

Preferensi Konsumen terhadap Atribut Beras Topi Tani Produksi Gapoktan Mitra Tani Sejati di Kecamatan Silo Kabupaten Jember

Consumer Preferences for the Attributes of Topi Tani Rice Produced by Gapoktan Mitra Tani Sejati in Silo, Jember District

Dian Novita Mayasari ^{*1}, Nanang Dwi Wahyono ¹, Rizal ¹

¹ Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember

* *diannovitamayasari2023@gmail.com*

ABSTRAK

Beras merupakan salah satu produk pertanian yang saat ini banyak diproduksi karena melihat peluang yang tinggi akan kebutuhan masyarakat terhadap beras sebagai makanan pokok. Banyaknya produsen yang memproduksi beras dalam kemasan menyebabkan preferensi konsumen menjadi sangat penting karena referensi konsumen dapat menjadi informasi dasar dalam merancang sebuah produk yang akan diproduksi dan dipasarkan kepada konsumen. Pentingnya mengetahui bagaimana preferensi konsumen terhadap produk beras perlu dilakukan oleh gabungan kelompok tani Mitra Tani Sejati Kecamatan Silo Kabupaten Jember yang merupakan produsen beras kemasan merek Topi Tani. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana preferensi masyarakat terhadap produk beras Topi Tani. Penelitian ini tergolong ke dalam penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis konjoin untuk menganalisis data yang telah diperoleh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen beras atau petani adalah perempuan, berusia produktif (25-55 tahun), berpendidikan setingkat SMA atau di atasnya, berasal dari Kecamatan Silo, memiliki pendapatan yang rendah, dan wiraswasta. Adapun atribut di dalam beras yang menjadi preferensi konsumen dalam membeli produk beras Topi Tani diurutkan dari yang terpenting adalah harga, kemasan, warna dan kepulenan.

Kata kunci — Preferensi konsumen, produk beras, konjoin

ABSTRACT

Rice is one of the agricultural products that is currently widely produced because it sees a high opportunity for the community's need for rice as a staple food. The number of producers who produce packaged rice causes consumer preferences to be very important because consumer references can be basic information in designing a product that will be produced and marketed to consumers. The importance of knowing how consumer preferences for rice products need to be carried out by the Mitra Tani Sejati farmer group association in Silo District, Jember Regency, which is a producer of packaged rice under the Topi Tani brand. This study aims to determine how people's preferences for Topi Tani rice products. This research is classified into quantitative descriptive research using descriptive analysis and conjoin analysis to analyze the data that has been obtained. The results show that most of the rice consumers or farmers are female, productive age (25-55 years old), educated at high school level or above, come from Silo Sub-district, have low income, and are self-employed. The attributes in the rice that become consumer preferences in buying Topi Tani rice products in order of importance are price, packaging, color and fullness.

Keywords — Consumer preferences, rice products, konjoin, Kabupaten Jember

1. Pendahuluan

Beras merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia yang hingga saat ini sulit disubstitusikan dengan jenis makanan pokok yang lain [1], dimana sekitar 98% penduduk Indonesia merupakan konsumen utama beras sebagai makanan pokok [2]. Kebutuhan masyarakat terhadap beras menyebabkan tingginya permintaan akan komoditas pangan padi. Menurut Badan Pusat Statistik (2022), produksi beras pada 2022 untuk konsumsi pangan penduduk Indonesia diperkirakan sekitar 32,07 juta ton, mengalami peningkatan sebanyak 718,03 ribu ton atau 2,29 persen dibandingkan produksi beras di 2021 yang sebesar 31,36 juta ton [3].

Pentingnya pemenuhan terhadap kebutuhan beras masyarakat Indonesia menyebabkan pemerintah Indonesia terus melakukan evaluasi terhadap angka produksi padi di setiap wilayah yang ada di Indonesia. Adapun wilayah yang menjadi sentra produksi padi adalah Jawa Timur dengan total produksi sebesar 9.789.588 ton, kemudian disusul oleh Jawa Tengah dengan angka produksi sebesar 9.618.657 ton, dan Jawa Barat dengan angka produksi sebesar 9.113.573 ton (BPS, 2022) [3].

Kabupaten Jember merupakan salah satu kabupaten yang berada di provinsi Jawa Timur dan merupakan salah satu sentra produksi beras dengan nilai produksi mencapai 346.272,91 ton pada tahun 2020 [4]. Kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi terhadap produk beras memunculkan sebuah peluang bagi para pengusaha beras dalam kemasan yang memiliki basis dalam memproduksi beras. Peluang ini juga ditangkap oleh Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) Mitra Tani Sejati yang memiliki usaha di bidang produksi beras kemasan dengan merek dagang Topi Tani.

Perilaku konsumen cukup berpengaruh terhadap pola pemilihan konsumen seiring dengan pertambahan pendapatan, perubahan selera dan lain-lain. Kondisi ini menyebabkan pentingnya para pelaku usaha maupun kelompok usaha yang melakukan penggilingan padi untuk diproduksi menjadi beras untuk mengetahui apa yang diinginkan konsumen dari produk beras yang akan diproduksi [5].

Disamping peluang usaha beras yang dapat ditangkap oleh Gapoktan Mitra Tani Sejati, kebijakan pemerintah juga turut mendukung para pengusaha beras, sehingga hal ini dapat memberi kemudahan bagi para pelaku usaha terutama Gapoktan Mitra Tani Sejati untuk semakin mengembangkan usahanya. Hal ini sejalan dengan rencana pemerintah untuk mewujudkan swasembada pangan [6], serta pengembangan bisnis dan industri pangan lokal (Permentan Nomor 43, 2009), maka hal ini juga menjadi fokus pemerintah Kabupaten Jember untuk memberdayakan dan mendorong Kelompok Tani (Poktan) dan Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) yang memiliki usaha untuk memproduksi beras lokal agar produk beras yang dihasilkan memiliki kualitas tinggi dan mampu mencukupi kebutuhan masyarakat, terutama masyarakat di Kabupaten Jember [7].

Beras dengan merk dagang Topi Tani belum dikenal secara luas oleh masyarakat Kabupaten Jember, hal ini dikarenakan banyak faktor salah satunya adalah masyarakat atau calon konsumen yang tidak tahu tentang produk. Selain itu, faktor dari produk seperti harga produk, kualitas produk, daya tahan produk, dan atribut-atribut produk lainnya yang belum mampu memenuhi keinginan konsumen terhadap beras yang akan dikonsumsi juga menjadi penyebab Gapoktan memproduksi beras Topi Tani dalam jumlah yang sedikit.

Preferensi konsumen terhadap produk beras Topi Tani merupakan hal yang perlu diketahui oleh Gapoktan agar produk beras yang dihasilkan mampu memenuhi keinginan petani dan tidak ada produk yang tidak laku karena tidak mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Hal ini dikarenakan keputusan dalam pembelian beras tidak terjadi begitu saja, melainkan karena adanya perhatian masyarakat selaku konsumen terhadap atribut yang melekat pada beras dan juga keberhasilan dalam menciptakan produk dipengaruhi oleh minat konsumen dalam membeli produk tersebut [6].

Kondisi inilah yang melatarbelakangi perlunya analisis preferensi konsumen terhadap produk beras untuk mengetahui apa yang diinginkan masyarakat selaku calon konsumen dari produk beras yang dihasilkan, sehingga Gapoktan Mitra Tani Sejati dapat menyesuaikan atribut produknya dengan atribut yang lebih



disukai oleh calon konsumennya. Beras yang memiliki atribut yang disukai dan mampu memenuhi ekspektasi konsumen akan membuat konsumen melakukan pembelian dan memungkinkan konsumen untuk menarik lebih banyak konsumen lain untuk membeli produk beras Topi Tani.

2. Metodologi

Penelitian ini termasuk ke dalam kategori penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian yang dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi [8]. Penelitian ini tergolong ke dalam penelitian kuantitatif, yaitu suatu kegiatan yang memusatkan pada pengumpulan data yang berupa angka- angka untuk kemudian dianalisis dengan menggunakan alat-alat analisis kuantitatif maupun dengan perhitungan matematika. Kelebihan Penelitian kuantitatif ini yaitu mampu memberikan penilaian yang lebih obyektif.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Silo Kabupaten Jember selama kurang lebih tiga bulan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian beras Topi Tani yang diproduksi oleh Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) Mitra Tani Sejati. Dalam penelitian ini, jumlah populasi tidak dapat ditentukan secara tepat selama masa penelitian berlangsung, sehingga penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Cochran. Rumus Cochran digunakan untuk menentukan sampel pada jumlah populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti. Adapun rumus Cochran adalah sebagai berikut :

$$N = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

N	= Jumlah sampel yang diperlukan
Z	= Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95% = 1,96
p	= Proporsi variabel dikehendaki (50%)
q	= 1-p
Moe	= <i>Margin of error</i> atau tingkat kesalahan maksimum 10%

Berdasarkan rumus di atas maka dapat ditentukan jumlah sampel dalam penelitian yang digunakan dengan rumus Cochran adalah sebagai berikut :

$$N = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$N = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$N = 96,04 = 97 \text{ Responden}$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus Cochran, maka didapatkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sebanyak 97 orang dengan kriteria yang telah ditentukan secara sengaja. Dari 97 sampel yang dipilih, kemudian digunakanlah teknik sampling berupa *simple random sampling* dengan kriteria bahwa sampel yang diambil adalah homogen, hal ini dilakukan untuk mendapatkan tingkat generalisasi yang baik terhadap sampel yang dipilih. *Simple random sampling* menghendaki bahwa setiap elemen dalam populasi diketahui dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel [9].

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan analisis konjoin untuk mengetahui atribut apa saja yang menjadi preferensi konsumen terhadap produk beras. Adapun atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Kepulenan, yaitu tekstur nasi yang dihasilkan oleh beras [6]
- Warna, yaitu warna yang terkandung di dalam bulir beras [12]
- Kemasan, yaitu mencakup netto atau berat beras dalam kemasan [6]
- Harga, yaitu sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan beras dalam satuan kilogram (per kilogram) [6]

Setelah penentuan atribut, level pada setiap atribut dijabarkan untuk mengetahui lebih detail terkait preferensi seorang konsumen terhadap produk beras. Berikut adalah level dari atribut yang digunakan dalam penelitian:



- a. Kepulenan, dibagi menjadi dua level, yaitu: 1) sangat pulen, 2) cukup pulen (Data primer)
- b. Warna, dibagi menjadi dua level, yaitu: 1) putih gading, 2) putih bening (Gunawan dan Melinda, 2021)
- c. Kemasan, dibagi menjadi empat level, yaitu: 1) 2,5 kg, 2) 5 kg, 3) 10 kg, dan 4) 25 kg (Gunawan dan Melinda, 2021) (Data Primer)
- d. Harga, dibagi menjadi tiga level, yaitu: 1) Rp. 10.000, 2) Rp. 11.000, dan 3) Rp. 12.000 (Data primer)

Berdasarkan atribut dan level yang telah diidentifikasi, selanjutnya stimuli disusun dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Adapun stimuli yang dihasilkan terdiri dari 16 stimuli, yaitu :

Tabel 1. Stimuli Penelitian

Kode	Kepulenan	Warna	Kemasan	Harga
S1	Sangat Pulen	Putih Bening	10 Kg	Rp. 12.000
S2	Sangat Pulen	Putih Gading	5 Kg	Rp. 11.000
S3	Cukup Pulen	Putih Bening	10 Kg	Rp. 11.000
S4	Sangat Pulen	Putih Bening	2,5 Kg	Rp. 12.000
S5	Cukup Pulen	Putih Bening	2,5 Kg	Rp. 11.000
S6	Cukup Pulen	Putih Gading	25 Kg	Rp. 12.000
S7	Cukup Pulen	Putih Bening	25 Kg	Rp. 10.000
S8	Cukup Pulen	Putih Gading	5 Kg	Rp. 12.000
S9	Cukup Pulen	Putih Bening	5 Kg	Rp. 10.000
S10	Sangat Pulen	Putih Gading	25 Kg	Rp. 11.000
S11	Sangat Pulen	Putih Gading	2,5 Kg	Rp. 10.000
S12	Cukup Pulen	Putih Gading	10 Kg	Rp. 10.000
S13	Sangat Pulen	Putih Bening	25 Kg	Rp. 10.000

S14	Cukup Pulen	Putih Gading	2,5 Kg	Rp. 10.000
S15	Sangat Pulen	Putih Bening	5 Kg	Rp. 10.000
S16	Sangat Pulen	Putih Gading	10 Kg	Rp. 10.000

Sumber: Data diolah (2023)

3. Pembahasan

Hasil analisis yang telah dilakukan untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumen terhadap produk beras Topi Tani di Kecamatan Silo Kabupaten Jember adalah sebagai berikut :

3.1. Karakteristik Usia

Tabel 2. Karakteristik Usia Konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Muda (15-24 tahun)	4	4,1	4,1
	Produktif (25-55 tahun)	70	72,2	72,2
	Tua (>55 tahun)	23	23,7	23,7
	Total	97	100,0	100,0

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat sebanyak 4 konsumen atau 4,1% konsumen yang melakukan pembelian beras Topi Tani berusia muda, yaitu antara 15-24 tahun. Terdapat sebanyak 70 konsumen atau 72,2% konsumen yang melakukan pembelian beras Topi Tani berusia produktif, yaitu antara 25-55 tahun. Terdapat sebanyak 23 konsumen atau 23,7% konsumen yang melakukan pembelian beras Topi Tani berusia tua, yaitu lebih dari 55 tahun. Kondisi ini dapat menginterpretasikan karakteristik usia konsumen beras Topi Tani yang diproduksi oleh Gapoktan Mitra Tani Sejati Kecamatan Silo Kabupaten Jember, yaitu bahwa sebagian besar konsumen beras Topi Tani berusia produktif, dimana pada usia ini konsumen cenderung lebih selektif dalam memutuskan untuk membeli produk beras, sehingga konsumen secara spontan akan melakukan penilaian terhadap atribut beras yang akan dibeli dan dikonsumsi.



3.2. Jenis Kelamin

Tabel 3. Jenis Kelamin Konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Laki-Laki	23	23,7	23,7
	Perempuan	74	76,3	76,3
	Total	97	100,0	100,0

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis terhadap jenis kelamin responden penelitian, dapat diketahui bahwa sebanyak 74 orang atau sebesar 76,3%, dan sisanya yaitu sebanyak 23 responden atau sebesar 23,7% adalah laki-laki. Kondisi ini dapat merepresentasikan bahwa sebagian besar konsumen beras Topi Tani yang diproduksi oleh Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) Mitra Tani Sejati adalah perempuan atau ibu-ibu. Perempuan atau seorang ibu cenderung lebih selektif dalam membeli produk beras karena pilihan yang diambilnya tentu akan berdampak pada apa yang akan dikonsumsi oleh anggota keluarganya.

3.3. Pendidikan Konsumen

Tabel 4. Pendidikan Konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	SD	27	27,8	27,8
	SMP	22	22,7	22,7
	SMA Ke atas	48	49,5	49,5
	Total	97	100,0	100,0

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis terhadap pendidikan responden penelitian, dapat diketahui bahwa terdapat 27 konsumen atau sebesar 27,8% konsumen yang melakukan pembelian beras Topi Tani berpendidikan SD, terdapat 22 konsumen atau sebesar 22,7% konsumen yang melakukan pembelian beras Topi Tani berpendidikan SMP, terdapat 48 konsumen atau sebesar 49,5% konsumen yang melakukan pembelian beras Topi Tani berpendidikan setingkat SMA atau tingkat di atasnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen yang melakukan pembelian beras

Topi Tani yang diproduksi oleh Gapoktan Mitra Tani Sejati memiliki pendidikan tinggi yaitu setingkat SMA kelas. Pada taraf pendidikan ini, konsumen memiliki kecenderungan untuk melakukan pertimbangan sebelum memutuskan untuk membeli beras.

3.4. Daerah Asal Konsumen

Tabel 5. Daerah Asal Konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Antirogo	1	1,0	1,0
	Kalibaru	3	3,1	3,1
	Kaliwates	5	5,2	5,2
	Ledokombo	1	1,0	1,0
	Mayang	12	12,4	12,4
	Silo	57	58,8	58,8
	Sumbersari	17	17,5	17,5
	Tanggul	1	1,0	1,0
	Total	97	100,0	100,0

Sumber : Data diolah (2023)

Hasil analisis menunjukkan bahwa sebanyak 1 orang atau sebesar 1% konsumen beras Topi Tani berasal dari kecamatan Antirogo, Ledokombo, dan Tanggul. Terdapat sebanyak 3 orang atau sebesar 3,1% konsumen beras Topi Tani berasal dari kecamatan Kalibaru. Terdapat sebanyak 5 orang atau sebesar 5,2% konsumen beras Topi Tani berasal dari kecamatan Kaliwates. Terdapat sebanyak 12 orang atau sebesar 12,4% konsumen beras Topi Tani berasal dari kecamatan Mayang. Terdapat sebanyak 57 orang atau sebesar 58,8% konsumen beras Topi Tani berasal dari kecamatan Silo. Terdapat sebanyak 17 orang atau sebesar 17,5% konsumen beras Topi Tani berasal dari kecamatan Summersari, sehingga dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen beras Topi Tani berasal dari kecamatan Silo.



3.5. Total Pendapatan Konsumen

Tabel 6. Total Pendapatan Konsumen

	Freq	Percent	Valid Percent
Valid Rendah (< Rp. 1.500.000)	55	56,7	56,7
Sedang (Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000)	15	15,5	15,5
Tinggi (Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000)	9	9,3	9,3
Sangat Tinggi (> Rp. 3.500.000)	18	18,6	18,6
Total	97	100,0	100,0

Sumber: Data diolah (2023)

Hasil analisis karakteristik tingkat pendapatan konsumen yang melakukan pembelian beras Topi Tani menunjukan bahwa sebanyak 55 orang atau sebesar 56,7% konsumen beras Topi Tani memiliki penghasilan rendah yaitu kurang dari Rp. 1.500.000. Terdapat sebanyak 15 orang atau sebesar 15,5% konsumen beras Topi Tani memiliki penghasilan sedang yaitu antara Rp. 1.500.000 hingga Rp. 2.500.000. Terdapat sebanyak 9 orang atau sebesar 9,3% konsumen beras Topi Tani memiliki penghasilan tinggi yaitu antara Rp. 2.500.000 hingga Rp. 3.500.000. Terdapat sebanyak 18 orang atau sebesar 18,6% konsumen beras Topi Tani memiliki penghasilan sangat tinggi yaitu lebih dari Rp. 3.500.000. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen beras Topi Tani yang diproduksi oleh Gapoktan Mitra Tani Sejati merupakan masyarakat dengan kategori pendapatan rendah, yaitu kurang dari Rp. 1.500.000.

3.6. Karakteristik Pekerjaan Konsumen

Tabel 7. Karakteristik Pekerjaan Konsumen

	Freq.	Percent	Valid Percent
Valid Ibu Rumah Tangga	12	12,4	12,4
Karyawan Swasta	3	3,1	3,1
Mahasiswa	1	1,0	1,0
Pedagang	2	2,1	2,1
Pensiunan PNS	2	2,1	2,1
Petani	18	18,6	18,6

PNS	17	17,5	17,5
PNS P3K	7	7,2	7,2
Wiraswasta	35	36,1	36,1
Total	97	100,0	100,0

Sumber: Data diolah (2023)

Hasil analisis karakteristik pekerjaan konsumen yang melakukan pembelian beras Topi Tani menunjukkan bahwa sebanyak 12 orang atau sebesar 12,4% konsumen beras Topi Tani merupakan ibu rumah tangga. Terdapat sebanyak 3 orang atau sebesar 3,1% konsumen beras Topi Tani bekerja sebagai karyawan swasta. Terdapat sebanyak 1 orang atau sebesar 1% konsumen beras Topi Tani merupakan mahasiswa. Terdapat sebanyak 2 orang atau sebesar 2,1% konsumen beras Topi Tani bekerja sebagai pedagang dan pensiunan PNS. Terdapat sebanyak 18 orang atau sebesar 18,6% konsumen beras Topi Tani bekerja sebagai petani. Terdapat sebanyak 17 orang atau sebesar 17,5% konsumen beras Topi Tani bekerja sebagai PNS. Terdapat sebanyak 7 orang atau sebesar 7,2% konsumen beras Topi Tani bekerja sebagai PNS P3K. Terdapat sebanyak 35 orang atau sebesar 36,1% konsumen beras Topi Tani merupakan wiraswasta. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen beras Topi Tani merupakan wiraswasta.

3.7. Analisis Preferensi Konsumen

Tabel 8. Utility Value

		Utility Estimate	Std. Error
Kepulenan	Sangat Pulen	-,088	,146
	Cukup Pulen	,088	,146
Warna	Putih Gading	,095	,146
	Putih Bening	-,095	,146
Kemasan	2,5 Kg	,134	,253
	5 Kg	,289	,253
	10 Kg	,049	,253
	25 Kg	-,472	,253
Harga	Rp. 10.000	,761	,194
	Rp. 11.000	,190	,228
	Rp. 12.000	-,951	,228
(Constant)		3,240	,154

Sumber: Data diolah (2023)



Utility value adalah sebuah nilai yang mampu menunjukkan level pada setiap atribut yang paling disukai konsumen sehingga menjadi preferensi konsumen dalam memilih produk beras. Hasil analisis *utility value* menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap atribut kepulenan adalah cukup pulen dengan nilai *utility estimate* sebesar 0,088. Preferensi konsumen terhadap atribut warna adalah putih gading dengan nilai *utility estimate* sebesar 0,098. Preferensi konsumen terhadap atribut kemasan adalah 5 kg dengan nilai *utility estimate* sebesar 0,289. Preferensi konsumen terhadap atribut harga adalah Rp. 10.000 dengan nilai *utility estimate* sebesar 0,761. Hal ini menandakan bahwa secara garis besar, preferensi konsumen beras Topi Tani yaitu bahwa konsumen lebih menyukai beras dengan tingkat kepulenan cukup pulen, warna putih gading, kemasan 5 kg, dengan harga Rp. 10.000.

Tabel 9. Importance Value

Importance Values	
Kepulenan	8,668
Warna	9,696
Kemasan	28,921
Harga	52,715

Averaged Importance Score

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis, dapat diketahui bahwa atribut pada beras yang sangat penting menurut konsumen beras Topi Tani diurutkan mulai dari yang terpenting yaitu atribut harga (52,716), kemasan (28,921), warna (9,696), dan kepulenan (8,668). Atribut kunci yang paling disukai konsumen sehingga menyebabkan konsumen memutuskan untuk membeli beras merek Topi Tani yang diproduksi oleh Gapoktan Mitra Tani Sejati diurutkan dari yang terpenting yaitu : 1) atribut harga pada harga Rp. 10.000 atau Rp. 11.000, 2) atribut kemasan 5 kg, 2,5 kg, 10 kg, atau 25 kg, 3) atribut warna putih gading, 4) atribut kepulenan cukup pulen.

Tabel 10. Pengujian Model

	Correlations ^a	
	Value	Sig.
Pearson's R	,880	,000
Kendall's Tau	,611	,001

a. Correlations between observed and estimated preferences

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa nilai korelasi Pearson's R dan Kendall's Tau masing-masing cukup tinggi yaitu 0,880 dan 0,611, dimana nilai ini lebih dari 0,500 dan mendekati 1. Taraf signifikansi pada masing-masing pengukuran adalah 0,000 dan 0,001, nilai ini berada di bawah 0,050 sehingga dapat dinyatakan signifikan secara statistik. Hal ini menandakan bahwa secara keseluruhan, penilaian aktual dan penilaian berdasarkan hasil estimasi memiliki hubungan linier yang kuat atau signifikan, dengan kata lain bahwa penilaian berdasarkan hasil estimasi memiliki tingkat keakuratan yang tinggi (tidak berbeda jauh terhadap penilaian aktual).

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa :

- Karakteristik konsumen beras Topi Tani yang diproduksi oleh Gapoktan dilihat dari enam karakter, yaitu : 1) konsumen beras Topi Tani sebagian besar berusia produktif yaitu antara 25-55 tahun, dimana pada usia ini konsumen cenderung lebih selektif dalam memutuskan untuk mengonsumsi suatu merek beras. 2) Konsumen beras Topi Tani sebagian besar adalah perempuan. 3) Konsumen beras Topi Tani sebagian besar berasal dari kecamatan Silo Kabupaten Jember. 4) Konsumen beras Topi Tani sebagian besar berpendidikan setingkat SMA atau tingkat di atasnya. 5) Konsumen beras Topi Tani sebagian besar berpendapatan rendah, yaitu kurang dari Rp. 1.500.000. 6) Konsumen beras Topi Tani sebagian besar bekerja sebagai wiraswasta.



- Konsumen dalam membeli beras Topi Tani yang diproduksi oleh Gapoktan Mitra Tani Sejati mempertimbangkan empat atribut penting yang melekat dalam beras Topi Tani yaitu : 1) atribut harga dengan rentang Rp. 10.000 hingga Rp. 12.000. 2) atribut kemasan dengan variasi kemasan 2,5 kg, 5 kg, 10 kg, dan 25 kg. 3) atribut warna bulir beras dengan variasi putih bening dan putih gading. 4) atribut kepulenan beras saat diolah menjadi nasi dengan kriteria sangat pulen dan cukup pulen.

Daftar Pustaka

- [1] S. I. Hidayat and S. E. Savitri, "Preferensi Konsumen Beras Di Pasar Krian Kabupaten Sidoarjo," *Jurnal SEA*, vol. 9, no. 2, pp. 101-112, 2020.
- [2] J. Maligan, D. Pratiwi and T. Widyaningsih, "Studi Preferensi Konsumen terhadap Nasi Putih dan Nasi Jagung Putih Pada Pekerja Wanita di Kantor Pemerintah Kota Malang," *Indonesian Journal of Human Nutrition*, vol. 6, no. 1, pp. 41-52, 2019.
- [3] BPS, BRS No. 74/10/Th. XXV : Luas Panen dan Produksi Padi di Indonesia Tahun 2022, Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2022.
- [4] BPS, Kabupaten Jember Dalam Angka, Kabupaten Jember: Badan Pusat Statistik, 2022.
- [5] S. Siringoringo, "Analisis Preferensi Konsumen Dan Performa Atribut Dalam Pemilihan Beras Di Toko Hokky Surabaya," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, vol. 8, no. 1, pp. 2112-2128, 2019.
- [6] R. Dewi and M. Hayati, "Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Beras Merah Organik," *Jurnal Agriscience*, vol. 2, no. 2, pp. 295-313, 2021.
- [7] Kementan, Peraturan Menteri Pertanian Nomor 43/Permentan/OT. 140/10/2009 Tentang Percepatan Penganekaragaman Konsumsi Pangan Berbasis Sumberdaya Lokal, Jakarta: Badan Pertanahan Pangan Departemen Pertanian, 2009.
- [8] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2018.
- [9] D. P. Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alf., 2018.
- [10] I. Ghozali, *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Semarang: Yoga Pratama, 2018.

