

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT BERAS PREMIUM

Dhea Vida Natasya¹⁾, Budi Setiawan²⁾, Andrean Eka Hardana³⁾

¹⁾Departemen Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya

²⁾Departemen Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya

³⁾Departemen Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya
email: dheavida@student.ub.ac.id

Abstract

Rice is the main staple food for the people of Surakarta City. In fulfilling their rice needs, rice is still supplied from other cities. In addition, there is a loss of labor, time, and cost caused by returning rice products to the rice milling company. The purpose of this study is to determine the combination of rice attribute levels and the order of importance of rice attributes and analyze the relationship between estimated and actual preferences. This research uses a quantitative approach. The technique of determining the sample through quota sampling. Data analysis techniques using Conjoint analysis. The results of the study show that the preferred combination of rice attribute levels is medium quality 1 (low income) or premium (high income), fluffy, lean, non-aromatic, and hermetic. Meanwhile, the order of importance of rice attributes is quality, shape, fullness, aroma, packaging (low income) and quality, fullness, shape, aroma, packaging (high income). The results of the Pearson's R correlation value show a relationship. Suggestions for rice milling companies in order to improve the quality of rice products.

Keywords: *rice attributes, conjoint analysis, consumer preferences*

1. PENDAHULUAN

Beras sebagai bahan pangan utama untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat di Kota Surakarta (Wahyu Adhi Saputro et al., 2021). Salah satu pengeluaran yang besar dari jumlah biaya hidup masyarakat Kota Surakarta yaitu untuk beras. Pengeluaran pada komoditas beras yang besar ini disebabkan banyaknya jumlah beras yang dibeli karena tingkat konsumsinya yang tinggi di Kota Surakarta sehingga membuat biaya yang dikeluarkan juga menjadi lebih banyak (Yulia Sari et al., 2020).

Saat ini, Kota Surakarta masih disuplai beras dari kota lain karena jumlah kebutuhan beras tidak bisa terpenuhi seluruhnya melalui produksi padi di Kota Surakarta (Mahendra & Mamilianti, 2020). Idealnya, hal ini

dapat menjadi peluang yang baik bagi perusahaan penggilingan padi khususnya bagi perusahaan penggilingan padi yang berasal dari luar Kota Surakarta untuk memasarkan produknya ke Kota Surakarta. Namun pada kenyataannya, perusahaan penggilingan padi seringkali mengalami kerugian yang diakibatkan adanya pengembalian produk beras. Perusahaan penggilingan padi yang memasarkan beras di Kota Surakarta menyatakan bahwa terdapat kerugian waktu, tenaga, uang dan lain sebagainya yang diakibatkan dari produk beras yang dikembalikan karena produk kurang diminati oleh konsumen beras di Kota Surakarta sehingga lama terjual dan kualitasnya menjadi menurun (Roosganda Elizabeth, 2022; Sahudin et al., 2023).

Perusahaan penggilingan padi yang memasarkan beras di Kota Surakarta harus menawarkan beras dengan berbagai macam atribut yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli beras. Konsumen beras di Kota Suakarta ketika membeli beras akan melihat dahulu atribut produk yang mereka sukai. Hal ini didukung oleh pernyataan Hidayati & Gusteti, (2016) bahwa konsumen selalu memperhatikan atribut yang melekat pada produk dan menginginkan produk sesuai dengan preferensinya.

membahas terkait preferensi konsumen. Penelitian oleh Widodo et al., (2016) bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut beras (jenis beras, ukuran kemasan, dan warna beras) di UD Sumber Urip. Hasil menunjukkan bahwa preferensi konsumen dalam penelitian antara lain beras dengan jenis Sentra Ramos, beras dengan ukuran kemasan 5 kg, dan beras dengan warna putih bening. Kemudian, penelitian oleh Hidayat & Savitri (2020) bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen beras di Pasar Krian Kabupaten Sidoarjo. Hasil menunjukkan bahwa preferensi konsumen dalam penelitian antara lain beras yang bersih dari kotoran, beras yang bebas dari hama kutu, dan beras yang pulen. Berdasarkan penelitian terdahulu, menunjukkan hasil yang berbeda-beda pada preferensi konsumen (Sulistyo & Ardiansyah, 2021).

Oleh karena itu, diperlukan adanya pengetahuan preferensi konsumen terhadap atribut beras di Kota Surakarta. Hal tersebut untuk mempermudah kriteria beras yang akan disuplai dari kota lain dengan menyesuaikan preferensi konsumen di Kota Surakarta. Pengetahuan terkait preferensi konsumen tersebut juga diperlukan dalam pengambilan setiap

keputusan yang dilakukan oleh perusahaan penggilingan padi supaya tidak bertentangan dengan keinginan atau kebutuhan dari konsumen dan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen beras di Kota Surakarta.

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survey. Penelitian survey adalah prosedur secara kuantitatif non-eksperimental yang digunakan untuk mengatur kuesioner survey kepada sampel (sekelompok orang yang jumlahnya lebih kecil) guna menggambarkan tren dalam perilaku, karakteristik, atau pendapat dari populasi (sekelompok orang yang jumlahnya lebih besar) (Pratiwi & Rosyid, 2022). Penelitian dilakukan pada bulan Oktober hingga November 2021 dengan lokasi penelitian yaitu Kota Surakarta.

Teknik penentuan sampel dilakukan dengan quota sampling. Quota sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih sampel menggunakan kriteria khusus yang telah ditetapkan peneliti hingga memenuhi kuota tertentu. Kriteria khusus dalam penelitian ini yaitu konsumen akhir yang membeli beras putih dan berdomisili di Kota Surakarta. Sampel yang digunakan berjumlah 100 sampel. Mamoriska et al., (2022) berpendapat bahwa sampel yang dianjurkan untuk penelitian analisis Conjoint berjumlah 50 hingga 100 sampel. Oleh karena itu, 100 sampel telah memenuhi syarat bahwa sampel telah representatif.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan kuesioner sebagai data primer dan jurnal, laporan, dan buku sebagai data sekunder. Data primer yaitu data yang

dikumpulkan secara langsung oleh peneliti, sedangkan data sekunder yaitu data yang dikumpulkan dari berbagai macam sumber yang sudah ada. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis Conjoint dengan bantuan SPSS Statistics 25. Analisis Conjoint merupakan analisis statistika multivariat untuk memperoleh komposisi dari atribut suatu produk yang paling diminati atau disukai oleh konsumen(Lestari & Saidah, 2023). Berikut model dasar dalam analisis Conjoint secara umum dipresentasikan dengan rumus adalah sebagai berikut:

$$U(X) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{ki} \alpha_{ij} \chi_{ij}$$

Dimana U(X) merupakan Utility total, α_{ij} merupakan nilai kegunaan atribut ke-i (i =1,2,...,m) taraf ke-j (j =1,2,...,ki), ki merupakan jumlah taraf atribut ke-i, m merupakan jumlah atribut, χ_{ij} merupakan dummy variabel atribut ke-i taraf ke-j.

Analisis Conjoint tersebut dapat menghasilkan kombinasi level atribut beras dan urutan tingkat kepentingan atribut beras yang menjadi preferensi konsumen beras di Kota Surakarta serta hubungan antara preferensi estimasi dan preferensi aktual pada analisis Conjoint. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini antara lain atribut mutu beras, atribut kepulenan, atribut bentuk beras, atribut kemasan beras, dan atribut aroma beras. Level atribut dari mutu beras adalah premium, medium 1, medium 2, dan medium 3. Kemudian, level atribut dari kepulenan adalah sangat pulen, pulen, dan pera. Selanjutnya, level atribut dari bentuk beras adalah ramping, sedang, dan bulat. Lalu, level atribut dari kemasan beras adalah kemasan plastik dan

hermetik. Sedangkan, level atribut dari aroma beras adalah aromatik dan tidak aromatik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Validitas merupakan derajat kesesuaian antara data sesungguhnya yang terjadi pada objek dan data yang telah dikumpulkan peneliti(Januarita Seuk et al., 2022). Pengujian validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidak validnya data. Hasil uji validitas yang telah dilakukan sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Stimuli	r hitung	r tabel	Hasil
Stimuli 1	0,440	0,198	Valid
Stimuli 2	0,498	0,198	Valid
Stimuli 3	0,502	0,198	Valid
Stimuli 4	0,385	0,198	Valid
Stimuli 5	0,625	0,198	Valid
Stimuli 6	0,547	0,198	Valid
Stimuli 7	0,509	0,198	Valid
Stimuli 8	0,433	0,198	Valid
Stimuli 9	0,354	0,198	Valid
Stimuli 10	0,407	0,198	Valid
Stimuli 11	0,267	0,198	Valid
Stimuli 12	0,418	0,198	Valid
Stimuli 13	0,241	0,198	Valid
Stimuli 14	0,501	0,198	Valid
Stimuli 15	0,321	0,198	Valid
Stimuli 16	0,453	0,198	Valid

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas, menunjukkan hasil bahwa seluruh data stimuli dalam penelitian ini (stimuli 1 – stimuli 16) dinyatakan valid karena seluruh data stimuli yang ada memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat konsistensi dari suatu pengukuran data (Hair *et al.*, 2010). Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil dari pengukuran data pada kuesioner tetap konsisten (stabil) meskipun pengukuran dilakukan berkali-kali dari waktu ke waktu. Hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,707	16

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas di atas, menunjukkan hasil bahwa data kuesioner pada penelitian ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60.

Kombinasi Level Atribut yang Menjadi Preferensi Konsumen Beras di Kota Surakarta

Konsumen dengan pendapatan <Rp3.000.000,00 masuk dalam pendapatan rendah, sedangkan konsumen dengan pendapatan >Rp3.000.000,00 masuk dalam pendapatan tinggi. Berikut hasil olah data yang sudah diperoleh:

Tabel 3. Hasil Nilai Utility Berdasarkan Konsumen dengan Pendapatan Rendah

No.	Atribut	Level Atribut	Nilai utility
1	Mutu	Premium	-0,078
		Medium 1	0,164
		Medium 2	-0,055
		Medium 3	-0,032
2	Kepulenan	Sangat pulen	-0,058
		Pulen	0,227
		Pera	-0,169
3	Bentuk	Ramping	0,078
		Sedang	-0,001
		Bulat	-0,078

4	Kemasan	Karung plastik	-0,003
		Hermetik	0,003
5	Aroma	Aromatik	-0,036
		Tidak aromatik	0,036

Tabel 4. Hasil Nilai Utility Berdasarkan Konsumen dengan Pendapatan Tinggi

No.	Atribut	Level Atribut	Nilai utility
1	Mutu	Premium	0,150
		Medium 1	0,050
		Medium 2	-0,064
		Medium 3	-0,136
2	Kepulenan	Sangat pulen	-0,024
		Pulen	0,201
		Pera	-0,177
No.	Atribut	Level Atribut	Nilai utility
3	Bentuk	Ramping	0,076
		Sedang	-0,024
		Bulat	-0,052
4	Kemasan	Karung plastik	-0,025
		Hermetik	0,025
5	Aroma	Aromatik	-0,104
		Tidak aromatik	0,104

a. Mutu beras

Berdasarkan tabel nilai utility pada atribut mutu di tabel 3 dan tabel 4, nilai utility yang memiliki nilai paling tinggi pada konsumen dengan pendapatan rendah yaitu level atribut mutu medium 1. Sedangkan, nilai utility yang memiliki nilai paling tinggi pada konsumen dengan pendapatan tinggi yaitu level atribut mutu premium. Mutu beras adalah ukuran baik atau buruknya suatu produk beras. Di Kota Surakarta, mutu beras yang menjadi preferensi konsumen beras dengan pendapatan rendah berbeda dengan preferensi konsumen beras dengan pendapatan tinggi.

Konsumen beras dengan pendapatan rendah di Kota Surakarta menyukai mutu beras medium 1 karena kualitasnya yang baik (hampir setara mutu beras premium) dengan harga yang terjangkau. Hal ini sejalan dengan pendapat Hermawan & Budiyantri (2020) yang mengatakan bahwa tingkat pendapatan dapat mempengaruhi tingkat preferensi konsumen. Dimana harga produk yang dibeli menyesuaikan dengan uang yang dimiliki. Sedangkan, konsumen beras dengan pendapatan tinggi di Kota Surakarta menyukai mutu beras premium karena kualitasnya yang paling baik, bersih dari segala kotoran dan segala butir lainnya, serta konsumen juga tidak mempermasalahakan terkait harga.

Selain itu, pada mutu medium 1 dan premium, warna biji beras sudah bersih, putih (tidak keruh), dan mengkilap sehingga beras menjadi lebih menarik. Hal ini dikarenakan adanya derajat sosoh yang tinggi dimana derajat sosoh ini mempengaruhi mutu fisik warna beras. Dengan tingginya derajat sosoh, membuat biji beras lebih berwarna putih dan mengkilap karena proses pengupasan berkali-kali pada biji beras. Tingginya derajat sosoh juga dapat meningkatkan daya simpan pada beras dan beras tidak mudah mengalami perubahan bau menjadi tidak sedap. Menurut Hasan et al. (2022), derajat sosoh yang tinggi dapat menghilangkan aleuron yang kaya akan kandungan lemak yang mudah teroksidasi sehingga daya simpannya lebih lama. Selain itu, jumlah kandungan lemak tersebut mempengaruhi jumlah kandungan hexanal dalam biji beras. Hexanal terbentuk dari proses oksidasi dari lemak dimana hexanal ini dapat menyebabkan bau tidak sedap atau apek pada beras (Fauzi et al., 2023).

b. Kepulenan

Berdasarkan tabel nilai utility pada atribut kepulenan di tabel 3 dan tabel 4, level atribut kepulenan dengan nilai utility yang paling tinggi pada konsumen dengan pendapatan rendah sama dengan level atribut kepulenan dengan nilai utility yang paling tinggi pada konsumen dengan pendapatan tinggi yaitu level atribut kepulenan pulen.

Kepulenan adalah tingkat kekerasan /kelunakan dan kelekatan pada beras yang telah menjadi nasi. Konsumen beras di Kota Surakarta lebih menyukai kepulenan pulen karena hasil tanaknya lebih mudah dan enak untuk dikunyah. Hal ini disebabkan karena nasinya tidak terlalu lunak bahkan encer seperti beras dengan kepulenan sangat pulen dan nasinya tidak terlalu keras seperti beras dengan kepulenan pera. Beras dengan tingkat kepulenan pulen menghasilkan nasi yang lunak dan lengket antara satu dengan yang lainnya karena adanya kandungan amilosa yang rendah (Changi & Padmalia, 2021). Beras yang memiliki kandungan amilosa rendah cenderung kurang menyerap air sehingga kurang mengembang dan lebih lembut hasil tanaknya.

c. Bentuk beras

Berdasarkan tabel nilai utility pada atribut bentuk di tabel 3 dan tabel 4, level atribut bentuk dengan nilai utility yang paling tinggi pada konsumen dengan pendapatan rendah sama dengan level atribut bentuk dengan nilai utility yang paling tinggi pada konsumen dengan pendapatan tinggi yaitu level atribut bentuk ramping.

Bentuk beras adalah rupa atau wujud secara fisik dari butir beras. Bentuk beras ini digolongkan menjadi 3 berdasarkan rasio antara panjang dan lebarnya. Bentuk ramping atau slender memiliki rasio kurang dari 3,0, bentuk

sedang atau medium memiliki rasio mulai dari 2,1 hingga 3,0, dan bentuk bulat atau bold memiliki rasio mulai dari 1,0 hingga 2,0. Konsumen beras di Kota Surakarta lebih suka atau lebih puas terhadap bentuk beras ramping karena butir berasnya lebih menarik secara fisik (bentuknya panjang-panjang). Bentuk beras ramping atau slender memiliki rasio lebih dari 3,0 antara panjang dan lebarnya pada butir beras. Bentuk ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti faktor genetik, faktor pengolahan karena adanya penggosokan atau pengikisan pada butir beras, dan lain sebagainya (Putri & Saidah, 2023).

d. Kemasan beras

Berdasarkan tabel nilai utility pada atribut kemasan di tabel 3 dan tabel 4, level atribut kemasan dengan nilai utility paling tinggi pada konsumen pendapatan rendah sama dengan level atribut kemasan dengan nilai utility paling tinggi pada konsumen pendapatan tinggi yaitu level atribut kemasan hermetik.

Kemasan adalah wadah untuk menjaga kualitas produk dari kerusakan kimia, fisik, atau mikrobiologis. Konsumen beras di Kota Surakarta lebih menyukai kemasan hermetik karena perlindungannya terhadap beras lebih baik dibandingkan dengan kemasan karung plastik. Kemasan hermetik dapat menjaga kualitas beras dari kontaminasi air, kotoran, debu, dan mikroorganisme. Hal ini dikarenakan kemasan karung plastik lebih terbuka (banyak celah karena wujudnya anyaman), sedangkan kemasan hermetik lebih tertutup sehingga dapat mencegah masuknya kotoran, air, mikroorganisme dan lain-lainnya yang dapat membuat beras terkontaminasi di dalam kemasan (Lestari & Saidah, 2023).

e. Aroma

Berdasarkan tabel nilai utility pada atribut aroma di tabel 3 dan tabel 4, level atribut aroma dengan nilai utility yang paling tinggi pada konsumen dengan pendapatan rendah sama dengan level atribut aroma dengan nilai utility yang paling tinggi pada konsumen dengan pendapatan tinggi yaitu level atribut aroma tidak aromatik.

Aroma beras adalah bau yang dikeluarkan beras. Kemudian, bau tersebut diterima oleh indra penciuman manusia. Konsumen beras di Kota Surakarta lebih menyukai aroma beras yang tidak aromatik karena bau wanginya yang tidak terlalu tajam. Selain itu, konsumen juga mempertimbangkan bahwa beras yang tidak aromatik lebih sehat dibandingkan beras yang aromatik karena adanya penyemprotan bahan aromatik yang diperoleh dari zat-zat yang tidak baik atau penyemprotan bahan aromatik dengan kadar yang melebihi batas sehingga tidak aman untuk dikonsumsi. Jenis beras yang termasuk tidak aromatik antara lain beras C4 dan beras IR64. Menurut Lestari & Saidah (2023), manipulasi pada mutu beras sering dilakukan salah satunya dengan menyemprotkan senyawa aromatik pada konsentrasi yang berlebihan (tidak terkontrol) sehingga dapat membahayakan kesehatan.

Pada tabel level atribut yang disukai hingga tidak disukai oleh responden, konsumen dengan pendapatan rendah di Kota Surakarta paling menyukai kombinasi level atribut beras yaitu mutu medium 1, kepulenan pulen, bentuk ramping, kemasan hermetik, dan aroma tidak aromatik. Sedangkan, konsumen dengan pendapatan tinggi di Kota Surakarta paling menyukai kombinasi level atribut beras yaitu mutu premium, kepulenan pulen, bentuk ramping, kemasan hermetik, dan aroma tidak aromatik.

Urutan Tingkat Kepentingan Dari Atribut Beras Berdasarkan Preferensi Konsumen Beras di Kota Surakarta

Selain nilai *utility*, atribut-atribut yang melekat pada produk juga memiliki nilai *importance* yang berbeda-beda. Nilai *importance* ini menggambarkan tingkat kepentingan atribut suatu produk oleh seseorang dalam menggunakan produk tersebut. Berdasarkan data yang diperoleh terkait penilaian responden terhadap atribut pada beras, kemudian dilakukan olah data menggunakan proses analisis *Conjoint* melalui *SPSS Statistics 25*, didapatkan hasil olah data sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Nilai Importance Berdasarkan Konsumen dengan Pendapatan Rendah

Atribut	Nilai <i>importance</i>	Persentase
Mutu	30.230	30,230%
Kepulenan	23.764	23,764%
Bentuk	24.230	24,230%
Kemasan	10.611	10,611%
Aroma	11.165	11,165%

Tabel 6. Hasil Nilai Importance Berdasarkan Konsumen dengan Pendapatan Tinggi

Atribut	Nilai <i>importance</i>	Persentase
Mutu	29.981	29,981%
Kepulenan	22.834	22,834%
Bentuk	21.667	21,667%
Kemasan	12.752	12,752%
Aroma	12.766	12,766%

Nilai *importance* dapat menunjukkan tingkat kepentingan oleh konsumen terhadap atribut produk beras dimana atribut dengan nilai yang paling besar menunjukkan bahwa atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan

yang paling tinggi, sedangkan atribut dengan nilai yang paling kecil menunjukkan bahwa atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang paling rendah.

Atribut yang memiliki tingkat kepentingan tertinggi adalah atribut mutu beras. Menurut konsumen beras di Kota Surakarta, atribut mutu beras dianggap paling penting dibandingkan dengan atribut-atribut lainnya karena mutu ini mengukur kadar baik buruknya dari suatu produk yaitu biji beras (bagian yang dikonsumsi) dan banyaknya indikator yang digunakan untuk mengukurnya. Pertama, indikator persentase butir kepala, patah, dan menir. Kemudian, indikator kebersihan pada beras yang dapat dilihat melalui jumlah benda asing, butir gabah, butir beras merah, butir beras kuning, dan butir beras kapur.

Selanjutnya, indikator derajat sosoh yang dapat mempengaruhi warna pada beras dimana semakin tinggi derajat sosoh maka semakin putih warna butirnya (Hasnelly et al., 2020). Derajat sosoh juga mempengaruhi kadar lemak dimana derajat sosoh yang tinggi menyebabkan kadar lemak menjadi rendah. Kadar lemak yang rendah dapat memperlambat terjadinya bau tidak sedap pada beras.

Sedangkan, atribut yang memiliki tingkat kepentingan terendah adalah atribut kemasan beras. Kemasan beras memiliki tingkat kepentingan terendah dibandingkan dengan atribut-atribut lainnya karena atribut tersebut kurang mempengaruhi konsumen dalam memilih produk beras. Ketika akan membeli beras, konsumen beras di Kota Surakarta lebih mengutamakan pada bagian biji beras terlebih dahulu (bagian yang akan dikonsumsi).

Selain itu, konsumen beras di Kota Surakarta juga kurang mementingkan kemasan yang

digunakan karena kemasan karung plastik dan kemasan hermetik sama-sama baik, namun apabila beras dikemas menggunakan kemasan hermetik justru lebih baik karena konsumen tidak perlu memindahkan beras ke wadah atau tempat yang tertutup untuk penyimpanannya. Hal ini dikarenakan kemasan hermetik merupakan kemasan yang tertutup dan tidak dapat dilalui baik uap air, udara, maupun gas sehingga tidak dapat dilalui juga oleh kapang, bakteri, dan debu (Lestari & Saidah, 2023).

Pada konsumen dengan pendapatan rendah, urutan tingkat kepentingan atribut yang kedua yaitu pada atribut bentuk. Hal ini dikarenakan konsumen lebih mengutamakan apa yang dilihat secara langsung yang dapat menarik perhatian. Sedangkan pada konsumen dengan pendapatan tinggi, urutan tingkat kepentingan yang kedua yaitu pada atribut kepulenan. Hal ini dikarenakan konsumen lebih mengutamakan tekstur nasi yang dihasilkan (Hasan et al., 2022).

Hubungan Antara Preferensi Estimasi dan Preferensi Aktual pada Analisis *Conjoint*

Pada pengujian hipotesis, ada dua hasil uji korelasi yang diperoleh dari analisis *Conjoint* yaitu hasil uji korelasi *Pearson's R* dan hasil uji korelasi *Kendall's tau*. Berikut tabel hasil uji korelasi *Pearson's R* dan *Kendall's tau*:

Tabel 7. Hasil Uji Korelasi

	Value	Sig.
<i>Pearson's R</i>	.937	.000
<i>Kendall's tau</i>	.800	.000

Uji korelasi *Pearson's R* digunakan untuk pengujian data berbentuk rating sedangkan uji korelasi *Kendall's tau* untuk pengujian data

berbentuk ranking (Yulia Sari et al., 2020). Pada penelitian ini, menggunakan data yang berbentuk rating sehingga pengujian hipotesis yang digunakan adalah *Pearson's R*. Uji korelasi *Pearson* untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara dua variabel melalui nilai *significance* dan menguji besar kecilnya korelasi melalui nilai (Mamoriska et al., 2022).

Adanya korelasi ditunjukkan dengan nilai *significance* lebih kecil dari 0,05 (sig. < 0,05) dan tidak adanya korelasi ditunjukkan dengan nilai *significance* lebih besar dari 0,05 (sig. > 0,05). Sedangkan, kuatnya korelasi ditunjukkan dengan nilai *R* yang dihasilkan. Semakin kuat korelasi menunjukkan bahwa preferensi dari hasil analisis *Conjoint* semakin mendekati dengan preferensi aktual atau preferensi yang sebenarnya atau semakin *predictive accuracy* pada proses *Conjoint* dalam penelitian ini.

Berdasarkan tabel uji korelasi *Pearson* menunjukkan hasil nilai *significance* sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang mengatakan ada hubungan antara preferensi estimasi dan preferensi aktual pada analisis *Conjoint* dapat diterima (H_0 diterima). Selain itu, hasil nilai *R*-nya sebesar 0,937 dimana nilai tersebut berada antara 0,90 dan 1,00 sehingga menunjukkan korelasi yang sangat kuat. Dengan demikian, kombinasi level atribut dan tingkat kepentingan atribut yang dihasilkan dalam proses *Conjoint* dapat menggambarkan preferensi konsumen beras di Kota Surakarta yang sebenarnya.

4. SIMPULAN

4.1. Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi level

atribut beras yang disukai oleh konsumen beras di Kota Surakarta adalah mutu medium 1 (untuk konsumen pendapatan rendah) atau premium (untuk konsumen pendapatan tinggi), kepulenan pulen, bentuk ramping, aroma tidak aromatik, dan kemasan hermetik. Sedangkan, urutan tingkat kepentingan dari atribut beras mulai dari atribut yang paling penting hingga atribut yang kurang penting yaitu mutu, bentuk, kepulenan, aroma, kemasan berdasarkan konsumen dengan pendapatan rendah dan mutu, kepulenan, bentuk, aroma, kemasan berdasarkan konsumen dengan pendapatan tinggi. Pada hasil nilai korelasi Pearson's R, menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara preferensi estimasi dan preferensi aktual pada analisis Conjoint sehingga kombinasi level atribut beras dan tingkat kepentingan atribut beras yang diperoleh dari proses Conjoint dapat menggambarkan preferensi konsumen beras di Kota Surakarta yang sebenarnya.

4.2 SARAN

Saran yang diberikan bagi perusahaan penggilingan padi supaya meningkatkan pemasaran dan kepuasan konsumen melalui peningkatan kualitas dari produk beras dengan mengutamakan preferensi konsumen terhadap atribut beras di Kota Surakarta yaitu dengan cara menggunakan beras dengan varietas C4 atau varietas IR64, meningkatkan teknologinya dalam mengolah beras, dan memilih kemasan hermetik dengan menggunakan karung plastik yang didalamnya ditambahkan plastik dengan jenis PP atau PE atau menggunakan plastik dengan jenis BOPP. Bagi akademisi, dapat mengkaji variabel-variabel atribut lainnya terkait preferensi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Changi, G. R., & Padmalia, M. (2021). Pengaruh brand awareness, kualitas produk, dan harga terhadap repurchase intention produk golden flower. *Performa*, 5(3), 242–251. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1775>
- Fauzi, A., Sangaji, M., Hutabarat, C. A., Sangadji, B., Salsabillah, A., Aksah, W. Y., & Aurora, K. I. (2023). Analisis Faktor Produksi Dan Pendapatan Terhadap Elastisitas Permintaan Tiga Kualitas Beras Di Provinsi Jawa Barat (2020-2022). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 144–152. <https://doi.org/10.56127/jaman.v3i1.647>
- Hasan, I., Rosida, I., & Nurliani, N. (2022). Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras Berdasarkan Kualitas Beras Medium Dan Premium Pada Pasar Tradisional Di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, 22(2), 231–236. <https://doi.org/10.35965/eco.v22i2.1519>
- Hasnelly, H., Fitriani, E., Ayu, S. P., & Herveilly, H. (2020). Pengaruh Drajat Penyosohan terhadap Mutu Fisik dan Nilai Gizi Beberapa Jenis Beras. *AgriTECH*, 40(3), 182. <https://doi.org/10.22146/agritech.47487>
- Hermawan, I., & Budiyaniti, E. (2020). Integrasi harga beras

- era perdagangan terbuka dan dampaknya terhadap swasembada dan kesejahteraan pelaku ekonomi beras. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 14(1), 21–46. <https://doi.org/10.30908/bilp.v14i1.429>
- Hidayat, S. I., & Savitri, S. E. (2020). Preferensi Konsumen Beras Di Pasar Krian Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Social Economic of Agriculture*, 9(2), 101. <https://doi.org/10.26418/j.sea.v9i2.43005>
- Hidayati, F., & Gusteti, Y. (2016). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Sapi Di Pasar Ternak Gunung Medan, Kabupaten Dharmasraya, Sumatera Barat. *Agrimeta*, 6(12).
- Januarita Seuk, Agustinus Nubatonis, Boanerges Putra Sipayung, & Mardit Nikodemus Nalle. (2022). Preferensi Konsumsi Pinang Kering di Kecamatan Biboki Selatan Kabupaten Timor Tengah Utara. *Prosiding Seminar Nasional Dan Pendidikan Vokasi Pertanian*, 3(1), 44–56. <https://doi.org/10.47687/snppvp.v3i1.296>
- Lestari, A. P., & Saidah, Z. (2023). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Atribut Beras di Kecamatan Cibeunying Kidul, Kota Bandung. *Agrikultura*, 34(1), 28. <https://doi.org/10.24198/agrikultura.v34i1.40305>
- Mahendra, M., & Mamilianti, W. (2020). Persepsi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras premium. *Journal of Agricultural Socio-Economics (JASE)*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.33474/jase.v1i1.7150>
- Mamoriska, S., Gelar Hidayat, M., G. Magda, C., Yuliarti, A., Cahyaningsih, E., Manalu, E., Sambudi, S., & Yulia Kusuma Putri, R. (2022). Characterization of Fortified Rice (Fortivit) and Biofortified Rice (Nutri Zinc). *JURNAL PANGAN*, 31(2), 95–112. <https://doi.org/10.33964/jp.v31i2.583>
- Pratiwi, L. F. L., & Rosyid, A. H. Al. (2022). Analisis Preferensi Konsumen dan Strategi Pengembangan Atribut Produk Beras di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(3), 1073. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.03.27>
- Putri, S. A., & Saidah, Z. (2023). Kajian Keterkaitan Antara Karakteristik Dan Permintaan Usaha Mikro Dan Kecil Yang Berbahan Baku Beras Di Kecamatan Buahbatu Kota Bandung. *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(2), 2234. <https://doi.org/10.25157/ma.v9i2.10308>
- Roosganda Elizabeth. (2022). Pengaruh consumer lifestyle dan ragam olahan terhadap permintaan beras organik. *Journal of Social and Economics Research*, 4(1), 001–014.

- <https://doi.org/10.54783/jser.v4i1.35>
- Sahudin, E. Y., Lastinawati, E., & Septianita, S. (2023). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Beras Premium Di Pasar Modern Kota Baturaja. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(2), 2294.
<https://doi.org/10.25157/ma.v9i2.10334>
- Sulistyo, A., & Ardiansyah, F. (2021). Pengaruh Karakteristik Beras Terhadap Harga Beras Di Kota Tarakan. *Jurnal Borneo Saintek*, 4(1), 31–36.
https://doi.org/10.35334/borneo_saintek.v4i1.1905
- Wahyu Adhi Saputro, Santoso, A. P. A., & Amalia, D. A. R. (2021). Ketahanan Pangan Rumah Tangga Kota Surakarta Di Masa Pandemi Covid-19. *Agri Wiralodra*, 13(2), 38–44.
<https://doi.org/10.31943/agriwiralodra.v13i2.37>
- Widodo, W., Rina Kamardiani, D., & Rahayu, L. (2016). Minat Konsumen Terhadap Beras Organik di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 134–142.
<https://doi.org/10.18196/agr.2234>
- Yulia Sari, Elly Rasmikayati, Bobby Rachmat Saefudin, Tuti Karyani, & Sulistyodewi Nur Wiyono. (2020). Willingness To Pay Konsumen Beras Organik Dan Faktor-Faktor Yang Berkaitan Dengan Ketersediaan Konsumen Untuk Membayar Lebih. *Forum Agribisnis*, 10(1), 46–57.
<https://doi.org/10.29244/fagb.10.1.46-57>