

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN BERAS DI KECAMATAN DONGGO
KABUPATEN BIMA**

***ANALYSIS OF RICE CONSUMER PREFERENCES IN DONGGO DISTRICT
BIMA REGENCY***

Finalis Rahmatun^{1*}, Suparmin², Anwar³

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

²Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram,
Indonesia

*Email Penulis korespondensi : finalisrahmatun2002@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan : (1) Untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap beras di Kecamatan Donggo Kabupaten Bima. (2) Untuk menganalisis atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen beras di Kecamatan Donggo Kabupaten Bima. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *metode deskriptif analistis*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik survei dan kuesioner. Unit analisis pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli beras di Kecamatan Donggo Kabupaten Bima. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan kualitatif. Penentuan daerah penelitian menggunakan *purposive sampling* dan sengaja memilih Kecamatan Donggo. Penentuan responden menggunakan rumus slovin dengan jumlah sebanyak 100 responden dan dari 5 desa yang pilih akan ditentukan masing-masing 20 responden dengan teknik *quota sampling*. Teknik pengambilan sampelnya yaitu *accidental sampling*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah *analisis konjoin (conjoint analysis)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Preferensi konsumen terhadap beras di Kecamatan Donggo Kabupaten Bima adalah harga beras yang sedang (Rp10.000 – 12.000), bentuk beras dengan butir utuh, kepulenan yang sedang, warna beras yang putih (jernih/alami) dan kebersihan beras yang bersih. Atribut beras yang paling dipertimbangkan oleh konsumen beras di Kecamatan Donggo Kabupaten Bima adalah harga beras. Atribut yang dipertimbangkan selanjutnya secara berturut-turut yaitu atribut kebersihan beras, warna beras, bentuk beras dan kepulenan nasi. Saran : (1) Bagi petani/produsen sebaiknya meningkatkan lagi terhadap atribut kebersihan beras mengingat kebersihan beras menjadi atribut yang dipertimbangkan kedua oleh konsumen karena ada keluhan konsumen terhadap beras yang dipasarkan jarang ditemukan dalam keadaan bersih dari kotoran dan benda-benda asing. (2) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengkomplekskan atribut-atribut beras yang akan dianalisis karena masih banyak lagi atribut lainnya juga yang harus dianalisis selain dari lima atribut yang sudah dipakai oleh peneliti sekarang.

Kata Kunci : Beras, Preferensi Konsumen, Analisis Konjoin

ABSTRACT

This research aims: (1) To determine consumer preferences for rice in Donggo District, Bima Regency. (2) To find out the attributes most considered by rice consumers in Donggo District, Bima Regency. The method used in this research is descriptive analytical method. The data collection techniques used were survey and questionnaire techniques. The unit of analysis in this research is consumers who buy rice in Donggo District, Bima Regency. The type of data used is quantitative and qualitative data. Determining the research area used purposive sampling and deliberately chose Donggo District. Determination of respondents using the slovin formula with a total of 100 respondents and from the 5 selected villages will be determined each 20 respondents using the quota sampling technique. The sampling technique is accidental sampling. The data sources used in this research are primary data and secondary data. The data analysis used is conjoint analysis.

The results showed that: Consumer preferences for rice in Donggo District, Bima Regency were the moderate price of rice (Rp. 10,000 – 12,000), the shape of the rice with whole grains, the medium thickness, the color of the white rice (clear/natural) and the cleanness of the rice. clean. The rice attribute

most considered by rice consumers in Donggo District, Bima Regency is the price of rice. The next attributes to be considered are the attributes of rice cleanliness, rice color, rice shape and rice fluffiness. Suggestions: (1) Farmers/producers should increase the rice hygiene attribute considering that rice cleanliness is the second attribute considered by consumers because there are consumer complaints that rice that is marketed is rarely found in a clean state of dirt and foreign objects. (2) Future researchers are expected to complicate the rice attributes to be analyzed because there are many other attributes that must be analyzed apart from the five attributes currently used by researchers.

Keywords : Rice, Consumer Preferences, conjoint analysis

PENDAHULUAN

Beras merupakan salah satu komoditas penting dalam sendi kehidupan sosial ekonomi masyarakat Indonesia. Beras adalah komoditas penting yang dikonsumsi oleh sebagian besar penduduk Indonesia sehingga masalah konsumsi beras dan pemenuhannya akan tetap menjadi hal penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia (Nurmalina dan Astuti, 2011). Di Indonesia, beras menjadi penyumbang kalori dan protein yang terbesar bagi penduduk. Sekitar 52 - 55% kalori dan 45 - 48% protein bagi sebagian besar penduduk Indonesia berasal dari nasi (Nurjayanti, 2011). Posisi komoditas beras bagi sebagian besar penduduk Indonesia adalah sebagai makanan pokok karena hampir seluruh penduduk Indonesia membutuhkan beras sebagai bahan makanan utamanya disamping merupakan sumber nutrisi penting dalam struktur pangan. Pertambahan penduduk yang melaju dengan cepat menuntut ketersediaan pangan dalam jumlah yang cukup, mutu yang memadai dan juga cepat (Rozi, et al., 2020). Sehingga aspek penyediaan menjadi hal yang sangat penting. Badan Pusat Statistik Indonesia 2022 mengatakan hampir 97% penduduk Indonesia yang mengkonsumsi beras dan memiliki tingkat konsumsi yang melebihi tingkat konsumsi bahan pangan pokok lainnya seperti, ubi, sagu dan jagung dengan nilai sebesar 1,56 kg/kapita/minggu. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bima (BPS Kabupaten Bima, 2023) juga merincikan konsumsi makanan per kapita per bulan dan didominasi oleh beras.

Dalam ekonomi, harga barang atau produk (termasuk harga gabah dan harga beras) mempunyai peran sangat penting karena mempertemukan kepentingan produsen dan konsumen. Produsen mengharapkan beras yang telah diproduksi akan laku terjual dengan harga yang tinggi dan memiliki banyak pelanggan. Sedangkan disisi lain, harapan konsumen terhadap beras yang dibeli juga bervariasi. Konsumen tentu ingin mengkonsumsi beras dengan bentuk yang utuh, tidak pecah, rasa pulen, berwarna putih di dalam kemasan yang baik. Namun, konsumen juga ingin harga yang rendah tapi mendapatkan beras berkualitas yang selalu tersedia dalam jumlah yang cukup besar (Hidayat dan Savitri, 2020). Maka dari itu, perlu pemahaman yang lebih mendalam terkait dengan keinginan konsumen atau yang disebut dengan preferensi konsumen.

Preferensi konsumen merupakan informasi pasar yang penting bagi sektor agribisnis sebagai bahan masukan untuk merencanakan produk, mengembangkan produk dan memasarkannya lebih baik. Menurut Ammar (2017), Preferensi menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai produk pilihan yang ada. Preferensi konsumen sangat penting dan diperlukan pemahamannya agar setiap keputusan yang diambil oleh produsen tidak bertentangan dengan harapan konsumen. Konsumen adalah komponen yang sangat penting dalam agribisnis.

Ketika melakukan pembelian produk, hal yang tentu akan dilihat terlebih dahulu oleh konsumen yaitu sifat-sifat atau unsur-unsur yang menjadi ciri pada produk tersebut yang kemudian dinamakan sebagai atribut produk. Engel, et al (1994) mendefinisikan atribut sebagai karakteristik atau sifat produk yang umumnya mengacu pada karakteristik

yang berfungsi sebagai kriteria evaluatif selama masa pengambilan keputusan konsumen. Begitupun dalam pembelian beras. Atribut produk menjadi daya tarik bagi konsumen untuk melakukan pembelian beras ataupun produk lainnya. Dengan adanya asumsi bahwa pemakai atribut produk yang tepat dapat menjadi daya tarik dan minat beli konsumen. Oleh karena itu, produsen maupun pemasar harus mengetahui selera atau keinginan konsumen mengenai suka atau tidaknya terhadap produk dengan berbagai macam atribut. Untuk itu penting untuk memahami mengenai perilaku konsumen, diantaranya adalah preferensi konsumen.

Tujuan dari penelitian ini yaitu : (1) Untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap beras di Kecamatan Donggo Kabupaten Bima. (2) Untuk menganalisis atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen beras di Kecamatan Donggo Kabupaten Bima.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *metode deskriptif analitis*. Metode deskriptif adalah metode yang menfokuskan pada penyelesaian masalah-masalah aktual sedangkan analitis adalah data gabungan yang mula-mula disusun, dijelaskan dan selanjutnya di analisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik survei dan kuesioner. Unit analisis pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli beras di Kecamatan Donggo Kabupaten Bima. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan kualitatif. Penentuan daerah penelitian menggunakan *purposive sampling* dan penentuan responden menggunakan rumus slovin sebanyak 100 responden. Dari 5 desa yang dipilih, masing-masing desa diambil 20 responden dengan teknik *quota sampling*. Metode penarikan sampel menggunakan metode *accidental sampling* yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dilokasi penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah *analisis konjoin (conjoint analysis)*.

Analisis Data

Pada kedua tujuan penelitian ini sama-sama menggunakan metode analisis konjoin atau *Conjoint Analisis* dengan adanya bantuan software SPSS. Analisis konjoin merupakan suatu metode untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap suatu objek tertentu berdasarkan pada atribut yang ada pada produk tersebut. Mennecke *et al.* (2007) dalam Putri (2019) berpendapat bahwa analisis konjoin dapat membantu melakukan kuantifikasi utilitas bagi konsumen potensial yang akan membeli berdasarkan atribut-atribut produk tertentu. Melalui kuantifikasi utilitas atribut produk, maka utilitas optimal dari atribut dapat diidentifikasi dan digunakan untuk merancang produk dengan atribut-atribut yang paling disukai konsumen.

Menurut Sarwono (2013), berikut langkah-langkah dalam melakukan analisis konjoin :

1. Menentukan atribut dan levelnya
2. Membuat kombinasi atribut (stimuli)
3. Mengumpulkan pendapat responden terhadap stimuli yang telah dibentuk
4. Melakukan proses analisis konjoin
5. Melakukan penafsiran

Jumlah atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah lima atribut, sedangkan jumlah level dari masing-masing atribut sebanyak tiga level. Dari masing-masing atribut

dan levelnya tersebut kemudian digunakan untuk membuat kombinasi atribut atau stimuli.

Tabel 1. Atribut Produk

No	Atribut	Level
1.	Harga Beras	1. Murah (<Rp10.000) 2. Sedang (Rp10.000– Rp12.000) 3. Mahal (>Rp12.000)
2.	Bentuk beras	1. Butir Utuh 2. Sedang 3. Butir Patah
3.	Kepulenan Nasi	1. Pulen 2. Sedang 3. Tidak Pulen
4.	Warna Beras	1. Putih 2. Putih Susu 3. Kuning
5.	Kebersihan Beras	1. Bersih 2. Sedang 3. Tidak Bersih

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Kombinasi antara atribut dengan level disebut stimulasi. Jumlah kombinasi atribut dapat dihitung sebagai berikut, terdapat 5 atribut yaitu harga, bentuk beras, kepulenan, warna beras, dan kebersihan. Dari atribut tersebut masing-masing terdapat 3 tingkatan level maka kombinasi atributnya yaitu $3 \times 3 \times 3 \times 3 \times 3 = 243$. Karena jumlah kombinasi atribut terlalu banyak untuk dievaluasi oleh responden maka peneliti mereduksi dengan teknik *orthogonal design* dengan alat bantu SPSS agar mereduksi 243 kombinasi tersebut menjadi 16 kombinasi.

Tabel 2. Hasil Prosedur Orthogonal

Harga	Bentuk	Kepulenan	Warna	Kebersihan	STATUS_	CARD_
Sedang	Sedang	Sedang	Putih Susu	Bersih	Design	1
Sedang	Utuh	Tidak pulen	Putih	Tidak bersih	Design	2
Murah	Sedang	Tidak pulen	Putih	Sedang	Design	3
Mahal	patah	Tidak pulen	Kuning	Bersih	Design	4
Sedang	Utuh	Sedang	Putih	Bersih	Design	5
Murah	Utuh	Sedang	Kuning	Bersih	Design	6
Mahal	Utuh	Sedang	Putih	Tidak bersih	Design	7
Murah	Patah	Pulen	Putih Susu	Tidak bersih	Design	8
Murah	Patah	Sedang	Putih	Sedang	Design	9
Sedang	Patah	Pulen	Putih	Bersih	Design	10
Mahal	Utuh	Pulen	Putih Susu	Sedang	Design	11
Sedang	Utuh	Pulen	Kuning	Sedang	Design	12
Murah	Utuh	Tidak Pulen	Putih Susu	Bersih	Design	13
Mahal	Sedang	Pulen	Putih	Bersih	Design	14
Murah	Patah	Tidak Pulen	Putih	Bersih	Design	15

Murah Sedang Pulen Kuning Tidak Bersih Design 16

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Selanjutnya responden akan memberikan penilaian terhadap kombinasi yang terbentuk berupa penilaian rating menggunakan skala *likert* seperti pada tabel berikut :

Tabel 3. Tabel *Skala Likert*

Skala Likert	Singkatan	Nilai
Sangat Tidak Suka	STS	1
Tidak Suka	TS	2
Biasa Saja	BS	3
Suka	S	4
Sangat Suka	SS	5

Hasil output yang diperoleh dari *conjoint analysis* berupa nilai kegunaan (*utility*) dan nilai kepentingan (*importance values*).

Preferensi konsumen terhadap beras

Output yang dihasilkan melalui proses *analisis conjoint* berupa nilai *utility* yaitu merupakan suatu perbandingan antara nilai kegunaan dengan tiap-tiap taraf atributnya. Interpretasi hasilnya adalah untuk nilai *utility* yaitu merupakan nilai yang paling besar yang menjadi kombinasi stimulasi yang disukai oleh konsumen. Nilai kegunaan ini menunjukkan preferensi konsumen terhadap taraf suatu atribut dengan nilai kegunaan yang tertinggi dan cenderung disukai konsumen (Hasbi, 2019).

Atribut yang Paling dipertimbangkan oleh Konsumen beras

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

HASIL DAN PEMBAHASAN

Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Beras

Untuk dapat mengetahui bagaimana preferensi konsumen terhadap beras dapat dilihat dari nilai *utility* (nilai kegunaan). Nilai *utility* merupakan nilai yang menggambarkan pilihan konsumen terhadap atribut produk yang paling disukai jika nilai yang diperoleh hasilnya positif atau nilai yang diperolehnya lebih besar. Namun, jika hasil yang diperoleh negatif atau nilai yang diperoleh lebih kecil maka bisa dikatakan konsumen tidak menyukai atribut produk tersebut. Adapun hasil analisisnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. Nilai Utilitas (Nilai Kegunaan) Berdasarkan Hasil Analisis Konjoin

Atribut	Level	Utility Estimate
Harga	Murah	-0.067

	Sedang	0.424
	Mahal	-0.356
Bentuk	Butir Utuh	0.186
	Sedang	-0.008
	Butir Patah	-0.178
Kepulenan	Pulen	0.064
	Sedang	0.111
	Tidak Pulen	-0.176
Warna	Putih	0.258
	Putih Susu	0.090
	Kuning	-0.348
Kebersihan	Bersih	0.345
	Sedang	0.029
	Tidak Bersih	-0.374

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Preferensi konsumen dapat dilihat dari nilai utility. Dari hasil analisis tersebut dapat dijelaskan dibawah ini.

a. Harga

Pada atribut harga, responden lebih menyukai level atribut harga yang sedang (Rp10.000–12.000). Hal ini ditunjukkan dengan nilai utility tertinggi sebesar 0,424. Hal itu diasumsikan bahwa kualitas beras sudah cukup sesuai dengan harga yang ditawarkan oleh produsen atau pengecer dikalangan masyarakat Kecamatan Donggo. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Sarumaha (2015) yang mengatakan bahwa harga adalah nilai yang harus dibayar oleh konsumen sebagai timbal balik dari kepemilikan terhadap produk tersebut. Konsumen menginginkan produk yang dibeli sesuai dengan harga yang harus dibayar, dalam artian kualitas sebanding dengan harga (Saputri, 2021).

Setelah melakukan penelitian dapat diketahui masyarakat yang memiliki pendapatan lebih tinggi kebanyakan akan memilih beras yang mahal yang tentunya dengan kualitas yang lebih baik, begitupun sebaliknya masyarakat yang pendapatannya rendah dan sedang cenderung akan memilih beras yang harganya murah atau yang harganya sedang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kumboro (2016) yang menyatakan bahwa secara umum konsumen menyukai harga beras yang sedang. Faktor ekonomi konsumen mempengaruhi preferensi konsumen terhadap pemilihan beras.

b. Bentuk

Pada atribut bentuk, responden lebih menyukai beras yang butir utuh yang ditunjukkan dengan nilai utilitynya lebih besar yaitu 0,186 dan tidak menyukai beras dengan level sedang dan butir patah.

Setelah melakukan wawancara terhadap responden, peneliti menemukan beberapa fakta jika responden menanam nasi menggunakan beras dengan butir sedang/patah. Pertama, beras yang tidak banyak patahnya akan menjadi lebih banyak saat ditanak dan hal ini juga sesuai dengan pernyataan Badan Pengembangan Penelitian Pertanian bahwa konsumen cenderung tidak menyukai beras dengan butir patah karena keutuhan butir beras berhubungan dengan volume nasi saat ditanak. Kedua, beberapa responden menyatakan bahwa beras dengan butir patah sangat sulit untuk disesuaikan kadar air saat dimasak sehingga kebanyakan nasinya menjadi sangat pulen dan lembek karena terlalu banyak air yang digunakan.

c. Kepulenan

Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa responden lebih menyukai beras dengan tingkat kepulenan yang sedang yang ditunjukkan dengan nilai utility tertinggi yaitu sebesar 0,111 dan tidak menyukai tingkat kepulenan lainnya.

Kepulenan merupakan salah satu sifat fisiokimia beras yang berperan terhadap mutu tanak dan mutu rasa yang ditunjukkan dengan tinggi rendahnya kandungan amilosa. Kepulenan nasi tidak hanya dipengaruhi oleh varietas beras akan tetapi dipengaruhi juga oleh rasio antara beras dengan air yang digunakan dalam pemasakan. Setelah melakukan wawancara dengan responden, kebanyakan memilih nasi yang kepulennanya sedang karena tidak terlalu menyukai nasi yang terlalu lembek dan juga keras.

d. Warna

Pada atribut warna, beras dengan warna putih memiliki nilai utility tertinggi yaitu sebesar 0,258. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih menyukai beras putih (putih jernih/alami) dibandingkan dua warna beras lainnya. Responden menganggap bahwa beras dengan warna putih (putih jernih/alami) lebih aman untuk dikonsumsi, tidak dilakukan polesan dan gizinya lebih tinggi. Menurut responden yang berpendidikan tinggi, warna beras yang terlalu putih (putih susu) biasanya beras yang terdapat polesan (pewarna) sehingga saat pencucian akan terlihat, yaitu cenderung warna putih pada beras akan menghilang atau luntur (beras polesan).

Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Syahrir (2015) yang menyatakan bahwa konsumen lebih menyukai beras yang warnanya putih (jernih/alami) dibandingkan warna yang lainnya karena beras akan dianggap lebih bersih yang mana bisa dilihat pada proses pencuciannya.

e. Kebersihan

Pada atribut kebersihan, responden lebih menyukai beras yang tingkat kebersihannya bersih yang dapat dilihat dari nilai utilitynya lebih tinggi daripada tingkatan lainnya yaitu sebesar 0,345. Beras yang bersih ditunjukkan dengan bebas dari kotoran baik dedak, sekam, pasir, kerikil maupun benda asing lainnya.

Setelah melakukan wawancara, responden beranggapan bahwa beras tanpa kotoran akan lebih sehat dan tidak menghabiskan waktu ketika ingin memasaknya karena tidak perlu dibersihkan ulang. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Saidah (2023) yang mengatakan bahwa responden memilih beras dengan tingkat kebersihan yang bersih karena lebih cepat dalam proses pencuciannya sebelum dimasak dan dikonsumsi.

Atribut yang Paling Dipertimbangkan

Atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen beras dapat dilihat dari nilai kepentingan (*importance values*). Nilai kepentingan adalah nilai yang menggambarkan tingkat kepentingan atribut oleh responden dengan melihat nilai yang paling tinggi dari atribut-atribut tersebut. Semakin tinggi nilai kepentingan maka atribut tersebut yang menjadi pilihan utama konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli beras. Berikut ini hasil analisis dengan menggunakan analisis konjoin.

Tabel 5. Nilai Kepentingan Konsumen Beras

Atribut	Nilai Kepentingan Atribut
Harga	25.750
Bentuk	15.445
Kepulenan	14.651
Warna	20.850

Dari hasil analisis di atas dapat dilihat bahwa nilai kepentingan terhadap atribut beras dapat menunjukkan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan membeli beras di Kecamatan Donggo Kabupaten Bima. Secara berturut-turut dari yang tertinggi sampai terendah adalah atribut harga beras sebesar 25.750 kemudian diikuti oleh kebersihan sebesar 23.304, warna sebesar 20.850, selanjutnya bentuk beras sebesar 15.445 dan terakhir adalah kepulenan dengan nilai kepentingan sebesar 14.651. Dari hal itu dapat dikatakan bahwa atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam membeli beras di Kecamatan Donggo Kabupaten Bima yaitu harga beras.

Harga beras memiliki nilai utility tertinggi yaitu sebesar 25.750 dan menjadi pertimbangan pertama responden dalam melakukan pembelian beras di Kecamatan Donggo Kabupaten Bima. Harga memiliki fungsi sebagai alat pengukur dan pembeda suatu barang. Harga beras merupakan faktor utama yang sangat diperhatikan konsumen dalam membeli beras. Hal ini dikarenakan harga sangat berpengaruh bagi kesejahteraan masyarakat. Selain itu, harga beras menjadi pertimbangan pertama karena beras merupakan makanan pokok keluarga yang harus dipenuhi setiap hari. Sehingga ketika membeli beras, harga harus disesuaikan terlebih dahulu dengan pendapatan keluarga responden agar kebutuhan selain beras baik pangan maupun non pangan lainnya juga dapat tercukupi. Harga sangat berkorelasi dengan kualitas. Hasil ini juga sesuai dengan pernyataan Sumarwan dalam Saputri (2021) yang menyatakan bahwa jenis, kualitas dan harga berperan penting dalam menentukan keputusan konsumen.

Kebersihan beras memiliki nilai kepentingan sebesar 23.304 dan menempati urutan kedua atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli beras di Kecamatan Donggo Kabupaten Bima. Beras yang bersih dan bebas dari kotoran mengindikasikan bahwa beras tersebut memiliki kualitas yang bagus dan melalui proses penjemuran, penggilingan dan juga pengemasan yang benar. Sedangkan beras yang masih tercampur dengan dedak, pasir dan benda asing lainnya menunjukkan bahwa proses panen dan pasca panennya tidak dilakukan dengan benar. Beras yang bersih dapat mempermudah proses pemasakan karena setelah dilakukan pembelian konsumen tidak perlu melakukan pembersihan lagi. Namun, kebersihan beras menjadi atribut yang dipertimbangkan kedua karena sebagian besar responden berpendapat bahwa kebersihan beras masih bisa diusahakan atau diubah dengan cara membersihkannya lagi sebelum diolah menjadi nasi. Beberapa responden juga mempunyai keluhan terkait beras yang dijual oleh produsen atau pengecer. Pasalnya, setiap kali membeli beras jarang sekali dalam keadaan bersih. Jadi harus dibersihkan ulang sebelum dimasak.

Warna beras menjadi pertimbangan ketiga dengan nilai utility sebesar 20.850. Menurut responden, atribut warna cukup diperhatikan dan menjadi salah satu ketertarikan konsumen ketika melakukan pembelian beras. Warna beras dianggap penting karena dapat menunjukkan kesegaran beras dan lamanya beras disimpan. Proses penyimpanan yang terlalu lama akan mengakibatkan beras menjadi kuning yang disebabkan oleh teroksidanya beras oleh udara. Selain itu, warna beras juga dipengaruhi oleh proses penggilingan. Semakin tinggi derajat penyosohan yang dilakukan, makin putih warna yang dihasilkan karena banyak lapisan aleuron yang hilang. Lapisan aleuron mengandung zat gizi, semakin hilang lapisan aleuron maka semakin berkurang zat gizi yang ada pada beras (Hidayat dan savitri, 2020).

Bentuk beras memiliki nilai utility sebesar 15.445 yang menempati urutan keempat sebagai pertimbangan konsumen dalam membeli beras di Kecamatan Donggo. Bentuk

beras menempati urutan keempat dikarenakan sebagian responden beranggapan bahwa bagaimanapun keutuhan beras tidak mempengaruhi rasanya. Menurut Balai Besar Penelitian Tanaman Padi menyatakan bahwa berdasarkan definisi SNI tentang keutuhan dan kepatahan bentuk beras, pada dasarnya bentuk beras tidak mempengaruhi keamanan konsumsi beras. Faktor bentuk beras lebih berpengaruh pada nilai estetika produk (Yulfirah, 2018). Sebagian besar responden masih bisa menerima keutuhan butir beras yang ditawarkan oleh pedagang/pengecer asalkan mayoritas keutuhan butir beras dalam batas yang wajar. Namun, beberapa responden menganggap bahwa butir beras akan berdampak pada volume nasi dan berkaitan dengan susahny penyesuaian rasio pemberian air saat hendak dimasak. Akan tetapi hal itu bisa dibenahi dan diperbaiki cara memasaknya.

Kepulenan menempati urutan terakhir dengan nilai kepentingan sebesar 14.651 dalam keputusan membeli beras di Kecamatan Donggo. Kepulenan merupakan salah satu sifat fisiokimia beras yang berperan terhadap mutu tanak dan mutu rasa yang ditunjukkan dengan tinggi rendahnya kandungan amilosa. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa kepulenan menjadi atribut terakhir dari keempat atribut lainnya yang diperhatikan konsumen dalam membeli beras. Hal itu dikarenakan ketika konsumen memilih dan membeli beras yang diutamakan dilihat adalah sifat fisik beras yang dapat dilihat secara langsung seperti warna, bentuk dan lain sebagainya.

Tabel 5. Korelasi antara Preferensi dengan Atribut-atribut yang Digunakan

Correlations^a		
	Value	Sig.
Pearson's R	.988	.000
Kendall's tau	.867	.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan nilai korelasi pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada Pearson's R dan Kendall's Tau sebesar 0,000 dan nilai pada kolom valuenya sangat besar karena >80%. Hal ini menggambarkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara preferensi konsumen dalam pembelian beras dengan atribut-atribut yang digunakan dalam penelitian ini (atribut harga, bentuk, warna, kepulenan dan kebersihan beras). Maka dari itu, 5 atribut yang membentuk 16 kombinasi bisa diterima untuk menggambarkan keinginan konsumen beras di Kecamatan Donggo Kabupaten Bima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian ini yaitu :

1. Preferensi konsumen terhadap beras di Kecamatan Donggo Kabupaten Bima adalah harga beras yang sedang (Rp10.000 – 12.000), bentuk beras dengan butir utuh, kepulenan yang sedang, warna beras yang putih (jernih/alami) dan kebersihan beras yang bersih.
2. Atribut beras yang paling dipertimbangkan oleh konsumen beras di Kecamatan Donggo Kabupaten Bima adalah harga beras. Atribut yang dipertimbangkan selanjutnya secara berturut-turut yaitu atribut kebersihan beras, warna beras, bentuk beras dan kepulenan nasi.

Saran

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

DAFTAR PUSTAKA

- Ammar, A. 2017. Analisis Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Olahan Perikanan Di Kota Tasikmalaya (Studi Kasus di Pasar Tradisional Cikurubuk, Kec. Mangkubumi). *Jurnal Perikanan Dan Kelautan* vol. III NO.1 (8-18).
- BPS NTB. 2023. Statistik Pengeluaran Rumah Tangga Kabupaten Bima 2020, 2021 dan 2022. Badan Pusat Statistik Nusa Tenggara Barat. Mataram.
- Engel, J., Roger, D.B., dan Paul, W.M. 1994. Perilaku Konsumen. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Hasbi, A.R. 2019. Preferensi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Nugget Ayam di Kota Palopo. *Jurnal Ilmu Pertanian*. 4 (1) : 5-8.
- Hidayat, S.I., Savitri, S.E. 2020. Preferensi Konsumen Beras di Pasar Krian Kabupaten Sidoarjo. SEA. Volume 9, No.02.
- Kumboro, 2016. Pengaruh Karakteristik dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Beras di Kota Medan. *Tesis*. Universitas Sumatera Utara.
- Lestari, A.P., dan Saidah, Z. 2023. Analisis Preferensi Konsumen terhadap Atribut Beras di Kecamatan Cibeunying Kidul, Kota Bandung. *Jurnal Agrikultura 2023*, 34 (1): 28 - 36.
- Nurjayanti, Eka Dewi. 2011. “ Penawaran Dan Permintaan Beras Pada Era Otonomi Daerah Di Kabupaten Sukoharjo”. Tesis. Program Studi Magister Agribisnis, Program Pascasarjana.Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Nurmalina, Rita., Astuti, E.P. 2011. Analisis Preferensi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Beras di Kec. Mulyorejo Surabaya JawaTimur. *Jurnal Sains Terapan Edisi I*. Volume 1, No.1, halaman 42-47.
- Putri, T. 2019. Analisis Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Abon Ikan Tuna. Tesis, unpublished. Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin. Makasar.

- Rozi, M.F., Masithoh, S. dan Miftah, H. 2020. Analisis Persepsi Konsumen Beras Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Agribisains* volume 6 (2) : 2550-1151.
- Saputri, Pipin. 2021. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Beras Di Kota Bengkulu. *Skripsi*. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhamadiyah Bengkulu.
- Sarumaha, 2015, Analisis Conjoint Terhadap Preferensi Konsumen Produk Minyak Goreng Kelapa Sawit Di Kota Medan. *Journal On Social Economic Of Agriculture And Agribusiness*. Vol 4. No 5.
- Sarwono, J. 2013. Statistik Multivariat Aplikasi Untuk Riset Skripsi. Edisi Pertama CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Syahrir, SAAT. 2015. Preferensi konsumen beras berlabel. *Agriekonomika*. 4: 10–21
- Yulfirah. 2018. Perilaku Konsumen Pada Pembelian Beras Di Kota Makassar. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*. Vol. 14, No. 2.