah banyak untuk keperluan hajatan/resepsi atau lainnya, dan konsumen restoran membeli untuk kebutuhan penjualan di restorannya. Pergeseran sikap konsumen masuk dalam

kelompok faktor yang ditentukan oleh pribadi konsumen itu sendiri, salah satunya merupakan keadaan ekonomi konsumen. Akan tetapi, konsumen tidak setia terhadap satu merek beras tertentu saja. Tempat konsumen membeli beras premium juga sering berpindah tempat dari satu toko ke toko lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Kota Baturaja menggunakan metode survei. Metode pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan mengambil 60 konsumen pembeli beras premium di pasar modern Kota Baturaja. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Desember 2022. Tujuan pertama penelitian ini dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan langkah sebagai berikut:

1. Proses Pengambilan Keputusan

Proses keputusan pembelian beras menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah analisis yang menghasilkan output data sampai pada taraf deskriptif, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah dipahami dan disimpulkan (Winartha dan Heru. 2010).

Menurut Engel (2001), keputusan konsumen terdiri atas lima tahapan, yaitu:

a. Pengenalan kebutuhan.

Mendeskripsikan manfaat yang hendak diperoleh konsumen, alasan yang memotivasinya, dan tingkat

ketergantungannya terhadap produk beras premium.

b. Pencarian informasi.

Pencarian informasi akan mendeskripsikan tentang dari mana seorang konsumen memperoleh informasi produk beras premium dan sudah berapa lama dia telah mengetahui informasi tersebut.

c. Evaluasi alternatif.

Konsumen akan dihadapkan pada beberapa alternatif pertimbangan atribut produk yang dianggap paling penting yang mendorongnya melakukan pembelian.

d. Keputusan pembelian.

Keputusan pembelian mencakup dimana konsumen sering membeli beras premium, dan apa alasannya membeli di tempat itu, merek apa yang sering dibeli, pihak yang mempengaruhi konsumen, dan bentuk pengaruhnya.

e. Evaluasi pasca pembelian.

Evaluasi pasca pembelian mencakup tingkat kepuasan konsumen atas produk beras premium yang dibelinya, lamanya mengkonsumsi, kesetiaan atau konsistensi terhadap merek tertentu, serta bagaimana sikap konsumen terhadap produk baru atau perubahan harga.

2. Analisis Preferensi Konsumen

Pengukuran preferensi konsumen pada tujuan kedua penelitian ini dilakukan untuk mengetahui atribut produk beras premium yang paling disukai konsumen dengan menggunakan analisis konjoin. Analisis konjoin merupakan suatu analisis yang

sekarang banyak digunakan dalam berbagai penelitian. Penggunaan analisis ini mengacu pada sebagai berikut:

a. Identifikasi atribut dan level.

Jumlah atribut yang digunakan adalah 4 atribut, sedangkan jumlah level dari masing-masing atribut adalah 2 level. Dari masing-masing atribut dan level kemudian digunakan untuk membentuk kombinasi atribut (stimuli).

Tabel 1. Atribut Beras Premium dan Tarafnya (level)

No	Atribut	Level
1	Bentuk	1. Ramping 2. Bulat
2	Warna	1. Putih Susu 2. Putih Jernih
3.	Kepulenan	1. Pulen 2. Pera
4.	Ukuran kemasan	1. 5 kg 2. 10 kg

b. Membuat kombinasi atribut (stimuli).

Kombinasi antara atribut dengan level disebut satu stimuli. Jumlah kombinasi atribut dapat dihitung seperti berikut, terdapat empat atribut yaitu bentuk, warna, kepulenan, dan ukuran kemasan. Masing-masing atribut mempunyai 2 level. Maka kombinasi atributnya adalah $2 \times 2 \times 2 \times 2 = 16$. Jika kombinasi terlalu banyak untuk dievaluasi maka dapat menggunakan teknik *fractional factorial design*, tujuannya untuk mereduksi agar tidak semua kombinasi harus dianalisis lebih lanjut.

c. Mengumpulkan pendapat responden terhadap kombinasi yang terbentuk.

Responden diminta memberikan penilaian terhadap level produk tersebut. Penilaian responden menggunakan rating

yaitu dengan menggunakan skala Likert, yaitu:

Tabel 2. Skala Likert

Simbol	Penjelasan	Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
BS	Biasa Saja	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sngat Tidak Setuju	1

d. Membuat prosedur analisis konjoin.

Model dasar analisis konjoin ialah model matematis yang mengekspresikan hubungan fundamental antara atribut dan kegunaan yang ditulis dalam bentuk formula:

$$U(X) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{k_1} \beta_{ij} x_{ij}$$

Keterangan:

$U(X)$: semua nilai kegunaan dari satu alternatif.

β_{ij} : *partworth* atau nilai kegunaan dari atribut (bentuk, warna, kepulenan, ukuran kemasan) ke-I taraf ke-j.

k_1 : taraf ke-j dari atribut (bentuk, warna, kepulenan, ukuran kemasan) ke-i.

M : jumlah atribut (bentuk, warna, kepulenan, ukuran kemasan).

X_{ij} : variabel *dummy* atribut (bentuk, warna, kepulenan, ukuran kemasan) ke-I taraf ke-j (bernilai 1 bila taraf yang berkaitan muncul dan 0 bila tidak).

e. Menginterpretasikan hasil.

Hasil proses analisis konjoin yang diinterpretasikan adalah sebagai berikut:

1. 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.

2. Nilai kepentingan (*importance values*) merupakan nilai yang menggambarkan tingkat kepentingan responden terhadap atribut produk dalam pembelian beras premium.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Beras di Pasar Modern (UB Mart) Baturaja, 2023

Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut nyata. Proses pengambilan keputusan merupakan penggambaran langkah-langkah yang dilakukan oleh seorang konsumen dalam membuat keputusan. Proses pengambilan keputusan ini memberikan penjelasan bahwa dalam pengambilan keputusan faktor internal konsumen sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian, dan sikap. Tahapan Proses Pengambilan

Keputusan Konsumen Membeli Beras di Pasar Modern (UB Mart) di Kota Baturaja sebagai berikut.

1. Pengenalan Kebutuhan

Kebutuhan akan beras merupakan kebutuhan pokok. Beras termasuk dalam barang kebutuhan pokok hasil pertanian mengingat beras sangat berpengaruh terhadap stabilitas ekonomi dan/atau kepentingan hajat hidup orang banyak. Beras menjadi komoditas pangan utama di Indonesia sebagai makanan pokok sehari-hari. Di pasaran, banyak produk beras dengan beragam mutu mulai dari premium hingga medium. Saat ini konsumen beras cenderung menyukai beras premium. Berdasarkan hasil penelitian pada tahap pengenalan kebutuhan terdapat 4 atribut, yang pertama kepentingan dalam mengkonsumsi beras premium, kedua tujuan membeli beras premium dan ketiga alasan membeli beras premium.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan atribut pertama pada tahap pengenalan kebutuhan akan beras premium dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Tingkat Pengenalan Kebutuhan pada Beras Premium, 2023

	Tingkat Kepentingan	Jumlah	Persentase (%)
Kepentingan dalam Mengkonsumsi Beras	Sangat Penting	18	30,00
	Penting	32	53,34
	Cukup Penting	10	16,67
Total		60	100
Tujuan Membeli Beras Premium	Makan Sendiri	45	75,00
	Dijual Kembali	12	20,00
	Lainnya	3	5,00
Total		60	100
	Harga Terjangkau	26	43,34
	Manfaat Kesehatan	8	13,34

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BERAS PREMIUM
DI PASAR MODERN KOTA BATURAJA

Ervina Yuliyanti, Endang Lastinawati, Septianita

	Mudah didapat	16	26,67
	Kebutuhan Usaha	10	16,67
Total		60	100

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel 3, kepentingan dalam mengkonsumsi beras premium pada tahap pengenalan kepentingan sebanyak 18 orang atau 30 persen menyatakan sangat penting, 32 orang atau 53,34 persen menjawab penting dan 10 orang yaitu sebesar 16,67 persen menjawab cukup penting. Kedua, tujuan membeli beras premium sebanyak 45 orang atau 75 persen menjawab untuk makan sendiri, 12 orang atau 20 persen menjawab untuk dijual kembali kemudian 3 orang atau 5 persen menjawab lainnya dengan alasan bahwa beras di beli untuk usaha catering.

Atribut yang ketiga yaitu alasan membeli beras premium sebanyak 26 atau 43,34 persen menjawab harganya terjangkau, sebanyak 8 orang atau 13,34 persen menjawab manfaat kesehatan, 16 orang atau 26,67 persen menjawab mudah didapat, dan 10

orang atau 16,67 persen menjawab lainnya dengan alasan kepentingan seperti untuk kebutuhan usaha dan lainnya.

2. Pencarian Informasi

Tahap yang kedua yaitu pencarian informasi. Setelah pengenalan kebutuhan terjadi, maka konsumen akan mencari informasi yang berhubungan dengan beras premium yang mereka akan beli, baik pengetahuan yang tersimpan dalam ingatan (pencarian internal) maupun informasi yang diperoleh dari lingkungan (pencarian eksternal). Pencarian informasi merupakan tahap di mana konsumen akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak mengenai kebutuhannya. Tahap ini dilakukan analisis dengan beberapa pertanyaan atau atribut (Tabel 4).

Tabel 4. Tingkat Pencarian Informasi pada Beras Premium, 2023

	Tingkat Kepentingan	Jumlah	Persentase (%)
Mengetahui Tentang Beras Premium	Dari Teman	3	5,00
	Dari Keluarga	4	6,67
	Lainnya	53	88,34
Total		60	100
Sumber Paling Mempengaruhi Dalam Memilih Beras Premium	Teman dan Keluarga	5	8,34
	Iklan	10	16,67
	Lainnya	43	71,67
Total		60	100
Acuan Ada Membeli Beras Premium	Ada	40	66,67
	Tidak Ada	20	33,33
Total		60	100
Siapa Acuan Membeli Beras Premium	Keluarga	25	41,67
	Orang Lain	15	25,00
Total		60	100
Dilakukan Oleh Kelompok Acuan	Pernah	42	70,00
	Menyarankan	12	20,00
	Mengharuskan	6	10,00
Total		60	100

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan hasil penelitian pertanyaan pertama dimana dan kemana mengetahui tentang beras premium, sebanyak 3 orang atau 5 persen menjawab dari teman, 4 orang atau 6,67 persen konsumen menjawab dari keluarga dan 53 orang atau 88,34 persen menjawab lainnya, dengan alasan mereka sudah mengetahui mutu dan rasa beras yang mereka beli karena pembelian bukan pertamakalinya. Selain itu, beberapa konsumen menyatakan berawal dari ketidak sengajaan membeli kemudian dirasa enak membuat membuat mereka membel kembali.

Atribut yang kedua sumber yang paling mempengaruhi dalam memilih beras premium yaitu sebanyak 5 orang atau 8,34 persen menjawab dari teman dan keluarga, sebanyak 10 orang atau 16,67 persen menjawab dari iklan dan selebaran yang ada di televisi maupun yang dibagikan karyawan di masyarakat sekitar kota Baturaja, kemudian sebanyak 43 orang atau 71,67 menjawab lainnya, dengan alasan mereka membeli dipengaruhi oleh diri sendiri karna faktor kebutuhan.

Atribut yang ketiga acuan atau rujukan saat akan membeli beras premium. Sebanyak 40 orang atau 66,67 menjawab ada dan sebanyak 20 orang atau 33,34 persen menjawab tidak ada. Atribut yang keempat yaitu siapa yang menjadi acuan atau rujukan bagi saat akan membeli beras premium, sebanyak 20 orang atau 33,34 menjawab dari teman, 25 orang atau 41,67 persen menjawab

dari keluarga dan 15 orang atau 25 persen menjawab dari orang lain. Atinut ke lima yaitu apa yang dilakukan oleh kelompok acuan tersebut dalam pembelian beras premium, sebanyak 42 orang atau 70 persen menjawab memberitahukan dengan cerita bahwa mereka pernah membeli/mengonsumsi beras premium, 12 orang atau 20 persen menjawab menyarankan membeli dan 6 orang atau sebanyak 10 persen menjawab mengharuskan anda membeli dengan alasan bahwa mereka diperintahkan untuk membelikan untuk kepentingan *catering* sehingga membuat mereka mengharuskan pembelian beras premium.

3. Evaluasi Alternatif

Berdasarkan hasil penelitian tahap evaluasi alternatif dalam penelitian ini menggambarkan keyakinan dan sikap dari konsumen yang mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Dalam proses ini konsumen akan melakukan proses evaluasi mulai dari pertimbangan utama saat membeli beras premium termasuk harga produk, kemasan produk, merek produk dan manfaat produk beras. Serta sikap jika beras premium yang ingin anda beli sedang habis, hal ini dimaksudkan untuk mengetahui hal yang menjadi pertimbangan ketika membeli, alternatif konsumsi produk lain hingga hal yang dipertimbangkan untuk mengonsumsi beras premium yang dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Tingkat Pencarian Informasi pada Beras Premium, 2023

	Tingkat Kepentingan	Jumlah	Presentase (%)
Pertimbangan utama saat membeli beras premium	Harga Produk	26	5,00
	Manfaat Produk	24	6,67
	Warna Beras	10	88,34
Total		60	100
Sikap Jika Beras Premium Habis	Beli Tempat Lain	29	8,34
	Beli Merk Lain	31	16,67
Total		60	100

Sumber: Data Primer (diolah)

Atribut yang pertama yaitu pertimbangan utama saat membeli beras premium sebanyak 26 orang menjawab harga produk, Pada Januari 2023, rata-rata harga beras kualitas premium di penggilingan sebesar Rp 10.954,00 per kg sedangkan beras kualitas medium di penggilingan sebesar Rp 10.371,00 per kg. Hal ini tentu tidak jauh beda, dimana salah satu keunggulannya adalah tidak perlu dibersihkan lagi tinggal dicuci kemudian dimasak. Sebanyak 24 orang menjawab manfaat produk, menurut beberapa konsumen beras premium mutu dari beras premium biasanya lebih memilih beras berwarna putih bersih mengkilap, memiliki persentase beras kepala/utuh yang tinggi, serta tidak mengandung gabah atau benda asing. Beras berwarna putih mengkilap karena telah melewati proses penyosohan yang menghilangkan lapisan kulit ari (bran layers) pada butir beras. Sebagian konsumen beras menyukai beras dengan tekstur nasi pulen, dan sebagian yang lainnya menyukai tekstur nasi pera.

Atribut yang kedua yaitu sikap jika beras premium yang ingin anda beli sedang habis. Sebanyak 29 orang menjawab tetap membeli di tempat lain dan 31 orang

menjawab Membeli merek beras premium lainnya, karena begitu banyak merek beras premium yang ada di UB Mart, merk beras yang ada di UB mart yaitu Beras Raja Platinum, Beras Selancar, dan Beras Dua Koki.

4. Keputusan Pembelian

Menurut Sebeki *et al.*, (2019), pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Pembelian konsumen meliputi keputusan konsumen mengenai alasan membeli, keputusan membeli, dan keputusan pembelian selanjutnya serta berapa kali membeli dalam 1 bulan. Untuk atribut yang pertama yaitu keputusan untuk membeli beras premium pada pembelian pertama kalinya sebanyak 50 orang menjawab terencana, dan sebanyak 10 orang menjawab tidak terencana. Atribut yang kedua yaitu keputusan untuk membeli beras premium pada pembelian selanjutnya, sebanyak 46 orang menjawab terencana karena melihat kebutuhan stok yang sudah habis atau menipis dan sebanyak 16 orang menjawab tergantung situasi. Kemudian atribut yang terakhir yaitu berapa kali ibu membeli beras premium dalam satu bulan terakhir. Sebanyak 5 orang menjawab 1

kali/bulan, 19 orang sebanyak 2 kali/bulan, 16 orang menjawab 3 kali/bulan, 14 orang menjawab 4 kali/bulan dan 8 orang menjawab lainnya dengan alasan bahwa mereka membeli tidak pasti atau tidak menentu dalam satu bulan.

B. Preferensi Konsumen Terkait Atribut Beras dalam Pembelian Beras Premium di Pasar Modern di Kota Baturaja, 2023

Preferensi konsumen adalah analisis yang bertujuan untuk mengetahui apa yang disukai dan yang tidak disukai konsumen beras premium, juga untuk menentukan urutan kepentingan dari suatu atribut beras. Dengan menggunakan analisis preferensi ini akan diperoleh urutan kepentingan karakteristik beras seperti apa yang paling penting atau paling disukai. Preferensi diartikan sebagai derajat kesukaan seseorang terhadap suatu jenis produk. Preferensi dapat terbentuk dari suatu persepsi konsumen terhadap produk. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan kuisisioner dapat dilihat pada Tabel 6.

Berdasarkan hasil kuisisioner yang didapat dari lapangan, bahwa terdapat 12 pernyataan yang telah diisi oleh konsumen beras premium di pasar modern UB Mart di Kota Baturaja. Pertanyaan tersebut yaitu (1) membeli beras premium karena adanya kebutuhan, dari 60 konsumen sebanyak 52 menjawab sangat setuju dan sebanyak 8 orang konsumen menjawab setuju membeli beras karena adanya kebutuhan,

seperti yang kita ketahui beras merupakan kebutuhan pokok di Indonesia khususnya di Kota Baturaja. (2) membeli beras premium di UB Mart sesuai dengan keinginan karena harga dan kualitas barang bagus, sebanyak 53 orang menjawab sangat setuju dan sebanyak 7 orang menjawab setuju, sejalan dengan pernyataan ke (3) kualitas beras premium sangat bagus dibandingkan dengan beras biasa seluruh konsumen menjawab sangat setuju, hal ini dikarenakan produk beras premium mempunyai mutu yang baik seperti beras berwarna putih bersih mengkilap, memiliki persentase beras kepala/utuh yang tinggi, serta tidak mengandung gabah atau benda asing. Beras berwarna putih mengkilap karena telah melewati proses penyosohan yang menghilangkan lapisan kulit ari (*bran layers*) pada butir beras. Sebagian konsumen beras menyukai beras dengan tekstur nasi pulen, dan sebagian yang lainnya menyukai tekstur nasi pera. (4) memutuskan untuk membeli beras premium di UB Mart setelah membandingkan dengan supermarket lainnya, sebanyak 45 orang menjawab sangat setuju dan sebanyak 15 orang menjawab setuju, beberapa konsumen beras premium menyatakan bahwa harga beras premium di UB Mart sedikit lebih murah dibandingkan dengan pasar modern lainnya, berkisar beda Rp. 1.000,00 sampai dengan Rp 2.000,00.

Tabel 6. Preferensi Konsumen Terkait Atribut Beras Dalam Pembelian Beras Premium Di Pasar Modern (UB Mart) di Kota Baturaja, 2023

Pernyataan	1	2	3	4	5
1	-	-	-	8	52
2	-	-	-	7	53
3	-	-	-	-	60
4	-	-	-	15	45
5	-	-	3	17	40
6	-	-	-	6	54
7	-	-	-	-	60
8	-	-	-	25	35
9	5	10	25	15	5
10	-	-	-	3	57
11	-	-	-	15	45
12	-	-	10	22	28

Sumber: Data Primer (diolah)

Keterangan:

- 1 : Sangat Tidak Setuju
- 2 : Tidak Setuju
- 3 : Kurang Setuju
- 4 : Setuju
- 5 : Sangat Setuju

Pernyataan ke (5) memutuskan untuk membeli beras premium berdasarkan pengalaman orang lain, sebanyak 40 orang menjawab sangat setuju, 17 orang menjawab setuju dan 3 orang menjawab kurang setuju. Tiga orang yang menjawab pernyataan kurang setuju menyampaikan bahwa mereka membeli beras premium berdasarkan pengalaman diri sendiri bukan orang lain karena mereka bukan melakukan pembelian yang pertama. (6) kemasan beras premium sangat bagus dan menarik, sebanyak 54 menjawab sangat setuju dan 6 orang yang menjawab tidak setuju, mengulik tentang desain kemasan beras premium, beras, lebih khusus lagi beras premium adalah jenis pangan unggulan dengan kualifikasi rekomended untuk dikonsumsi. Dengan fakta seperti itu, rasa kurang tepat kiranya apabila produk beras

premium ini dikemas dengan kemasan yang kurang mendukung sifat premiumnya artinya kemasan yang kurang terlihat mewah dan menarik. Agar sifat premium dan nilai jualnya tetap terjaga, kemasan pada produk ini juga haruslah premium. Hal tersebut merupakan upaya untuk menambah kepercayaan konsumen akan kualitas dari produk beras premium yang ada di pasaran. Kemasan merupakan bagian terluar pelapis produk yang diibaratkan sebagai benteng yang bisa melindungi juga mengokohkan produk dalam jangka waktu tertentu.

Pernyataan ke (7) sebagai konsumen setuju bahwa beras premium memiliki kualitas lebih baik dari beras biasa, seluruh konsumen sampel sangat setuju, hal ini sejalan dengan pernyataan ke (3) kualitas beras premium sangat bagus dibandingkan dengan beras biasa. Hal ini di karenakan produk beras premium mempunyai mutu yang baik seperti beras berwarna putih bersih mengkilap, memiliki persentase beras kepala/utuh yang tinggi, serta tidak mengandung gabah atau benda asing. Beras berwarna putih mengkilap karena telah melewati proses penyosohan yang menghilangkan lapisan kulit ari (*bran layers*) pada butir beras. Sebagian konsumen beras menyukai beras dengan tekstur nasi pulen. (8) melihat konsumen lain membeli beras premium, maka tertarik untuk membeli juga, sebanyak 35 orang konsumen menjawab sangat setuju dan 25 konsumen menjawab setuju, beberapa konsumen beras premium

menyatakan bahwa mereka mengetahui bahwa beras premium yang mereka beli bersih, tidak patah-patah, berwarna putih pulen bahkan ada yang pulen wangi, hal inilah yang menjadi ketertarikan beberapa konsumen untuk membeli beras premium di UB Mart. (9) Saya membeli beras premium karena adanya bujukan orang lain sejalan dengan pernyataan ke (8) selanjutnya konsumen lain membujuk kita untuk membeli dan merekomendasikan UB mart sebagai pasar modern tempat pembelian beras premium.

Pernyataan ke (10) merasa sangat puas membeli beras premium sebanyak 57 konsumen menjawab sangat setuju dan 3 konsumen menjawab setuju. (11) tidak pernah kecewa setelah membeli beras premium, sebanyak 45 orang konsumen menjawab sangat setuju dan 15 konsumen menjawab setuju, konsumen menyatakan puas dengan pembelian beras premium selain karna mutu yang baik juga karna harga yang terjangkau untuk kalangan menengah ke atas. (12) akan melakukan pembelian beras premium secara terus-menerus, sebanyak 28 orang konsumen sangat setuju, 22 orang konsumen menjawab setuju dan 10 orang konsumen menjawab kurang setuju, mereka menyampaikan bahwa mereka ingin melakukan pembelian beras premium terus menerus akan tetapi harus disesuaikan dengan keadaan dan keuangan yang ada.

C. Analisis Konjoin pada Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Beras Premium di Pasar Modern di Kota Baturaja, 2023

1. Nilai *Utility* (Kegunaan)

Nilai (*utility*) adalah nilai yang menyatakan utilitas masing-masing level dalam faktor. Apabila dalam grafik *utility* adalah positif, maka berarti responden tersebut menyukai level tersebut, dan apabila negatif berarti responden tidak menyukai level tersebut. Nilai *utility* secara umum dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Rata-rata Nilai *Utility* (Kegunaan) pada Atribut Beras Premium

		<i>Utility</i>	
		<i>Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Bentuk	Ramping	0,203	0,278
	Bulat	0,130	0,402
Warna	Putih susu	-0,170	0,011
	Putihjernih	0,114	0,134
Kepulenan	Pulen	0,268	0,114
	Pera	0,011	0,028
Ukuran	5kg	-0,013	0,187
	10kg	0,113	0,237
(Constant)		7,352	0,119

Masing-masing nilai *utility* adalah variabel xij atribut ke-i level ke-j dengan nilai konstanta $\beta_0 = 4.352$ maka model analisis konjoin untuk preferensi konsumen UB Mart dalam pembelian beras premium adalah:

$$r_i = 0,203p_1 + 0,130p_2 - 0,170p_3 + 0,114p_4 + 0,268p_5 + 0,011p_6 - 0,013p_7 + 0,113p_8 + 7.352$$

Berdasarkan hasil penelitian bahwa nilai *utility* secara bersama sama urutan yang paling konsumen beras premium sukai dari attribute bentuk, yakni bentuk yang ramping dengan nilai *utility* sebesar 0,203 sedangkan bentuk bulat nilainya lebih kecil yakni sebesar

0,130. Atribut warna beras premium secara bersama sama urutan yang paling konsumen beras premium sukai dari atribut warna beras adalah putih jernih, dengan nilai *utility* sebesar 0,114, sedangkan putih susu -0,170, untuk atribut kepulenan beras premium secara bersama sama urutan yang paling konsumen beras premium sukai dari atribut kepulenan yakni pulen dengan nilai sebesar 0,268 sedangkan pera sebesar 0,011. Untuk atribut yang terakhir adalah atribut ukuran beras, secara bersama sama urutan yang paling konsumen beras premium sukai dari atribut ukuran yakni ukuran beras premium dengan berat 10 kg dengan nilai *utility* sebesar 0,113 sedangkan ukuran 5 kg sebesar -0,013.

2. Nilai *Importance* (Kepentingan)

Dari analisis diperoleh nilai *importance* (kepentingan), yang mana nilai tersebut merupakan gabungan pendapat konsumen beras premium terhadap attribute beras yang dimaksud. Nilai *importance* digunakan untuk mengetahui attribute mana yang dianggap terpenting oleh konsumen dalam memilih beras premium di pasar modern UB Mart. Nilai yang tertinggi dianggap faktor yang terpenting dalam memilih beras premium. Hasil analisis konjoin untuk nilai *importance* secara umum dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Rata-rata Nilai *Importance* (Kepentingan) Atribut Beras Premium

No	Importance Values	
1	Bentuk	25.204
2	Warna	21.870
3	Kepulenan	29.808
4	Ukuran	23.117

Averaged Importance Score

Berdasarkan hasil SPSS bahwa secara bersama-sama konsumen beras menilai bahwa attribute yang paling penting adalah kepulenan dengan nilai 29,808, kemudian yang kedua bentuk dengan nilai sebesar 25,204. Ukuran dengan nilai sebesar 23,117 dan yang terakhir warna beras dengan nilai 21,870. Jadi pada produk beras premium ini faktor yang paling dipertimbangkan konsumen adalah kepulenan beras premium yang mereka beli di UB Mart.

3. *Correlation* (Korelasi)

Berdasarkan tabel korelasi dapat diketahui hubungan (korelasi) antara data responden dengan data sebenarnya yang bertujuan untuk mengukur ketepatan/kecocokan estimasi model. Output untuk nilai korelasi tersaji pada tabel 8.

Tabel 8. Nilai *Correlation* Responden Terhadap Atribut Beras

	Correlations ^a	
	Value	Sig.
Pearson's R	0,810	0,001
Kendall's tau	0,667	0,003

a. Correlations between observed and estimated preferences

Pada tabel korelasi angka signifikan untuk uji Pearson's R sebesar 0,001 dan Kendall's tau 0,003 dibawah 0,05 maka kedua uji tersebut berada pada taraf signifikan, maka H_0 ditolak. Hal ini berarti memang ada korelasi yang nyata antara hasil konjoin dengan preferensi konsumen tersebut. Dengan demikian bahwa pendapat 60 responden tersebut bisa diterima untuk menggambarkan keinginan populasi pembeli beras premium.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan sebagai berikut:

1. Tahapan proses keputusan pembelian melalui tahapan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif dan keputusan pembelian.
2. Preferensi konsumen terkait atribut beras dalam pembelian beras premium di Pasar Modern di Kota Baturaja menilai bahwa atribut yang paling penting adalah kepulenan, bentuk, ukuran dan warna.

Saran

1. Produsen dan Pemasar sebaiknya lebih mempertahankan dan meningkatkan kualitas kepulenan dari beras yang dihasilkan karena atribut kepulenan beras merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen.
2. Atribut yang paling rendah yaitu atribut warna, atribut tidak terlalu penting untuk diperbaiki karena tergantung dari tingkat selera konsumen dan atribut warna tidak berpengaruh terhadap rasa dari beras premium.
3. Untuk penelitian lanjutan, diharapkan mampu meneliti strategi apa yang harus dilakukan produsen sehingga beras premium bias dikonsumsi bukan hanya dari kalangan menengah ke atas akan tetapi kalangan bawah juga bias membelinya dengan harga yang murah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda. (2016). Analisis Preferensi dan Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Jumlah Konsumsi Beras. Medan: *Journal On Social Economic of Agriculture and Agribusiness*. 5 (7), 30-35.
- Amang dan Mirza. (2001). Kebijakan Beras dan Pangan Nasional Pelajaran dari Orde Baru dan Orde Reformasi. Bogor: IPB Press.
- Ammar. (2017). Analisis Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Beras Berlabel di Tasikmalaya. *Jurnal Agriekonomika*. 8 (1), 8-18.
- Bahari dan Taridala. (2015). Preferensi Konsumen Beras Berlabel. *Jurnal Agribisnis*. 4 (1), 15-21.
- Engel. (2001). Proses Pengambilan Keputusan Konsumen. <https://samahitawirota.com>. Diakses 15 Oktober 2022.
- Lastinawati, E. dan Chuzaimah. (2022). Risk Analysis of Rice Price in Related to Ceiling Price of Rice Regulation in South Sumatra Province. *Musamus Journal of Agribusiness*. 5(1), 1-8.
- Winartha dan Heru. (2010). Sikap dan Keterlibatan Konsumen Membeli Beras Berlabel. *Jurnal Agribisnis*. 5 (1), 41-48