

Vol. 12 No. 2, Bulan September Tahun 2024

Analisis Preferensi Konsumen terhadap Produk Beras di Pasar Baru Cikarang Kabupaten Bekasi

Fikri Adriyan, Fatimah Azzahra, dan I Ketut Manu Mahatmayana

Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia
adriyannfikri@gmail.com

(Received: Jun-29-2024; Accepted: Jul-15-2024; Published: Sept-30-2024)

ABSTRACT

Consumer preference for a product is based on utility and importance value. Consumers of rice in the Pasar Baru Cikarang rarely choose the attribute and levels of the rice product is the color, hygiene, type, aroma, and price. The purpose of this research is to analyze the usefulness of consumer preferences and the importance of consumer preference in choosing rice products in Pasar Baru Cikarang Kabupaten Bekasi with the time of research from May to June. The method used in this study is quantitative methods and descriptive methods. Data analysis used is conjoint analysis. Determination of respondents using accidental sampling technique, with a total of 100 respondents. The results of this study show that of the total respondents, the combination of products in choosing rice products that are useful to the preference of consumer and interests to consumer preference is color with clear white, hygiene without fleas, type of pulen, aroma of fragrance, and price of Rp10.000/kg – Rp12.000/kg. In choosing a rice product, the sequence of the most important attribute that influence consumer purchase is the first color attribute with a presentation of 45.32%, the second price atribut with a persentage of 16.61%, the third aroma attribute with a persentage of 15.61%, four hygienic atribut with a persentage of 15,52% and the last is the type attribute with a persentage of 7.34%.

Keywords: Conjoint analysis; rice; consumer preferences

ABSTRAK

Preferensi konsumen terhadap suatu produk didasarkan kegunaan dan kepentingan. Konsumen beras di Pasar Baru Cikarang memilih atribut dan level dari produk beras adalah warna, kebersihan, jenis, aroma, dan harga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kegunaan terhadap preferensi konsumen dan kepentingan terhadap preferensi konsumen dalam memilih produk beras di Pasar Baru Cikarang Kabupaten Bekasi dengan waktu penelitian dari bulan Mei sampai Juni. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Analisis data yang digunakan adalah analisis konjoin. Penentuan responden menggunakan teknik *accidental sampling*, dengan jumlah responden 100 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari keseluruhan responden, kombinasi produk dalam memilih produk beras yang menjadi kegunaan terhadap preferensi konsumen dan kepentingan terhadap preferensi konsumen adalah warna dengan putih jernih, kebersihan yang tidak ada kutu, jenis pulen, aroma yang wangi, dan harga Rp10.000/kg – Rp12.000/kg. Dalam memilih produk beras, urutan atribut terpenting yang memengaruhi pembelian konsumen adalah yang *pertama* atribut warna dengan persentase 45,32%, *kedua* atribut harga dengan persentase 16,61%, *ketiga* atribut aroma dengan persentase 15,61%, keempat atribut kebersihan dengan persentase 15,52% dan yang terakhir adalah atribut jenis dengan persentase 7,34%.

Keywords: Analisis konjoin; beras; preferensi konsumen

PENDAHULUAN

Beras adalah komoditas pangan pokok utama yang dikonsumsi oleh sebagian besar penduduk Indonesia sehingga masalah konsumsi beras dan pemenuhannya akan tetap

menjadi hal penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Beras juga sangat penting terkait jumlah produsen dan konsumennya di Indonesia, dari sisi produsen, usahatani padi di Indonesia melibatkan 25,4 juta rumah tangga (Bustaman, 2003). Beras adalah bahan



makanan utama yang paling banyak dikonsumsi di Indonesia, dibandingkan dengan jenis bahan makanan lainnya. Hampir seluruh penduduk Indonesia membutuhkan beras sebagai makanan utama mereka, sehingga beras dibutuhkan dalam jumlah yang banyak. Hal ini mengakibatkan ketersediaan beras harus dapat mencukupi kebutuhan masyarakat Indonesia. Menurut Riyadi (2004) bahwa 98% penduduk mengkonsumsi beras, dengan melihat jumlah penduduk yang besar dibarengi keragaman sosial budaya yang ada, maka membangun ketahanan pangan yang mantap mendapat prioritas tinggi. Tingginya konsumsi beras penduduk Indonesia menyebabkan tingkat ketergantungan terhadap beras juga tinggi.

Penduduk di Indonesia memang pada umumnya dengan makanan pokok utama adalah nasi. Menurut (Saputri et.al, 2018), nasi dikonsumsi masyarakat Indonesia sebagai sumber karbohidrat utama dalam menu sehari-hari. Konsumsi nasi sepanjang bulan Januari hingga September 2019, pada di angka 22,28 juta ton dengan perhitungan rata-rata konsumsi nasional sebesar 111,58 kg per kapita per tahun. Konsumsi beras penduduk Jawa Barat merupakan yang tertinggi di Indonesia sebanyak 3,85 juta ton atau sekitar 18,64% dari total konsumsi beras rumah tangga nasional. Jawa Timur menduduki peringkat kedua dengan jumlah konsumsi beras rumah tangga terbanyak mencapai 2,88 juta ton. Jawa Tengah menyusul dengan jumlah konsumsi beras rumah tangga sebanyak 2,33 juta ton (Mutia, 2021).

Produksi padi dan beras di Kabupaten Bekasi sangat berbeda pada tahun 2018 sampai 2019. Dengan adanya perbedaan tersebut, produksi padi dan beras tidak mengalami penurunan, sehingga, terjadi peningkatan setiap tahun di wilayah tersebut. Menurut Kepala Dinas Pertanian Kabupaten Bekasi Nani Suwarni yang dikemukakan oleh Aulia (2023) adanya dukungan teknologi mekanisasi dan benih berkualitas terbukti mampu meningkatkan produktivitas padi di wilayah tersebut, luas panennya mencapai 423 ha dengan produksi rata-rata 6,5 ton per ha,

walaupun Kabupaten Bekasi dikenal sebagai kota industri dan aktifitas pabrik yang sibuk menjadi bagian dari keseharian penduduk yang tinggal di wilayah tersebut. Menurut Kurniawan Syah (2023) daerah Kabupaten Bekasi mengalami peralihan dari lahan pertanian menjadi kawasan industri, hal ini diikuti oleh pertumbuhan kawasan pemukiman padat penduduk untuk menjaga kelangsungan lahan pertanian. Pemerintah Kabupaten Bekasi secara rutin memantau harga dan ketersediaan pangan untuk mencegah kelangkaan beras dan mengendalikan inflasi. Hal ini memungkinkan penduduk Kabupaten Bekasi untuk menjaga keseimbangan dalam konsumsi pangan dibandingkan dengan masyarakat di sekitarnya.

Pada tahun 2021, Kecamatan Cikarang Utara mencatatkan hasil produksi padi sebesar 4.410 ton dengan luas panen 735 ha. Hal ini menempatkan Kecamatan Cikarang Utara sebagai salah satu yang unggul di Kabupaten Bekasi di antara kecamatan lain seperti Cikarang Barat, Timur, Pusat, dan Selatan. Data lainnya diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021. Produksi rata-rata padi di Kecamatan Cikarang Utara mencapai 6.950 ton, menandai peningkatan yang signifikan dibandingkan tahun sebelumnya (BPS, 2021). Produksi beras di Cikarang Utara, terutama di Pasar Baru Cikarang, mencapai puluhan ton karena dengan adanya berbagai toko beras di pasar tersebut. Hal ini menyebabkan banyak pembeli berdatangan ke Pasar Baru Cikarang dan pasar ini dikelola oleh UPTD (Unit Pelaksana Teknis Daerah), di mana aktivitas masyarakat tetap beroperasi, terutama dalam produksi beras pun mempertimbangkan suatu produk yang diperjualbelikan di Pasar Baru Cikarang untuk menjadi suatu pusat perbelanjaan yang berada di Cikarang Kota. Pasar Baru Cikarang merupakan pasar skala regional yang saat ini berada dalam posisi yang sangat mengkhawatirkan sebagai akibat dari beberapa konflik dan masalah. Penjual yang beroperasi saat ini masih berjalan dan akan dipindahkan ke tempat yang lebih aman dan nyaman. Meskipun ada pertimbangan tentang penggunaan lokasi

alternatif, arena pasar ini masih ada sejumlah konsumen yang menggunakan Pasar Baru Cikarang sebagai pusat utama untuk membeli bahan pokok terutama beras (Faisa et.al, 2019).

Berdasarkan data yang dihimpun petugas UPTD Pasar Baru Cikarang yang dikemukakan oleh Ismail (2023), harga kebutuhan pokok di Pasar Baru Cikarang Kabupaten Bekasi secara umum terpantau stabil. Namun beberapa komoditas mengalami kenaikan, dan ada juga yang mengalami penurunan. Khususnya komoditas beras yakni: beras IR I dengan harga sebesar Rp11.000/kg menjadi Rp11.500/kg, beras IR II dengan harga sebesar Rp11.000/kg, IR 42 juga stabil di harga Rp10.500/kg, beras muncul dengan harga sebesar Rp10.000/kg, beras ramos dengan harga sebesar Rp11.500/kg, namun ada juga pandan wangi turun dari harga Rp12.500/kg menjadi Rp12.000/kg. Harga beras di Cikarang masih tergolong tinggi, berkisar Rp15.000 – Rp17.000 per kilogram. Pasar Baru Cikarang khususnya penjual beras dihadapkan pada persaingan dengan pesaing di sekitarnya, yang jumlahnya lebih banyak dibandingkan dengan pasar lain di Kecamatan Cikarang Utara. Oleh karena itu, yang perlu diperhatikan adalah preferensi konsumen dalam memilih beras berdasarkan atribut-atribut yang baik pada produk tersebut. Menyikapi hal ini, fokus kepada komoditas khususnya beras sangat perlu dilakukan sebagai mengembangkan usaha dengan hal-hal dalam kehidupan sehari-hari, terutama yang dijual untuk beras (Novita, 2018). Keanekaragaman ini dapat membuat konsumen dengan mudah berpindah dari satu produk ke produk lain sesuai dengan selera tersebut. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kegunaan dan kepentingan terhadap preferensi konsumen beras di Pasar Baru Cikarang, Kabupaten Bekasi.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Pasar Baru Cikarang yang terletak di Kelurahan Cikarang Kota, Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi. Pemilihan lokasi tersebut dilakukan dengan tujuan utama masyarakat dalam memilih pembelian produk beras di Pasar Baru Cikarang, produksi beras di pasar ini memiliki berbagai variasi harga yang didata oleh UPTD Pasar Baru Cikarang karena pasar ini memiliki banyak toko produk beras di dalamnya dan juga salah satu merupakan pusat perekonomian yang mudah dijangkau oleh masyarakat (Faisa et.al, 2019). Waktu penelitian dilakukan kurang lebih 2 bulan, dimulai dari bulan Mei – Juni 2024. Pada penelitian ini menggunakan untuk penarikan sampel yaitu dengan metode non probability sampling. Teknik non probability sampling, dikarenakan jumlah populasi dan identitas anggota populasi tidak diketahui.

Menurut Sugiyono (2017), teknik non probability sampling yang digunakan cara teknik accidental sampling yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, dengan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (2007) hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui, pada perhitungan melalui rumus tersebut maka n yang dihasilkan $96,04 = 96$ orang, maka jumlah responden yang dihasilkan adalah 96 orang. Peneliti perlu menambah 4 orang lagi untuk mengambil data sebanyak 100 orang.

Penulisan laporan penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dilakukan untuk alat pengumpulan data yang dalamnya terdapat pertanyaan yang ditujukan kepada konsumen beras.

Tabel 1. Bentuk Atribut dan Level Produk Beras

No	Atribut	Level
1	Warna	1.Putih Susu 2.Putih Jernih
2	Kebersihan	1.Tidak ada kutu 2.Tidak ada gabah
3	Jenis	1.Pulen 2.Pera
4	Aroma	1.Wangi 2.Tidak beraroma
5	Harga	1.Rp10.000/kg – Rp12.000/kg 2.Rp12.500/kg – Rp15.000/kg

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik responden pada kuesioner. Pada teknik analisis deskriptif di penelitian ini dikategorikan berdasarkan data responden antara lain: jenis kelamin, usia, pekerjaan, jumlah membeli, dan pendapatan dan analisis konjoin dengan bantuan software SPSS versi 25. Analisis konjoin adalah suatu metode analisis didalam analisis multivariate yang diterapkan pada untuk menghasilkan produk yang lebih disukai oleh konsumen. Tujuan dari analisis konjoin adalah memberikan penilaian atau peringkat terhadap beberapa kombinasi taraf atribut yang ditawarkan (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini jumlah atribut yang digunakan dalam penelitian adalah 5 atribut seperti pada Tabel 1 di atas, sedangkan jumlah level dari masing-masing atribut adalah 2 level. kombinasi atributnya

adalah $2 \times 2 \times 2 \times 2 = 32$ stimuli. Karena jumlah kombinasi terlalu banyak untuk dievaluasi oleh responden maka peneliti mengurangi menggunakan teknik Ortogonal Design dengan alat bantu SPSS versi 25, tujuannya untuk mendesain kombinasi atribut sehingga menghasilkan 8 stimuli seperti pada Tabel 2 di bawah.

Pada tahap penelitian ini, terdapat dua bahan yang diperlukan dalam proses analisis konjoin yaitu bentuk kombinasi (stimuli) dan penilaian responden terhadap stimuli yang terbentuk. Sampel akan memberikan penilaian kombinasi yang dibuat dengan menetapkan nomor pada skala ordinal (nilai 1 sampai 8), untuk melihat bagaimana responden melihat pandangan dari stimuli. Penilaian skor nomor 1 yang tidak disukai dan skor nomor 8 paling disukai.

Hasil output yang diperoleh dari analisis konjoin berupa nilai kegunaan (utility) merupakan nilai yang menggambarkan pilihan konsumen terhadap atribut produk yang disukai apabila nilai yang diperoleh hasilnya positif. Nilai kegunaan ini menunjukkan preferensi konsumen terhadap taraf suatu atribut dengan nilai kegunaan yang tertinggi dan cenderung disukai konsumen (Hasbi, 2019). Nilai kepentingan (importance values) merupakan nilai yang menggambarkan tingkat kepentingan responden terhadap atribut produk dalam melakukan pembelian beras.

Tabel 2. Hasil Kombinasi Atribut dan Level Produk Beras

No Stimuli	Kombinasi Atribut dan Level				
	Warna	Kebersihan	Jenis	Aroma	Harga
1	Putih Susu	Tidak ada gabah	Pulen	Wangi	Rp12.500/kg – Rp15.000/kg
2	Putih Jernih	Tidak ada gabah	Pera	Wangi	Rp12.500/kg – Rp15.000/kg
3	Putih Jernih	Tidak ada kutu	Pulen	Wangi	Rp10.000/kg – Rp12.000/kg
4	Putih Jernih	Tidak ada kutu	Pera	Tidak beraroma	Rp12.500/kg – Rp15.000/kg
5	Putih Jernih	Tidak ada gabah	Pulen	Tidak beraroma	Rp10.000/kg – Rp12.000/kg
6	Putih Susu	Tidak ada kutu	Pera	Wangi	Rp10.000/kg – Rp12.000/kg
7	Putih Susu	Tidak ada gabah	Pera	Tidak beraroma	Rp10.000/kg – Rp12.000/kg
8	Putih Susu	Tidak ada kutu	Pulen	Tidak beraroma	Rp12.500/kg – Rp15.000/kg

Sumber: SPSS 25.0 (2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Pasar Baru Cikarang merupakan pasar tradisional yang beralamatkan di Jln. RE Martadinata No.2 Desa Cikarang Kota, Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi. Pasar Baru Cikarang merupakan salah satu pasar dibawah UPTD Pasar Baru Cikarang dan Pasar Pertokoan Cikarang yang dinaungi oleh Dinas Perdagangan Kabupaten Bekasi. Pasar Baru Cikarang ini menempati areal seluas 26 ha yang sudah disertifikasi pada tanggal 20 September 2013, dengan luas bangunan utama pasar area ini seluas 15 ha. Pasar Baru Cikarang merupakan Pasar Inpress dan dalam perkembangannya pasar mengalami pembangunan atau renovasi, pada tahun 1992, selesai pembangunan tahun 1994 serta pastinya mulai beroperasi pada tahun 1995 dan masa berlaku HPT sampai dengan tahun 2014. Berikut ini akan disampaikan berbagai data terakit dengan lokasi Pasar Baru Cikarang di Kecamatan Cikarang Utara. Batas wilayah Kecamatan Cikarang Utara mempunyai luas 4.330 Ha dengan memiliki batasan wilayah tersebut:

Utara : Kecamatan Sukatani

Timur : Kecamatan Cikarang Timur

Selatan : Kecamatan Cikarang Timur

Barat : Kecamatan Cikarang Barat

Penduduk di Kecamatan Cikarang Utara khususnya Pasar Baru Cikarang ini menjadikan sebuah pasar sebagai pusat aktivitas ekonomi dalam bidang perdagangan. Kegiatan perdagangan di Pasar Baru Cikarang berlangsung 24 jam, pagi sampai malam sehingga pasar ini menjadi acuan bagi perdagangan dan peredaran di Kabupaten Bekasi.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden menggambarkan kondisi atau keadaan dari identitas konsumen. Hasil pengisian kuesioner mengenai karakteristik responden terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, jumla membeli, dan

pendapatan. Diketahui bahwa mayoritas karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah laki - laki, dengan frekuensi sebanyak 55 responden dan persentase sebesar 55% dikarenakan kaum laki – laki paling sering membeli produk beras di Pasar Baru Cikarang, hal ini membutuhkan tenaga yang ekstra dari laki-laki dengan jumlah yang banyak setiap pembeliannya. Responden berdasarkan usia adalah rentang 36 – 59 tahun, dengan frekuensi sebanyak 53 responden dan persentase sebesar 53%, dikarenakan pada usia ini masih tergolong produktif untuk menjadi tumpuan tenaga dalam memenuhi kebutuhan pokok terutama produk beras. Pekerjaan didominasi oleh wirausaha, dengan frekuensi sebanyak 46 responden dan persentase sebesar 46%, dikategorikan banyak responden wirausaha yang berbeda-beda seperti pedagang kecil dan besar. Pedagang kecil yang menghasilkan pendapatan <Rp2.000.000, sesuai dari hasil kuesioner yang telah diteliti. Pedagang besar yang menghasilkan pendapatan Rp2.000.000 – Rp5.000.000 atau >Rp5.000.000.

Jumlah membeli didominasi oleh responden yang membeli > 10 kali/1 bulan, dengan frekuensi sebanyak 65 responden dan persentase sebesar 65%, banyak responden mengatakan membeli produk beras di Pasar Baru Cikarang memiliki variasi harga yang berbeda-beda dengan kualitas berbeda, sehingga konsumen bisa memilih produk yang diinginkannya. Pendapatan didominasi oleh responden yang mempunyai penghasilan > Rp.5.000.000, dengan frekuensi sebanyak 57 responden dan persentase sebesar 57%, dikarenakan konsumen beras di Pasar Baru Cikarang adalah tingkat ekonomi tinggi atas dasar biaya faktor dari pendapatan yang dimiliki dari wirausaha, atau wiraswasta, maka hasil jumlah pendapatan yang benar-benar dimiliki oleh setiap individu (BPS,2020).

Tabel 3. Karakteristik Responden Konsumen Beras di Pasar Baru Cikarang

Karakteristik		Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin			
1.	Laki-laki	55	55%
2.	Perempuan	45	45%
Usia			
1.	18 - 35 Tahun	36	36 %
2.	36 - 59 Tahun	53	53 %
3.	> 60 Tahun	11	11 %
Pekerjaan			
1.	Ibu rumah tangga	22	22 %
2.	Wiraswasta	32	32 %
3.	Wirasaha	46	46 %
Jumlah membeli			
1.	<10 kali/1 Bulan	35	35 %
2.	>10 kali/1 Bulan	65	65 %
Pendapatan			
1.	< Rp 2.000.000	8	8 %
2.	> Rp 5.000.000	57	57 %
3.	Rp 2.000.000 –Rp 5.000.000	35	35 %

Sumber : *Output SPSS ver.25, Frekuensi 100 Responden (2024)*

Kegunaan Preferensi Konsumen

Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap beras dapat diketahui dari nilai utility, nilai kegunaan (utility) merupakan nilai yang menggambarkan pilihan konsumen terhadap atribut produk yang disukai apabila nilai yang diperoleh hasilnya positif atau nilai yang diperoleh lebih besar. Sebaliknya jika hasilnya negatif atau nilai yang diperoleh lebih kecil, maka konsumen tidak menyukai atribut produk tersebut, seperti yang ditunjukkan pada (Tabel 4).

Tabel 4. Nilai *Utility* Berdasarkan Hasil Analisis Konjoin

Atribut	Level	<i>Utility Estimate</i>
Warna	Putih Jernih	1.583
	Putih Susu	-1.583
Kebersihan	Tidak ada kutu	.468
	Tidak ada gabah	-.468
Jenis	Pulen	.005
	Pera	-.005
Aroma	Wangi	.590
	Tidak beraroma	-.590
Harga	Rp10.000/kg	-.502
	Rp12.000/kg	-
	Rp12.500/kg	-.502
	Rp15.000/kg	-
Constant		4.515

Sumber : *Data Primer Diolah, 2024*

Atribut Warna

Atribut warna, warna beras dengan putih jernih memiliki nilai utility positif 1.538 artinya responden secara keseluruhan lebih menyukai warna beras dengan putih jernih dibanding dengan putih susu. Maksud dari warna beras dalam penelitian ini ialah putih jernih dapat dilihat secara kasat mata oleh konsumen, artinya konsumen dapat menilai langsung produk beras yang mereka konsumsi dari warna tersebut. Dimana derajat putih atau warna beras dari berbagai produk beras yang ada di pasaran memiliki tingkat warna yang berbeda-beda. Namun diasumsikan warna beras yang dimaksud adalah putih jernih dan putih susu dan hal ini merupakan salah satu perhatian konsumen pada saat membeli beras untuk dikonsumsi. Putih jernih merupakan suatu putih yang alami tanpa bahan tambahan yang dibuat melalui mesin, dan dipengaruhi dengan kesehatan dibanding berbalik oleh warna putih susu.

Atribut Kebersihan

Atribut kebersihan, kebersihan beras dengan tidak ada kutu memiliki nilai utility positif 0,468 artinya responden secara keseluruhan lebih menyukai kebersihan beras dengan tidak ada kutu dibanding dengan tidak ada gabah.

Maksud dari kebersihan beras dalam penelitian ini ialah tidak ada kutu dapat dilihat secara kasat mata oleh konsumen, artinya konsumen dapat menilai langsung produk beras yang mereka konsumsi dari kebersihan tersebut. Dimana kebersihan beras dengan tidak ada kutu memiliki kualitas produk baik dan pentingnya bagi kesehatan dibanding tidak ada gabah masih bisa dipilih satu per satu jika terjadi gabah di dalam beras, hal ini merupakan salah satu perhatian konsumen pada saat membeli beras untuk dikonsumsi.

Atribut Jenis

Atribut jenis, jenis beras dengan pulen memiliki nilai utility positif 0,005 artinya responden secara keseluruhan lebih menyukai jenis beras dengan pulen dibanding dengan pera. Maksud dari jenis beras dalam penelitian ini ialah beras pulen yang dipilih oleh konsumen, artinya konsumen dapat menilai langsung produk beras yang mereka konsumsi atau diperjualbelikan dari beras tersebut. Dimana jenis beras pulen memiliki keunggulan yang sangat wangi dibanding beras pera dan terdapat tekstur yang berbeda dari beras pulen ialah lembut dan licin, sangat jelas kualitas produknya juga baik dan pentingnya bagi kesehatan dibanding beras pera dengan sebaliknya tekstur keras dan kering (tidak pulen), hal ini merupakan salah satu perhatian konsumen pada saat membeli beras.

Atribut Aroma

Atribut aroma, aroma beras yang wangi memiliki nilai utility positif 0,590 artinya responden secara keseluruhan lebih menyukai aroma beras yang wangi dibanding yang tidak beraroma. Maksud dari aroma beras dalam penelitian ini ialah aroma beras yang wangi yang dipilih oleh konsumen, artinya konsumen dapat menilai langsung produk beras yang mereka konsumsi. Aroma beras yang wangi terkadang tidak ada kutu di dalamnya, konsumen setiap membeli beras selain memilih putih jernih, harga, kebersihan biasanya aroma menjadi bahan pertimbangan untuk kepentingan seorang konsumen untuk memilih

suatu produk yang diinginkan, hal ini merupakan salah satu perhatian konsumen pada saat membeli beras.

Atribut Harga

Atribut harga, harga beras dengan sebesar Rp10.000/kg - Rp12.000/kg memiliki nilai utility positif 0,502 artinya responden secara keseluruhan lebih menyukai harga dengan sebesar Rp10.000/kg - Rp12.000/kg dibanding harga beras dengan sebesar Rp12.500/kg - Rp15.000/kg. Maksud dari harga beras dengan sebesar Rp10.000/kg - Rp12.000/kg dalam penelitian ini ialah harga beras yang terjangkau murah dengan kualitas yang ditawarkan baik. Sudut pandang pembeli mengenai harga berkaitan dengan kualitas produk, harga murah dari pasaran tidak jauh berbeda dari harga tinggi dengan kualitas yang bagus. Preferensi persoalan ini mengenai harga yang biasanya semakin tinggi dalam suatu barang, semakin baik dalam kualitas produk. Tetapi, harga pasaran di Pasar Baru Cikarang memiliki variasi harga dan juga kualitas yang bagus.

Keputusan Preferensi Konsumen

Mengetahui nilai kepentingan terhadap konsumen dari atribut-atribut beras dapat diketahui yang ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai *Importance Values*

<i>Importance Value</i>	
Atribut	Tingkat Kepentingan Atribut
Warna	45.352
Kebersihan	15.520
Jenis	7.344
Aroma	15.619
Harga	16.615

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Pada tabel 5, nilai tingkat kepentingan atribut (*importance values*) dapat diketahui bahwa yang menjadi pertimbangan responden yang paling utama dalam melakukan pembelian beras di Pasar Baru Cikarang yaitu kepulauan, karena berdasarkan hasil analisis konjoin berupa tingkat kepentingan atribut (*importance values*) atribut warna menempati peringkat pertama dengan persentase 45,352%, dari hasil responden yang memilih suatu 8 produk

kombinasi yang berbeda dari atribut warna sangat menjadi kepentingan, dari atribut yang menjadi kepentingan responden secara berturutan mulai dari yang paling penting sampai yang harus dipertimbangkan yaitu warna, harga, aroma, kebersihan, dan jenis. Berikut ini hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat dari overall statistics pada SPSS 25.

Tabel 6. Nilai Korelasi dari Atribut-atribut

<i>Correlations^a</i>		
	<i>Value</i>	<i>Sig.</i>
<i>Pearson's R</i>	.977	.000
<i>Kendall's tau</i>	.786	.003

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Pada tabel 6, nilai korelasi diatas dapat dilihat bahwa nilai Sig. pada Pearson's R sebesar 0,000 dan Kendall's Tau sebesar 0,000. Nilai ini menggambarkan bahwa penelitian ini dianggap valid karena nilai Sig. pada Pearson's R dan Kendall's Tau dibawah tingkat signifikan 0,05. Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara preferensi konsumen dengan jumlah 100 responden dalam pembelian beras tiap atribut-atribut yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa lima atribut yang menghasilkan 8 kombinasi bisa diterima untuk

menggambarkan keinginan konsumen beras di Pasar Baru Cikarang.

Total Hasil Frekuensi Skor Perengkingan

Pada penelitian ini menggunakan skala ordinal dari kuesioner dengan skor perengkingan tertinggi ialah 8 (yang paling disukai) dan skor terendah adalah 1 (yang paling tidak disukai). Pada skor yang menjadi pilihan dari keseluruhan responden urutan 1 (yang paling disukai) dan urutan 8 (tidak disukai).

Pada tabel 7 di atas, dijelaskan bahwa dari kombinasi produk contohnya nomor 3 (warna beras putih jernih, kebersihan dengan tidak ada kutu, jenis pulen, aroma wangi, dan harga mulai dari Rp10.000-Rp12.000) menunjukkan frekuensi skor perengkingan terbanyak pada angka 8 sebesar 75 responden yang dapat diartikan bahwa dari 100 responden, 75 diantaranya memilih kombinasi nomor 3 sebagai pilihan pertama jika dihadapkan dengan kombinasi produk yang lain karena dalam pengisian kuesioner di penelitian ini, nilai ranking 8 adalah nilai yang terbesar (disukai).

Tabel 7. Frekuensi Skor Perengkingan

Stimuli	<i>Frekuensi Skor Perengkingan</i>								<i>Mean</i>	Pilihan Responden
	1	2	3	4	5	6	7	8		
1	51	15	18	15	1				2,00	8
2		12		3	9	11	40	25	6,27	2
3						5	20	75	7,70	1
4	2	5	7	8	51	18	9		4,91	4
5			3	11	27	47	12		5,51	3
6	6	10	11	34	3	17	19		4,45	5
7	22	49	5	17	4	3			2,41	7
8	15	6	58	19	2				2,87	6

Sumber : Output SPSS ver.25, Frekuensi 100 Responden (2024)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian kegunaan dan kepentingan terhadap preferensi konsumen produk beras, dapat diambil beberapa kesimpulan: 1) Beras yang menjadi kegunaan terhadap preferensi konsumen di Pasar Baru Cikarang adalah warna dengan putih jernih, kebersihan yang tidak ada kutu, jenis pulen, aroma yang wangi, dan harga Rp10.000/kg – Rp12.000/kg. 2) Atribut beras yang menjadi kepentingan konsumen terhadap preferensi konsumen dalam pembelian beras di Pasar Baru Cikarang adalah atribut warna. Urutan atribut dari yang paling penting sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah warna, harga, aroma, kebersihan, dan jenis.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada yang bertanggung jawab dari kantor di tempat penelitian serta para pedagang beras yang telah memberikan saya tempat untuk melakukan penelitian terhadap konsumen beras di Pasar Baru Cikarang dan seluruh pihak yang berkontribusi dalam penelitian ini.

REFERENCES

- Aulia, D. 2023. BPS: Panen Padi Di Kabupaten Bekasi Meningkatkan Tiga Persen. <https://rm.id/baca-berita/nasional/159571/jadi-penyangga-jawa-barat-dan-dki-jakarta-bps-panen-padi-di-kabupaten-bekasi-meningkat-tiga-persen>
- Badan Pusat Statistika. 2020. Konsumsi dan Pengeluaran, Pendapatan Regional. <https://bekasikota.bps.go.id/subject/5/konsumsi-dan-pengeluaran.html>BPS. (2021). Luas Panen Hasil per Hektar dan Produksi Padi Sawah menurut Kecamatan di Kabupaten Bekasi.
- Bustaman, A. D. 2003. Analisis Integrasi Pasar Beras di Indonesia. Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Faisa, A., & Darwin, I. S. 2019. Studi Revitalisasi Pasar Baru Cikarang (PBC) Di Kecamatan Cikarang Utara Kabupaten Bekasi Melalui Pendekatan Komunikatif.
- Ghozali, M. C. A. P. 2018. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hasbi, A. R. 2019. Preferensi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Nugget Ayam di Kota Palopo. *AGROVITAL : Jurnal Ilmu Pertanian*, 4(1), 5. <https://doi.org/10.35329/agrovital.v4i1.317>
- Ismail, Y. 2023. Harga Kebutuhan Pokok di Pasar Baru Cikarang. Newsroom Diskominfosantik. <https://www.bekasikab.go.id/update-harga-kebutuhan-pokok-di-pasar-baru-cikarang-rabu-18-januari-2023>
- Kurniawan Syah, P. 2023. Mengunci luas sawah Bekasi, menjaga swasembada pangan. *Antaraneews.Com*.
- Lemeshow, D. J. & Stephen. 2007. Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Mutia, A. 2021. 10 Provinsi dengan Konsumsi Beras Rumah Tangga Terbanyak Pada 2019. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/25/konsumsi-beras-rumah-tangga-jawa-barat-terbanyak-nasional-pada-2019>
- Novita, D. 2018. Identification Of Potential Investment Commodity Food Crops Potential In North Sumatra. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 20(1).
- Riyadi, D. M. 2004. Permasalahan dan Agenda Pengembangan Ketahanan Pangan.
- Saputri, N. K. 2018. Reformasi Kebijakan untuk Menurunkan Harga Gula di Indonesia.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.