

# **ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK BAWANG PUTIH LOKAL DAN IMPOR DI PASAR MANDALIKA KOTA MATARAM**

## **ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES TOWARDS LOCAL AND IMPORTED GARLIC PRODUCTS IN MANDALIKA MARKET MATARAM CITY**

**Sulis Andriani<sup>1\*</sup>, Anas zaini<sup>2</sup>, dan Sharfina Nabilah<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Agribisnis, Universitas Mataram, Kota Mataram, Indonesia  
\*Email: sulisandriani435@gmail.com

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Bagaimana karakteristik konsumen bawang putih lokal dan impor di Pasar Mandalika Kota Mataram; (2) Bagaimana preferensi konsumen dalam membeli bawang putih lokal dan impor di Pasar Mandalika Kota Mataram; (3) Bagaimana kombinasi atribut yang paling disukai konsumen bawang putih lokal dan impor di Pasar Mandalika Kota Mataram. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang berlokasi di Pasar Mandalika Kota Mataram dimana penentuan lokasi sampling menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah responden sebanyak 68 orang (konsumen bawang putih) dimana penentuan responden menggunakan metode *convenience sampling*. Sehingga dari 68 konsumen yang menjadi responden bawang putih di Pasar Mandalika, ditemukan 18 orang (26%) merupakan konsumen bawang putih lokal dan 50 orang (74%) merupakan konsumen bawang putih impor. Rata – rata usia konsumen berada pada usia >40 tahun, tingkat pendidikan SLTA, bekerja sebagai pedagang dan ibu rumah tangga, memiliki tingkat pendapatan yang rendah, dan mempunyai jumlah anggota keluarga antara 2 sampai lebih dari 5 orang. Selanjutnya preferensi konsumen terhadap komoditas bawang putih lokal dan bawang impor yaitu terdapat 26% memilih bawang putih lokal dan 74% memilih bawang putih impor. Pilihan kombinasi atribut yang paling disukai oleh responden adalah kombinasi bawang putih lokal dengan ukuran 50-60 umbi/kg, rasa pedas sedikit asam, beraroma kurang harum dan tidak segar, harga berkisaran Rp 31.000-Rp 40.000, berwarna putih keunguan. Sedangkan untuk bawang putih impor yakni ukuran 50-60 umbi/kg, beraroma kurang harum dan tidak segar, harga yang berkisaran Rp 21.000-Rp 25.000, berwarna putih kekuningan.

Kata Kunci : Bawang Putih, Karakteristik konsumen, preferensi konsumen, kombinasi atribut.

*This study aims to: (1) How are the characteristics of local and imported garlic consumers in Mandalika Market in Mataram City; (2) What is the consumer preference in buying local and imported garlic at Mandalika Market in Mataram City; (3) How is the combination of attributes most preferred by local and imported garlic consumers in Mandalika Market in Mataram City. This study used a descriptive method located in Mandalika Market, Mataram City, where the sampling location was determined using the purposive sampling method. The number of respondents was 68 people (garlic consumers) where the determination of respondents used the convenience sampling method. So that from 68 consumers who were garlic respondents in Mandalika Market, it was found that 18 people (26%) were local garlic consumers and 50 people (74%) were imported garlic consumers. The average age of consumers is at the age of*

*>40 years, high school education level, working as traders and housewives, having a low income level, and having a family of between 2 to more than 5 people. Furthermore, consumer preferences for local garlic and imported onions are 26% choosing local garlic and 74% choosing imported garlic. The choice of attribute combination most preferred by respondents is a combination of local garlic with a size of 50-60 tubers / kg, spicy taste slightly sour, less fragrant aroma and not fresh, prices ranging from Rp 31,000-Rp 40,000, purplish white. As for imported garlic, which is the size of 50-60 bulbs / kg, smells less fragrant and not fresh, the price ranges from Rp 21,000-Rp 25,000, yellowish white.*

*Keywords: Garlic, Consumer characteristics, consumer preferences, combination of attributes.*

## PENDAHULUAN

Pertanian masih menjadi salah satu sektor penting di Indonesia dalam pembangunan ekonomi nasional, dikarenakan sektor pertanian memiliki kontribusi strategis terhadap penyediaan bahan-bahan pokok yang dibutuhkan, bahan-bahan pendukung sektor industri, dan penyedia lapangan pekerjaan di Indonesia. Selain itu, sektor pertanian juga dapat menjadi sumber utama pendapatan rumah tangga pedesaan, penyedia bahan pakan, serta berperan dalam upaya penurunan emisi gas rumah kaca (Kementan, 2016). Salah satu subsektor pertanian yang memberikan kontribusi penting di Indonesia adalah subsektor hortikultura bahkan pembangunan hortikultura nasional juga dianggap sebagai salah satu upaya komprehensif untuk membangun daya saing dan meningkatkan peran pertanian dalam perekonomian di Indonesia (Kementan, 2019).

Bawang putih (*Allium sativum L.*) merupakan salah satu tanaman hortikultura yang banyak dibutuhkan di dalam negeri, dimana bawang putih merupakan komoditas yang nilai impornya tertinggi di subsektor hortikultura. Pemerintah mengambil kebijakan impor bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dalam negeri saat produksi dalam negeri tidak mampu menutupi permintaan pasar (Edward, 2013). Pemanfaatan bawang putih di tengah-tengah masyarakat sangat dibutuhkan rumah tangga setiap hari, diantaranya sebagai obat dan bahan bumbu masakan.

Pemanfaatan bawang putih sebagai kebutuhan obat dan bumbu masakan menyebabkan tingkat konsumsi bawang putih semakin meningkat dan tetap dibutuhkan oleh masyarakat, hal tersebut sejalan dengan tingkat pertumbuhan penduduk di Indonesia khususnya di wilayah Nusa Tenggara Barat. Dari badan pusat statistik Indonesia mencatat jumlah penduduk Indonesia mencapai 275.773,8 juta jiwa, jumlah tersebut naik 1,13% dari tahun sebelumnya (BPS, 2022) dan jumlah penduduk di wilayah Nusa Tenggara Barat mencapai 5.320.092 juta jiwa dengan laju pertumbuhan 1,63 % per tahun (BPS, 2020). Sedangkan dari badan pusat statistik mencatat tingkat rata-rata konsumsi per kapita seminggu bawang putih terus meningkat setiap tahunnya, yakni tahun 2020 mencapai 0,320 ons, tahun 2021 mencapai 0,359 ons dan tahun 2022 mencapai 0,387 ons (BPS, 2022).

Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu daerah penghasil bawang putih di Indonesia yang memiliki luasan yang paling besar dan diharapkan menjadi salah satu daerah penyumbang terbesar untuk substitusi impor. Nusa Tenggara Barat ditargetkan mampu mensubstitusi impor bawang putih sebesar 40% dengan sumbangan luasan produksi dari Sembalun (Dirjen Hortikultura, 2015).

Peningkatan bawang putih impor akan mempengaruhi pola konsumsi masyarakat, sehingga dapat diasumsikan kebutuhan bawang putih impor akan semakin meningkat. Oleh karena itu diperlukan penelitian untuk mengetahui karakteristik preferensi konsumen terhadap bawang putih lokal dan impor. Berdasarkan dari latar belakang dan masalah yang dijelaskan oleh peneliti maka dapat disimpulkan peneliti tertarik dan bersedia melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Bawang Putih Lokal Dan Impor Di Pasar Mandalika Kota Mataram”.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dengan teknik pelaksanaan penelitian menggunakan metode survei yaitu penelitian yang menggunakan sampel dari suatu populasi. Unit analisis dalam penelitian adalah konsumen yang membeli bawang putih lokal maupun impor di Pasar Mandalika Kota Mataram, dimana penentuan daerah sampling penelitian dilakukan dengan *Purposive Sampling*. Jumlah responden yakni 68 orang dengan pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling*. Adapun Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif, dengan sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder.

### **Analisis Data**

Secara umum hasil penelitian dianalisis dan dihitung menggunakan aplikasi SPSS, adapun variabel- variabel yang perlu dianalisis yakni sebagai berikut :

#### **Karakteristik konsumen**

Karakteristik konsumen komoditas bawang putih lokal dan bawang putih impor dianalisis dengan statistik deskriptif. Karakteristik konsumen ini terdiri dari usia konsumen, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan keluarga per bulan, dan jumlah anggota keluarga (serumah).

#### **Preferensi Konsumen Terhadap Bawang Putih**

Dalam melakukan analisis preferensi konsumen ada beberapa tahapan yang dilakukan yakni antara lain :

##### **1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Untuk mencari validitas, maka harus mengkorelasikan skor atribut dengan total atribut-atribut tersebut. Jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, maka atribut atau instrumen tersebut dinyatakan valid dan layak untuk digunakan. Sedangkan reliabilitas dinyatakan sebagai angka antara 0 dan 1, dimana 0 menunjukkan tidak ada reliabilitas, sedangkan 1 menunjukkan reliabilitas yang sempurna. Nilai reliabilitas dinyatakan dengan koefisien yaitu Alpha Cronbach, berdasarkan kriteria batas terendah yaitu 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Bila kriteria pengujian terpenuhi, maka kuesioner dinyatakan reliable.

##### **2. Analisis konjoin**

Analisis konjoin merupakan salah satu alat analisis yang cukup banyak diterapkan dalam penelitian untuk mengetahui preferensi konsumen khususnya di bidang pemasaran. Dalam melakukan analisis konjoin ada beberapa yang perlu dilakukan yakni :

###### **a. Menentukan atribut dan level atribut**

Dalam penelitian ini Atribut yang digunakan terdiri dari rasa, ukuran, warna, aroma, harga

###### **b. Membuat kombinasi atribut (stimuli)**

Dalam penelitian ini digunakan 5 (lima) atribut dengan taraf atribut berkisar antara 3 (tiga) taraf atribut. Setiap taraf atribut akan membentuk stimuli yang merupakan kombinasi dari

setiap taraf atribut dan akan menentukan nilai kegunaan dan nilai kepentingan dari taraf atribut tersebut.

c. Mengumpulkan pendapat sampel

Pada tahap ini peneliti melakukan pengumpulan pendapat dari setiap responden yang diwawancarai. Responden akan memberikan penilaian terhadap setiap kombinasi atribut (stimuli) yang ada pada kuesioner mengenai kombinasi atribut bawang putih yang mereka inginkan. Penilaian dilakukan dengan memberikan nilai berupa skala likert (1-5)

d. Melakukan analisis konjoin

Tahap selanjutnya adalah pengolahan hasil evaluasi yang berupa skor terhadap kombinasi atribut (stimuli) bawang putih menggunakan aplikasi SPSS 29. Pendapat masing-masing konsumen digunakan untuk menentukan preferensi konsumen dengan analisis konjoin. Surjandari (2009), mengungkapkan bahwa model dasar analisis konjoin direpresentasikan menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$Y = X_1 + X_2 + X_3 + X_4 + X_5 + \dots + X_n$$

Keterangan:

Y= variabel dependent

X1= rasa

X2= ukuran

X3= aroma

X4= warna

X5= harga

Variabel independent ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 \dots < X_n$ ) merupakan factor maupun level dari masing-masing faktor. variabel dependent (Y) adalah preferensi keseluruhan dari responden terhadap level dari masing-masing faktor dari suatu produk.

### **Kombinasi atribut yang paling disukai konsumen**

Untuk memilih kombinasi atribut yang bersifat orthogonal dapat menggunakan bantuan software SPSS dengan perintah 'orthoplan' sehingga diperoleh sebanyak 16 buah stimuli yang orthogonal. Selanjutnya untuk menganalisis kombinasi atribut yang paling disukai konsumen dapat menggunakan nilai kegunaan (*utility estimate*) dengan menggunakan pendekatan *ordinal utility*. Pendekatan ordinal pada utilitas adalah suatu pendekatan terhadap manfaat yang bisa diukur melalui angka secara sistematis tanpa membandingkan antara satu produk dengan lainnya, dimana nilai total utility bernilai positif terbesar menunjukkan kombinasi atribut yang paling disukai konsumen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Konsumen

Karakteristik responden konsumen bawang putih lokal dan impor di Pasar Mandalika Kota Mataram dapat diperhatikan pada tabel berikut :

Tabel 1. Karakteristik Responden Bawang Putih

No.	Karakteristik Responden	Bawang Putih Lokal		Bawang Putih Impor	
		Jumlah (orang)	Persentase (%)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Usia (Tahun)				
	a. 17 – 25	3	17	6	12
	b. 26 – 30	1	5	5	10
	c. 31 – 40	4	22	14	28
	d. > 40	10	56	25	50
2.	Pendidikan				
	a. Tidak sekolah	0	0	9	18
	b. SD	4	22	11	22
	c. SLTP	5	28	11	22
	d. SLTA	6	33	18	36
	e. Diploma	0	0	1	2
	f. Sarjana	3	17	0	0
3.	Pekerjaan				
	a. Pegawai swasta	2	11	4	8
	b. Pedagang	9	50	21	42
	c. Petani	2	11	1	2
	d. Lainnya	5	28	24	48
4.	Pendapatan (Rupiah)				
	a. < 500.000	7	39	28	56
	b. 500.000 - 1.000.000	2	11	7	14
	c. 1.000.000 - 3.000.000	7	39	8	6
	d. 3.000.000 - 5.000.000	2	11	6	12
	e. > 5.000.000	0	0	1	2
5.	Jumlah anggota keluarga				
	a. 2 orang	10	56	5	10
	b. 3 orang	5	28	18	36
	c. 4 orang	1	5	13	26
	d. 5 orang	2	11	9	8
	e. > 5 orang	0	0	4	2

Sumber: Data Primer Diolah

Karakteristik konsumen bawang putih lokal dan dan bawang putih impor di Pasar Mandalika Kota Mataram di dasarkan atas karakteristik responden. Dari 68 konsumen yang menjadi responden ditemukan 18 orang (26%) merupakan konsumen bawang putih lokal dan 50 orang (74%) merupakan konsumen bawang putih impor dengan karaktersitik sebagai berikut .:

a. Usia

Memahami usia konsumen adalah hal yang penting, karena perbedaan usia pada konsumen akan menyebabkan selera dalam membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usia konsumen bawang putih lokal maupun impor berada pada usia produktif. Sebagian besar konsumen bawang putih lokal dan bawang putih impor berada pada kisaran usia >40 tahun.

b. Pendidikan

Pendidikan merupakan kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan pada diri seseorang. Tingkat pendidikan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendidikan terakhir formal seperti SD, SLTP, SLTA, dan perguruan tinggi. Konsumen bawang putih lokal dan bawang putih impor sebagian besar sudah tamat Sekolah Lanjut Tingkat Atas (SLTA).

c. Pekerjaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya perbedaan jenis pekerjaan antara konsumen bawang putih lokal dan impor pada konsumen bawang putih lokal terdapat 50% bekerja sebagai pedagang, sedangkan pada konsumen bawang putih impor 48 % tidak mempunyai pekerjaan dan hanya berperan sebagai ibu rumah tangga.

d. Tingkat pendapatan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum konsumen bawang putih memiliki tingkat pendapatan yang rendah. Sebagaimana besar pendapatan konsumen yang memilih bawang putih lokal mempunyai pendapatan yang berkisaran dari <Rp 500.000 - Rp 3.000.000 perbulan, sedangkan untuk yang pendapatan bawang putih impor yaitu < Rp 500.000 perbulan.

e. Jumlah anggota keluarga

Setiap anggota keluarga dapat saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan dalam mengkonsumsi produk dimana semakin banyak jumlah anggota keluarga maka keputusan untuk membeli sebuah produk semakin besar. Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden mempunyai jumlah anggota keluarga antara 2 sampai lebih dari 5 orang. Konsumen bawang putih lokal sebagian besar memiliki jumlah anggota keluarga 2 orang, sedangkan konsumen bawang putih impor sebagian besar memiliki jumlah anggota keluarga 3 orang.

### **Preferensi Konsumen Terhadap Bawang Putih Lokal dan Bawang Putih Impor**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap komoditas bawang putih lokal dan bawang impor yaitu terdapat 26% memilih bawang putih lokal dan 74% memilih bawang putih impor. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat tabel berikut :

Tabel 2. Banyaknya Konsumen yang Memilih Bawang Putih Lokal dan Bawang Putih Impor

No	Komoditas bawang putih	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Bawang putih lokal	18	26
2	Bawang putih impor	50	74
Total		68	100

Sumber: Data Primer Diolah

a. Preferensi Konsumen Terhadap Komoditas Bawang Putih Lokal

Pada nilai kegunaan (utility Estimate) preferensi konsumen yang bernilai positif terbesar menunjukkan level atribut yang paling disukai oleh konsumen, dan untuk nilai kegunaan yang bernilai negatif terkecil menunjukkan level atribut paling tidak disukai oleh konsumen. Untuk nilai total utility bernilai positif terbesar menunjukkan kombinasi atribut yang paling disukai. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Nilai Kegunaan Setiap Level Atribut Bawang Putih Lokal

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Rasa	Kuat (Pedas)	-.128	.101
	Sedang (Pedas sedikit asam)	.074	.119
	Lemah (Asam)	.054	.119
Ukuran	Besar	-.013	.101
	Sedang	.045	.119
	Kecil	-.032	.119
Aroma	Sangat menyengat	-.038	.101
	Sedang	.096	.119
	Tidak beraroma	-.058	.119
Warna	Putih	-.154	.101
	Putih kekuningan	.067	.119
	Putih keunguan	.087	.119
Harga	Murah	-.051	.101
	Sedang	.016	.119
	Mahal	.035	.119
(Constant)		2.587	.095

Sumber: Data Primer Diolah

Dari tabel 3, diketahui bahwa secara umum, atribut utility nilai paling baik adalah atribut aroma sedang (pedas sedikit asam) dengan level atribut (0,096) dan atribut yang paling buruk adalah atribut warna putih dengan level atribut buruk (-0,154). Hal ini menunjukkan bahwa atribut aroma sedang lebih dipilih konsumen dikarenakan aroma sedang (pedas sedikit asem) yang dihasilkan pada masakan tidak cepat menimbulkan rasa bosan ketika dimakan.



b. Preferensi Konsumen Terhadap Komoditas Bawang Putih Impor

Pada nilai kegunaan (utility Estimate) preferensi konsumen yang bernilai positif terbesar menunjukkan level atribut yang paling disukai oleh konsumen, dan untuk nilai kegunaan yang bernilai negatif terkecil menunjukkan level atribut paling tidak disukai oleh konsumen. Untuk nilai total utiliti bernilai positif terbesar menunjukkan kombinasi atribut yang paling disukai. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 4. Nilai Kegunaan Setiap Level Atribut Bawang Putih Impor

<b>Utilities</b>			
		Utility Estimate	Std. Error
Rasa	Kuat (Pedas)	-.122	.096
	Sedang (Pedas sedikit asam)	.068	.113
	Lemah (Asam)	.053	.113
Ukuran	Besar	.045	.096
	Sedang	-.010	.113
	Kecil	-.035	.113
Aroma	Sangat menyengat	-.005	.096
	Sedang	.047	.113
	Tidak beraroma	-.042	.113
Warna	Putih	-.005	.096
	Putih kekuningan	.057	.113
	Putih keunguan	-.053	.113
Harga	Murah	.015	.096
	Sedang	.028	.113
	Mahal	-.043	.113
(Constant)		2.309	.090

Sumber: Data Primer Diolah

Dari tabel 4, diketahui bahwa secara umum, atribut utility nilai paling baik adalah atribut rasa sedang (pedas sedikit asem) dengan level atribut baik (0,068) dan atribut yang paling buruk adalah atribut rasa kuat (pedas) dengan level atribut buruk (-0,122). Rasa sedang sangat dominan dipilih konsumen dikarenakan pemakaian bawang putih untuk bumbu masakan setiap harinya tidak banyak sehingga rasa atau aroma yang dihasilkan dari bawang putih tersebut tidak terlalu kuat atau menyengat.

### Kombinasi Atribut Bawang Putih Lokal Dan Bawang Putih Impor Yang Paling Disukai

a. Preferensi Konsumen Terhadap Kombinasi Atribut Bawang Putih Lokal Berdasarkan Nilai Kegunaan (*utility estimate*)

Tabel 5. Kombinasi Atribut Bawang Putih Lokal Paling Disukai Responden (*Utility Estimate*)

No	Rasa	Ukuran	Aroma	Warna	Harga	Total	Constant	Utilities
1	0,074	0,045	0,096	0,087	0,016	0,318	2,587	2,905
6	0,054	-0,032	0,096	0,087	0,035	0,24	2,587	2,827
13	0,054	0,045	-0,038	0,087	0,016	0,164	2,587	2,751
12	0,054	0,045	-0,058	0,067	0,035	0,143	2,587	2,73
2	0,054	0,045	-0,038	0,067	-0,051	0,077	2,587	2,664
11	0,054	-0,013	-0,058	0,067	0,016	0,066	2,587	2,653
14	0,074	-0,013	-0,058	0,087	-0,051	0,039	2,587	2,626
5	0,054	-0,032	-0,058	0,087	-0,051	0	2,587	2,587
15	0,054	-0,032	-0,058	0,087	-0,051	0	2,587	2,587
7	0,054	-0,013	0,096	-0,154	0,016	-0,001	2,587	2,586
9	-0,128	-0,032	0,096	0,067	-0,051	-0,048	2,587	2,539
4	-0,128	-0,013	-0,038	0,087	0,035	-0,057	2,587	2,53
16	0,074	-0,032	-0,058	-0,154	0,035	-0,135	2,587	2,452
3	0,074	-0,032	-0,038	-0,154	-0,051	-0,201	2,587	2,386
10	-0,128	0,045	-0,058	-0,154	-0,051	-0,346	2,587	2,241
8	-0,128	-0,032	-0,058	-0,154	0,016	-0,356	2,587	2,231

Sumber: Data Primer Diolah

Pada tabel 5, dapat diketahui nilai *utility estimate*. nilai tersebut menggambarkan pilihan paling disukai oleh responden dari enam belas kombinasi yang diberikan pada saat penelitian. Nilai *utility* tertinggi menggambarkan kombinasi yang paling disukai responden dimana kombinasi 1 lebih tinggi dari kombinasi lainnya, dan nilai *utility* terendah menggambarkan kombinasi paling tidak disukai responden terhadap atribut bawang putih lokal yaitu kombinasi 8. Hal ini sejalan dengan teori yang dinyatakan oleh (Gudono, 2015) yang menyatakan bahwa responden akan memilih produk yang memiliki *utility* tertinggi (maksimum) atau ordinal utilitas yang menunjukkan peringkat tertinggi, temuan ini akan tepat digunakan jika pembelian yang dilakukan oleh konsumen tergolong “high involment purchase” artinya konsumen serius mempertimbangkan berbagai atribut dengan sub atribut produk yang akan dibeli. Berdasarkan tabel 4. pilihan kombinasi atribut yang paling disukai oleh responden adalah kombinasi nomor 1 yaitu bawang putih lokal dengan komposisi level atribut ukuran sedang (50-60 umbi/kg), dengan rasa sedang (pedas sedikit asam), beraroma sedang (kurang harum dan tidak segar), harganya sedang yang berkisaran Rp 31.000-Rp 40.000, yang berwarna putih keunguan.

b. Preferensi Konsumen Terhadap Kombinasi Atribut Bawang Putih Impor Berdasarkan Nilai Kegunaan (*Utility Estimate*)

Table 6. Kombinasi Atribut Bawang Putih Impor Paling Disukai Responden (*Utility Estimate*)

No	Rasa	Ukuran	Aroma	Warna	Harga	Total	Constant	Utilities
8	0,053	-0,035	0,047	0,057	0,028	0,15	2,309	2,459
1	0,053	0,045	0,047	-0,005	-0,043	0,097	2,309	2,406
10	0,068	0,045	-0,042	-0,005	0,028	0,094	2,309	2,403
14	0,053	-0,01	-0,042	0,057	0,015	0,073	2,309	2,382
13	0,068	-0,01	0,047	-0,053	0,015	0,067	2,309	2,376
2	0,068	-0,035	-0,005	-0,005	0,015	0,038	2,309	2,347
12	0,053	0,045	-0,042	-0,053	0,015	0,018	2,309	2,327
4	0,068	-0,035	-0,042	0,057	-0,043	0,005	2,309	2,314
7	0,053	-0,01	-0,005	-0,005	-0,043	-0,01	2,309	2,299
9	-0,122	0,045	-0,005	0,057	0,015	-0,01	2,309	2,299
15	0,053	-0,035	-0,005	-0,053	0,028	-0,012	2,309	2,297
3	0,053	-0,035	-0,042	-0,005	0,015	-0,014	2,309	2,295
6	0,053	-0,035	-0,042	-0,005	0,015	-0,014	2,309	2,295
5	-0,122	-0,035	0,047	-0,005	0,015	-0,1	2,309	2,209
11	-0,122	-0,01	-0,042	-0,005	0,028	-0,151	2,309	2,158
16	-0,122	-0,035	-0,042	-0,053	-0,043	-0,295	2,309	2,014

Sumber: Data Primer Diolah

Pada tabel diatas dapat diketahui nilai *utility estimate*, nilai tersebut menggambarkan pilihan paling disukai oleh responden dari enam belas kombinasi yang diberikan pada saat penelitian. Nilai *utility* tertinggi menggambarkan kombinasi yang paling disukai responden dimana kombinasi ke-8 lebih tinggi dari kombinasi lainnya, dan nilai *utility* terendah menggambarkan kombinasi paling tidak disukai responden terhadap atribut bawang putih impor yaitu kombinasi ke-16. Berdasarkan tabel 6, pilihan kombinasi atribut yang paling disukai oleh responden adalah kombinasi nomor 8 (delapan) yaitu bawang putih impor dengan komposisi level atribut rasa lemah/asam, dengan ukuran sedang (50-60 umbi/kg), beraroma sedang (kurang harum dan tidak segar), harganya sedang yang berkisaran Rp 21.000-Rp 25.000, yang berwarna putih kekuningan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik konsumen bawang putih lokal di pasar mandalika kota mataram adalah ibu rumah tangga dan pedagang usia >40 tahun (56%), Pendidikan terakhir Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) (33%), yang bekerja sebagai pedagang (50%), pendapatan rata-rata Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000 per bulan (39%), dan anggota keluarga berjumlah 2 orang (56%). Sedangkan karakteristik konsumen bawang putih impor umumnya juga ibu rumah tangga dan pedagang dengan usia >40 tahun (50%), Pendidikan terakhir Sekolah Lanjut Tingkat Atas (36%), ibu rumah tangga yang tidak bekerja (48%), dengan pendapatan kurang dari Rp 500.000 per bulan (56%), dan jumlah anggota keluarga 3 orang.
2. Preferensi konsumen terhadap atribut-atribut bawang putih lokal di Pasar Mandalika Kota Mataram berturut-turut adalah rasa yang sedang (pedas sedikit asam), ukuran sedang (50-60 umbi/kg), aroma sedang (kurang harum dan tidak segar), warna kulit putih keunguan, dengan harga yang mahal (Rp 41.000- Rp 50.000/kg). sedangkan atribut yang menjadi preferensi konsumen bawang putih impor berturut-turut adalah memiliki rasa sedang (pedas sedikit asam), ukuran besar (20-30 umbi/kg), beraroma sedang (kurang harum dan tidak segar), warna putih kekuningan, dan tingkat harga sedang (Rp 21.000- Rp25.000/kg).
3. Model kombinasi yang paling disukai pada bawang putih lokal adalah kombinasi nomor 1 (satu) yaitu rasa sedang (pedas sedikit asam), ukuran sedang, aroma sedang (kurang harum dan tidak segar), warna putih keunguan, dan harga sedang (Rp 26.000-Rp 35.000). Sedangkan model kombinasi yang paling disukai pada bawang putih impor secara umum adalah rasa lemah (asam), dengan ukuran yang kecil, aroma sedang (kurang harum dan tidak segar), warna putih kekuningan, dan harga yang sedang (Rp 21.000-25.000).

### **Saran**

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat dituliskan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi pedagang bawang putih yang terkait dalam usaha pemasaran bawang putih lokal maupun impor sebaiknya perlu memperhatikan atribut bawang putih yang diinginkan setiap konsumen yaitu bawang putih dengan kualitas yang baik, dengan begitu bawang putih akan tahan lebih lama pemakaian untuk di simpan.
2. Bagi pemerintah supaya mendukung lebih perluasan areal tanam bawang putih dan peningkatan produktivitas bawang putih melalui kebijakan-kebijakan yang dilandaskan oleh penelitian agar mampu menyeimbangi jumlah bawang putih impor.
3. Bagi peneliti berikutnya diharapkan membuat kuisisioner kombinasi atribut yang paling disukai konsumen dengan lebih sederhana sehingga mudah dipahami oleh konsumen

## DAFTAR PUSTAKA

- [Kementan] Kementerian Pertanian. (2016). Outlook Komoditas Pertanian Subsektor Tanaman Pangan (Jagung). Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian. Jakarta.
- [Kementan] Kementerian Pertanian. (2019). Buletin Konsumsi Pangan 2019. BuletinKonsumsiPangan,10.[http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/epublikasi/buletin/konsumsi/2019/Buletin Konsumsi Vol 10 No 1 2019.htm](http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/epublikasi/buletin/konsumsi/2019/Buletin%20Konsumsi%20Vol%2010%20No%201%202019.htm)
- Bps. (2022). Jumlah penduduk pertengahan tahun (ribu jiwa). Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bps. (2022). Rata-rata konsumsi per kapita seminggu beberapa macam bahan makanan penting. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2011. Produksi Bawang Merah [internet]. Jakarta.
- Edward Christianto. (2013). Faktor Yang Mempengaruhi Volume Impor Beras Di Indonesia. Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu Ekonomi dan Bisnis. Malang:
- Surjandari, Isti. (2009). Conjoint Analysis: Konsep dan Aplikasi. Penerbit Universitas Trisakti.