



# Konsumen Beras

## Preferensi dan Kesediaan Membayar



# **Konsumen Beras**

## **Preferensi dan Kesediaan Membayar**



# Konsumen Beras Preferensi dan Kesiediaan Membayar

ISBN: 978-602-50783-0-9

**Editor:**

M. Husein Sawit  
I Wayan Rusastra

**Copy Editor:**

Hermanto  
Subandriyo

**Penerbit:**

AGRO INDO MANDIRI  
Jalan Raya Pajajaran, Kav E-59, Bogor 16151  
Telp. 0816790193, 085710365007  
E-mail: pt.agroindomandiri@yahoo.co.id

Cetakan pertama, November 2017

Hak cipta dilindungi Undang-undang  
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara  
apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

Pengantar Editor .....	iii
Pengantar Penerbit .....	v
Memahami Perilaku Konsumen Beras: Peluang Pengembangan Industri Perberasan .....	1
<i>Bayu Krisnamurthi dan M. Husein Sawit</i>	
<b>Bagian I: Preferensi Konsumen .....</b>	<b>11</b>
Faktor Penentu Keputusan Pembelian dan Tingkat Kepuasan Konsumen Beras di Kota Bengkulu .....	13
<i>Putri Suci Asriani, M. Mustopa Romdhon, Arief Rahman, Bimo Wahyudi</i>	
Karakteristik Pembelian dan Preferensi Konsumen terhadap Jenis dan Merek Beras di Kota Bengkulu .....	23
<i>Redy Badrudin, Basuki Sigit Priyono, Apri Andani, Ellys Yulianti</i>	
Perilaku, Preferensi, dan Kepuasan Konsumen Beras di Provinsi Jambi ...	33
<i>Dompak MT Napitupulu, Zulkifli Alamsyah, dan Adlaida Malik</i>	
Karakteristik, Pengambilan Keputusan dan Preferensi Konsumen Beras di Kota Medan .....	47
<i>Tavi Supriana, Salmiah, dan Tasya C. Pane</i>	
Perilaku Konsumen Beras di Kota Padang .....	63
<i>Rudi Febriamansyah, Hasnah, Zednita Azriani, dan Rafnel Azhari</i>	
Perilaku Konsumen dalam Membeli Beras di Bogor .....	83
<i>Faroby Falatehan, Yusman Syaukat, Fitria Dewi Raswatie, Maryono, Nintya Putri Wardani</i>	
Perilaku Konsumen Beras Berdasarkan Karakter Sosial Ekonomi di Kota Semarang .....	95
<i>B. Trisetyo Eddy, Titik Ekowati, Mukson, Migie Handayani, dan Edy Prasetyo</i>	
Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Beras di Kota Surakarta	109
<i>Endang Siti Rahayu, Heru Irianto, Joko Sutrisno, dan Sri Marwanti</i>	
Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Beras di Yogyakarta .....	121
<i>Siwitri Munambar, Lestari Rahayu Waluyati, dan Masyhuri</i>	
Analisis Kepuasan dan Preferensi Konsumen Beras pada Berbagai Tingkat Pendapatan di Kabupaten Jember .....	135
<i>Ahmad Zainuddin, Julian Adam Ridjal, dan Rudi Wibowo</i>	
Karakteristik dan Pengambilan Keputusan Konsumen Beras di Kabupaten Jember .....	147
<i>Illia Seldon Magfiroh, Intan Kartika Setyawati, dan Rudi Wibowo</i>	

# Digital Repository Universitas Jember

Perilaku Konsumen Beras di Kota Denpasar, Bali .....	161
<i>I Gusti Agung Ayu Ambarawati, Nyoman Utari Vipriyanti, Nyoman Yudiarini, Putu Udayani Wijayanti, Ni Luh Prima Kemala Dewi, A.A.A. Wulandira Sawitri Djelantik</i>	
Preferensi dan Tingkat Kepuasan Konsumen Beras di Sulawesi Selatan .	181
<i>Letty Fudjaja, A. Nixia Tenriawaru, Rahim Darma, Muhammad Arsyad, dan Mahyuddin</i>	
<b>Bagian II: Ketersediaan Membayar .....</b>	<b>195</b>
Analisis Preferensi, Kepuasan, dan Ketersediaan Konsumen Membayar Beras di Kota Bandung .....	197
<i>Ronnie S. Natawidjaja, Lies Sulistiowaty, Kuswarini Kusno, Desi Aryani, dan Bobby Rachmat</i>	
Pemilihan dan Ketersediaan Konsumen Membayar Beras di Wilayah Bogor	215
<i>Yusman Syaukat, A. Faroby Falatehan, Fitria Dewi Raswatie, Maryono, dan Nintya Putri Wardani</i>	
Ketersediaan Konsumen Membayar Beras di Kabupaten Jember dan Faktor yang Memengaruhi .....	225
<i>Rudi Wibowo, Luh Putu Suciati, dan Rena Yunita</i>	
Ketersediaan Konsumen Membayar Beras Kemasan di Wilayah Malang, Jawa Timur .....	239
<i>Sujarwo, Andrean Hardana, dan Imaniar Ilmi Pariasa</i>	
Ketersediaan Konsumen Membayar Beras di Kota Bengkulu .....	247
<i>Satria Putra Utama, Ellys Yuliarti, dan Melli Suryanty</i>	
Ketersediaan Konsumen Membayar Beras di Kota Sungai Penuh, Jambi .....	257
<i>Adlaida Malik, Dewi Sri Nurchaini, dan Resti Novitasari</i>	
Lampiran .....	267

**Ahmad Zainuddin, Julian Adam Ridjal, dan Rudi Wibowo**Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember  
Jl. Kalimantan No. 37, Kampus Tegal Boto, Jember, Jawa Timur 68121  
Telp/Fax 0331-334054  
Email: nidduniaz.ahmad@gmail.com

## PENDAHULUAN

Beras merupakan pangan utama bagi lebih dari 90% penduduk Indonesia yang dewasa ini berjumlah sekitar 240 juta jiwa. Oleh karena itu, upaya pemenuhan kebutuhan pangan tetap berperan penting dalam pembangunan pertanian. Data BPS (2015) menunjukkan usahatani padi di Indonesia melibatkan 25,4 juta rumah tangga petani. Hingga saat ini padi tetap menjadi pilihan budi daya bagi sebagian besar petani di pedesaan. Luas panen tanaman padi terus meningkat dan pada tahun 2015 tercatat 14,18 juta ha. Sekitar 65% rumah tangga miskin (dan rentan) membelanjakan 30% dari total pengeluaran untuk pengadaan beras (Bustaman 2003).

Peningkatan jumlah penduduk berimplikasi terhadap peningkatan konsumsi beras. Tingginya konsumsi beras di Indonesia juga disebabkan oleh budaya masyarakat yang merasa “belum makan jika belum mengonsumsi nasi” meskipun kebutuhan karbohidrat sudah dipenuhi dari makanan lain. Beras dikonsumsi secara individu dan rumah tangga maupun usaha jasa. Konsumen beras terdiri atas beragam kelas sosial, baik dari segi pekerjaan, pendapatan, kekayaan, maupun aspek sosial lainnya. Perbedaan pendapatan menyebabkan perbedaan pola konsumsi dan merupakan salah satu indikator perbedaan kelas sosial (Lipsey *et al.* 1995).

Konsumsi beras di Indonesia terus meningkat, dari 105 kg/kapita pada tahun 1971 menjadi 128 kg/kapita pada tahun 2004, dan mencapai 139 kg/kapita pada tahun 2015 (BPS 2015). Cakupan wilayah yang mengonsumsi beras juga makin meluas. Berdasarkan hasil penelitian Suastika dan Suhaeti (2001), jika pada tahun 1979 hanya tiga provinsi yang eksklusif mengonsumsi beras, pada tahun 1996 meningkat menjadi 11 provinsi, dan saat ini seluruh masyarakat di hampir semua provinsi di Indonesia menjadikan beras sebagai makanan pokok. Rahardi (2007) berpendapat bahwa masyarakat Indonesia, terutama penduduk miskin, dikenal sebagai pemakan nasi dalam jumlah yang banyak.

Konsumsi beras yang tinggi juga terjadi di Kabupaten Jember Jawa Timur. Jember merupakan salah satu daerah konsumen pangan beras terbesar di Jawa Timur karena memiliki jumlah penduduk yang lebih banyak. Hal ini menyebabkan permintaan beras di daerah ini lebih tinggi. Di sisi lain, Kabupaten Jember juga merupakan salah satu sentra produksi padi di Jawa Timur sehingga kebutuhan beras dapat dipenuhi dari produksi sendiri.

Nurmalina dan Astuti (2011) membedakan konsumen beras berdasarkan tingkat pendapatan, jenis pekerjaan, dan variabel sosial lainnya. Perbedaan pendapatan menjadi salah satu indikator perbedaan kelas sosial. Konsumen dengan pendapatan yang lebih tinggi memiliki preferensi terhadap beras dengan kualitas bagus. Sebaliknya, masyarakat dengan pendapatan rendah mengonsumsi beras berkualitas rendah sampai sedang.

Banyaknya pilihan produk beras, baik jenis, kemasan, harga, rasa, tingkat kepulenan, dan lainnya serta perbedaan budaya, kelas sosial, daya beli, motivasi, dan gaya hidup memberikan tingkat kepuasan yang berbeda bagi konsumen. Hal ini menuntut produsen menyediakan beras yang sesuai dengan keinginan konsumen. Penelitian bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan dan preferensi konsumen terhadap beras yang diperdagangkan berdasarkan tingkat pendapatan.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Kabupaten Jember yang merupakan salah satu daerah dengan jumlah penduduk terbesar di Jawa Timur. Dipilih secara sengaja (*purposive*), lokasi penelitian ditetapkan di beberapa kecamatan di Kabupaten Jember yang memiliki karakteristik lokasi dan dominasi etnis. Kecamatan yang dipilih adalah Kecamatan Ambulu dengan karakter wilayah perdesaan di bagian selatan Jember dengan dominasi etnis Jawa. Kecamatan Kalisat dengan karakter wilayah perdesaan di bagian utara Jember dengan dominasi etnis Madura. Kecamatan Sumbersari dipilih mewakili daerah perkotaan dengan beragam etnis. Lokasi penelitian adalah pasar tradisional, kios, pasar modern, dan retail modern. Penelitian dilaksanakan pada minggu ketiga Februari sampai minggu pertama April 2016.

Data yang dikumpulkan berasal dari sumber primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan konsumen beras di Kabupaten Jember. Data sekunder diperoleh dari BPS Indonesia, BPS KABUPATEN JEMBER (2015), beberapa literatur, jurnal ilmiah, internet, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian.

Responden berjumlah 120 orang dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *Cluster Sampling*. Dalam hal ini wilayah sampel terdiri atas tiga kecamatan

yang mewakili kluster perdesaan-perkotaan, etnis penduduk, dan atribut konsumen beras (pendapatan, pendidikan, pekerjaan, dan lainnya). Penentuan responden dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) dengan mengakomodasi berbagai atribut yang diperlukan untuk pengambilan keputusan konsumen. Jumlah responden di Kecamatan Sumbersari adalah 40 orang, Kecamatan Ambulu 40 orang, dan di Kecamatan Kalisat 40 orang.

Pengumpulan data menggunakan kuesioner terstruktur (*structured questioner*). Data penting lainnya yang diperlukan untuk pengambilan keputusan konsumen diperoleh sesuai kebutuhan, misalnya data produksi dan pemasaran beras. Data dianalisis dengan metode *Important and Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

## Importance and Performance Analysis

*Important and Performance Analysis* (IPA) adalah teknik pengukuran tingkat kepentingan dan kinerja pengembangan program pemasaran. Analisis ini bertujuan untuk menjawab masalah preferensi konsumen terhadap atribut beras dilihat dari tingkat kepentingan responden. Langkah pertama adalah menentukan skor dari setiap indikator variabel X dan Y dengan mengalikan seluruh frekuensi data dengan bobotnya. Bobot untuk tingkat kepentingan dan kinerja menggunakan skala Likert. Dalam hal ini nilai sangat baik/sangat penting berbobot 6, baik/penting berbobot 5, agak baik/agak penting berbobot 4, agak tidak baik/agak tidak penting berbobot 3, tidak baik/tidak penting berbobot 2, dan sangat tidak baik/sangat tidak penting berbobot 1. Selanjutnya jumlah skor dibagi dengan jumlah responden, hasilnya berupa skor rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja (Sumarwan 2004).

Selanjutnya, skor rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja disajikan dalam bentuk diagram Kartesius, yaitu suatu bangun yang dibagi menjadi empat bagian dan dibatasi oleh dua garis berpotongan tegak lurus pada suatu titik. Bagian dari bangun tersebut mencirikan prioritas atribut, masing-masing diberi nama prioritas utama, pertahankan prestasi, prioritas rendah, dan berlebihan yang diperlihatkan dalam kuadran I sampai IV.

Atribut pada kuadran I memiliki tingkat kepentingan yang cukup tinggi, namun memiliki kinerja di bawah rata-rata atau kurang memuaskan. Dengan demikian, kinerja atribut pada kuadran I harus ditingkatkan agar dapat memuaskan konsumen.

Atribut pada kuadran II menjadi kekuatan produk karena memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang tinggi. Semua atribut harus dipertahankan karena merupakan keunggulan dari produk tersebut.

Atribut pada kuadran III memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang relatif rendah. Peningkatan kinerja atribut pada kuadran ini sebaiknya dilakukan setelah sesuai dengan harapan konsumen karena dinilai tidak penting.

Atribut pada kuadran IV memiliki kinerja relatif baik namun dengan tingkat kepentingan rendah. Kinerja atribut pada kuadran ini dinilai berlebihan oleh konsumen sehingga investasi sebaiknya dialihkan pada peningkatan kinerja atribut pada Kuadran I.

### Customer Satisfaction Index

Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas produk yang diukur. Metode pengukuran CSI meliputi tahapan yang dibuat Stratford (2007).

### KARAKTERISTIK UMUM RESPONDEN

Responden terbagi ke dalam tiga kelas berdasarkan tingkat pendapatan, yaitu rendah dengan pendapatan kurang dari Rp 1,5 juta/bulan, menengah Rp 1,5-3 juta/bulan, dan tinggi lebih dari Rp 3 juta/bulan. Responden dengan pendapatan rendah berjumlah 47 orang (39%), responden berpendapatan menengah 52 orang (43%), dan responden dengan pendapatan tinggi 21 orang (18%).

Usia responden berkisar antara 18-69 tahun. Responden berpendapatan rendah didominasi oleh kelompok usia 40-49 tahun, responden berpendapatan menengah didominasi kelompok usia 30-39 tahun, dan responden berpendapatan tinggi didominasi usia 50-59 tahun. Hampir seluruh responden berjenis kelamin perempuan (93%) dan semuanya sudah menikah (100%). Hingga saat ini perempuan atau ibu rumah tangga merupakan pengambil keputusan dalam konsumsi pangan di rumah tangga. Jumlah anggota rumah tangga berkisar antara 4-8 orang. Responden dengan pendapatan tinggi cenderung memiliki lebih banyak anggota rumah tangga, termasuk pembantu. Jumlah anggota rumah tangga berpengaruh pada volume beras yang dibeli setiap bulan.

Berdasarkan tingkat pendidikan, responden berpendapatan rendah terdiri atas 11 orang tidak tamat SD, 23 orang lulus SD, delapan orang berpendidikan SMP, dan lima orang lulusan SMA atau sederajat. Responden berpendapatan menengah terdiri atas 19 orang berpendidikan SD, 14 orang tamat SMP, 13 orang lulusan SMA, satu orang berpendidikan diploma, dan lima orang berkualifikasi sarjana. Responden dengan pendapatan tinggi terdiri atas tiga orang lulusan SD, enam orang tamat SMP, tujuh orang lulusan SMA, satu orang berpendidikan diploma, empat orang bergelar sarjana.

### Analisis Kepuasan Konsumen Beras

Preferensi konsumen dapat diukur dengan membandingkan nilai rata-rata tingkat penilaian kepentingan atribut beras. Atribut beras yang memiliki nilai tertinggi memengaruhi perilaku konsumen dalam memilih beras yang akan dikonsumsi. Sebaliknya, atribut yang mempunyai nilai terendah kurang diperhatikan konsumen dalam pemilihan beras. Kepuasan konsumen dapat diukur melalui perhitungan nilai rata-rata kinerja atribut beras. Nilai rata-rata yang tinggi atau mendekati satu menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap atribut beras. Sebaliknya, nilai rata-rata kinerja atribut yang rendah atau mendekati nol menunjukkan tingkat kepuasan yang rendah.

*Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan alat analisis yang dapat menunjukkan tingkat kepuasan responden terhadap atribut beras yang telah ditentukan dalam penelitian ini. Dari Tabel 1 diketahui nilai CSI untuk ketiga golongan pendapatan responden berkisar antara 65,6-68,3%. Nilai CSI responden dari golongan pendapatan tinggi adalah 67,9%, dari golongan pendapatan sedang 68,3%, dan dari golongan pendapatan rendah 65,6%.

Data penelitian menunjukkan kepuasan konsumen beras telah terpenuhi oleh atribut-atribut beras dengan nilai 66,9%. Secara keseluruhan konsumen beras di Kabupaten Jember sudah puas dengan atribut beras yang ada, namun kinerja atribut masih perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen beras di Kabupaten Jember sudah merasa puas terhadap jenis beras yang beredar karena harganya relatif terjangkau oleh konsumen dari golongan pendapatan rendah sekali pun. Kualitas beras yang beredar di pasaran dinilai baik oleh responden, baik dari segi bentuk maupun fisik.

Analisis tingkat kepuasan konsumen juga dibedakan berdasarkan tingkat pendapatan responden. Nilai CSI responden berpendapatan sedang dan tinggi berada pada rentang 66,7-83,3% atau termasuk kategori puas. Artinya, responden dengan pendapatan sedang dan tinggi sudah merasa puas dengan kondisi fisik,

Tabel 1. *Customer Satisfaction Index* (CSI) terhadap atribut beras berdasarkan tingkat pendapatan responden di Kabupaten Jember, Jawa Timur, 2016.

Tingkat pendapatan responden*)	Nilai CSI	Kriteria
Rendah	65,6%	Cukup puas
Sedang	68,3%	Puas
Tinggi	67,9%	Puas
Konsumen keseluruhan	66,9%	Puas

Keterangan:

- \*) Rendah < Rp 1,5 juta per bulan
- Sedang Rp1,5-3 juta per bulan
- Tinggi >Rp3 juta per bulan



mutu, dan harga beras yang beredar di pasaran. Walaupun responden berpendapatan sedang dan tinggi telah merasa puas, namun kinerja atribut atribut beras tersebut perlu ditingkatkan agar mereka merasa benar-benar puas.

Responden golongan pendapatan rendah memiliki nilai CSI 65,6% pada kisaran 50,0-66,7% atau termasuk kategori 'cukup puas'. Konsumen beras dengan tingkat pendapatan rendah menilai harga beras relatif tinggi, berkisar antara Rp 6.000-12.000/kg. Sementara penghasilan mereka hanya berkisar antara Rp 300 ribu sampai Rp 1,5 juta/bulan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepuasan konsumen berpendapatan rendah perlu ditingkatkan kinerja atribut beras terutama harga yang lebih terjangkau dengan mutu beras yang lebih baik.

### Analisis Preferensi Konsumen

*Important and Performance Analysis (IPA)* diperlukan untuk melihat tingkat kepentingan dan kinerja 38 atribut beras. Atribut-atribut beras pada setiap kuadran dipilah berdasarkan tingkat pendapatan konsumen (Tabel 2). Hal ini bertujuan untuk melihat perbandingan tingkat kepentingan dan kinerja atribut beras oleh konsumen menurut golongan pendapatan.

Secara umum, konsumen beras antara golongan pendapatan rendah, sedang dan tinggi memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang berbeda terhadap atribut beras seperti diperlihatkan pada Gambar 2, 3, dan 4.

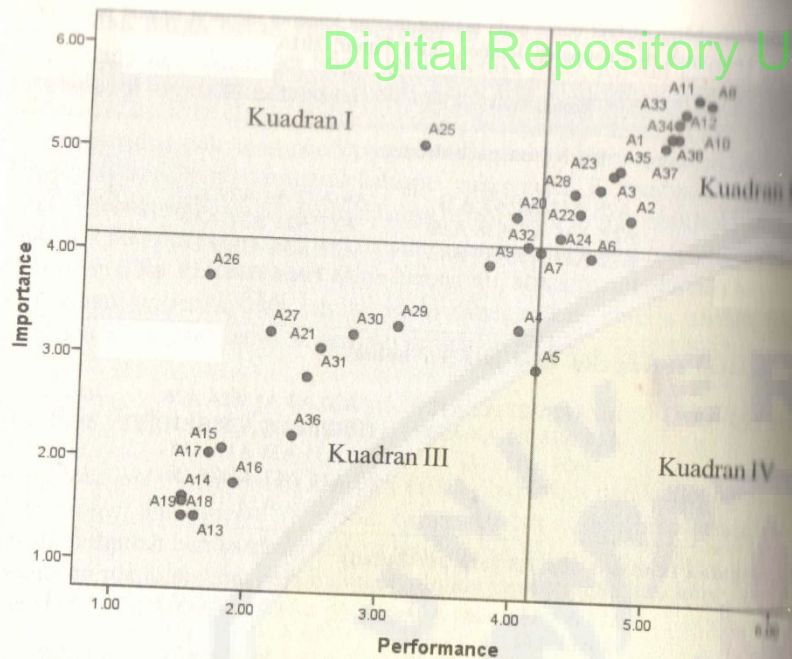
Dari hasil analisis kepentingan dan kinerja IPA atribut beras diketahui ketidakpuasan konsumen berpendapatan tinggi sebagian besar dipengaruhi oleh kinerja dua atribut beras yang dinilai penting namun dengan kinerja yang belum memuaskan, yaitu atribut pasar tradisional dan jenis beras (kuadran I). Pasar tradisional dinilai penting oleh konsumen golongan pendapatan tinggi karena sebagian besar di antara mereka juga membeli beras di pasar tradisional. Namun pasar tradisional di Kabupaten Jember kurang nyaman, sehingga konsumen berpendapatan tinggi belum puas dengan kinerja atribut pasar tradisional. Selain itu, atribut jenis beras juga memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Beras yang beredar di pasaran didominasi oleh beras bermerek tanpa mencantumkan jenis atau varietas beras. Konsumen golongan pendapatan tinggi menganggap atribut jenis beras sangat penting karena berkaitan dengan kualitas beras. Faktanya, beras kemasan bermerek tidak mencantumkan jenis beras.

Konsumen berpendapatan tinggi menilai fisik beras tidak terlalu penting sehingga masuk pada kuadran IV. Atribut yang terletak pada kuadran IV memang memiliki tingkat kinerja yang baik namun dengan tingkat kepentingan yang rendah. Hal ini menunjukkan bentuk beras kemasan yang beredar di pasaran belum mencerminkan kualitas beras. Konsumen berpendapatan tinggi lebih tertarik pada kualitas beras yang erat hubungannya dengan rasa.

Penyebaran atribut beras pada masing-masing kuadran menurut tingkat pendapatan konsumen di Kabupaten Jember, Jawa Timur, 2016.

Kuadran I	Kuadran II	Kuadran III	Kuadran IV
<b>Pendapatan tinggi (&gt;Rp 3 juta per bulan)</b>			
A11 A20	A28 A24 A2 A3 A23 A22 A35 A1 A38 A10 A12 A11 A8 A37 A33 A34	A9 A32 A4 A29 A26 A27 A21 A31 A30 A29 A36 A15 A16 A17 A14 A18 A19 A13	A6 A5 A7
<b>Pendapatan sedang (Rp 1,5-3 juta per bulan)</b>			
A11 A23 A9	A6 A32 A22 A2 A12 A10 A38 A1 A8 A33 A34 A11 A37	A20 A7 A5 A24 A26 A27 A30 A29 A21 A31 A35 A17 A15 A16 A13 A14 A19 A18	A4 A3
<b>Pendapatan rendah (&lt;Rp 1,5 juta per bulan)</b>			
	A24 A7 A4 A3 A6 A10 A2 A23 A32 A1 A8 A22 A11 A35 A33 A34 A37 A38	A9 A20 A5 A28 A25 A16 A21 A30 A27 A26 A29 A36 A31 A15 A18 A17 A26 A13	A12
<b>Keterangan:</b>			
A1 Bentuk beras	A2 Derajat putih	A3 Beras kepala	A4 Beras pecah
A5 Menir	A6 Panjang	A7 Bulat lonjong	A8 Kepulenan
A9 Aroma nasi	A10 Daya tahan	A11Kebersihan	A12 IR64
A13 Cibogo	A14 Mekongga	A15 Situbagendit	A16 Ciherang
A17 Pandan wangi	A18 Cimelati	A19 Beras impor	A20 Pasar tradisional
A21 Pasar modern	A22 Warung	A23 Jarak	A24 Transportasi

Konsumen berpendapatan sedang belum puas dengan atribut-atribut beras yang selama ini dikonsumsi. Berdasarkan perhitungan IPA diketahui ketidakpuasan konsumen dipengaruhi oleh kinerja tiga atribut beras yang belum memuaskan, yaitu aroma nasi, jarak lokasi pembelian, dan jenis beras (kuadran I). Aroma nasi ternyata menjadi perhatian konsumen berpendapatan sedang. Menurut mereka, aroma nasi mencerminkan kualitas beras yang dikonsumsi, semakin kuat aroma nasi semakin baik kualitas beras. Jarak lokasi pembelian beras juga menjadi hal yang diperhatikan konsumen berpendapatan sedang, mereka lebih tertarik membeli beras di pasar tradisional dan warung/kios. Letak pasar tradisional dari tempat tinggal konsumen berpendapatan sedang relatif jauh. Hal yang juga menjadi perhatian konsumen berpendapatan sedang adalah jenis beras. Menurut mereka, belum ada penjelasan jenis beras yang beredar di



Keterangan:

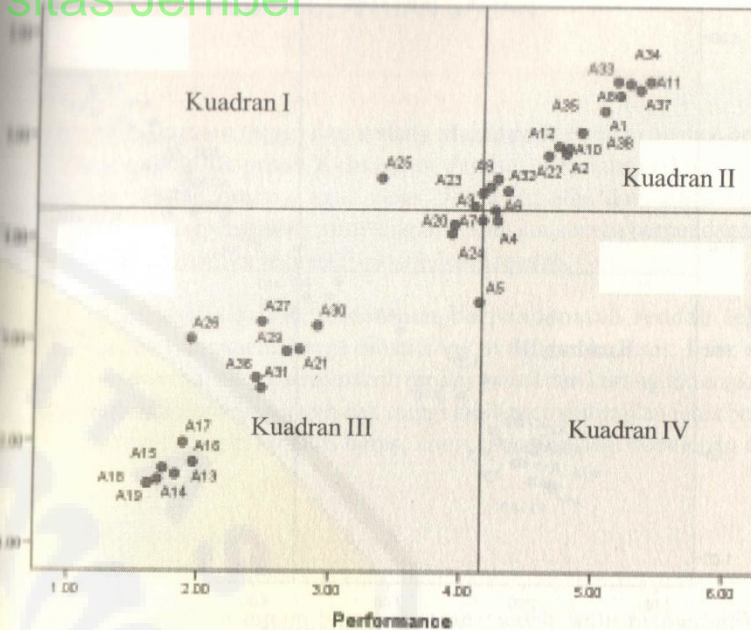
A1 Bentuk beras	A2 Derajat putih	A3 Beras kepala	A4 Beras pecah
A5 Menir	A6 Panjang	A7 Bulat lonjong	A8 Kepulenan
A9 Aroma nasi	A10 Daya tahan	A11Kebersihan, kemurnian	A12 IR64
A13 Cibogo	A14 Mekongga	A15 Situbagendit	A16 Cihayang
A17 Pandan wangi	A18 Cimelati	A19 Beras impor	A20 Pasar tradisional
A21 Pasar modern	A22 Warung	A23 Jarak	A24 Transportasi
A25 Penjelasan jenis beras	A26 Sertifikat organik	A27 Iklan/promosi	A28 Plastik 5 kg
A29 Karung 10 kg	A30 Karung 25 kg	A31 Karung 50 kg	A32 Tanpa kemasan
A33 Harga terjangkau	A34 Mudah didapat	A35 Kebiasaan	36 Prestise
A37 Lebih mengenyangkan	A38 Mudah diolah		

Gambar 2. Tingkat kepentingan dan kinerja atribut beras bagi responden berpendapatan tinggi di Kabupaten Jember, Jawa Timur, 2016.

pasaran dan berharap pada kemasan beras bermerek dicantumkan jenis atau varietas beras.

Atribut fisik beras juga terdapat pada kuadran IV. Atribut tersebut dinilai tidak penting namun memiliki kinerja yang baik. Kondisi tersebut disebabkan karena beras kemasan memiliki bentuk fisik yang baik namun belum mencerminkan kualitas beras yang sesungguhnya. Menurut beberapa konsumen, beras bermerek yang beredar di pasaran diindikasikan oleh campuran dari beberapa jenis/varietas walaupun memiliki fisik yang baik namun rasanya belum memuaskan.

Konsumen berpendapatan rendah telah merasa puas dengan kinerja masing-masing atribut beras, namun mereka lebih mengutamakan harga terjangkau,

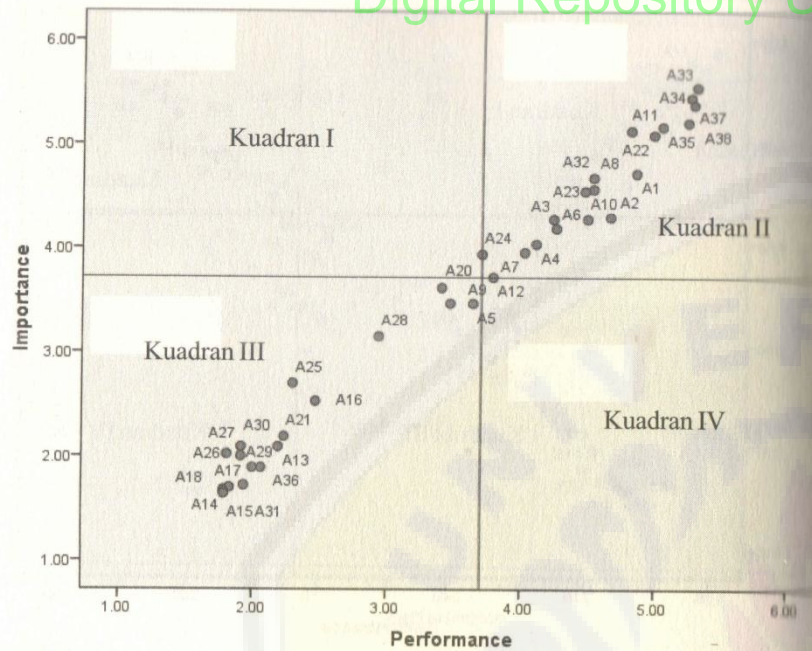


Keterangan:

A1 Bentuk beras	A2 Derajat putih	A3 Beras kepala	A4 Beras pecah
A5 Menir	A6 Panjang	A7 Bulat lonjong	A8 Kepulenan
A9 Aroma nasi	A10 Daya tahan	A11Kebersihan, kemurnian	A12 IR64
A13 Cibogo	A14 Mekongga	A15 Situbagendit	A16 Cihayang
A17 Pandan wangi	A18 Cimelati	A19 Beras impor	A20 Pasar tradisional
A21 Pasar modern	A22 Warung	A23 Jarak	A24 Transportasi
A25 Penjelasan jenis beras	A26 Sertifikat organik	A27 Iklan/promosi	A28 Plastik 5 kg
A29 Karung 10 kg	A30 Karung 25 kg	A31 Karung 50 kg	A32 Tanpa kemasan
A33 Harga terjangkau	A34 Mudah didapat	A35 Kebiasaan	A36 Prestise
A37 Lebih mengenyangkan	A38 Mudah diolah		

Gambar 3. Tingkat kepentingan dan kinerja atribut beras bagi responden berpendapatan sedang di Kabupaten Jember, Jawa Timur, 2016.

sebagian dari mereka bahkan mendapatkan beras bantuan dari pemerintah (raskin) dengan harga yang lebih rendah daripada beras yang beredar di pasaran. Harga beras di pasaran dinilai masih tinggi oleh konsumen berpendapatan rendah. Hal ini tercermin dari hasil analisis WTP yang membuktikan konsumen berpendapatan rendah memiliki kesediaan membayar lebih rendah dibandingkan dengan konsumen berpendapatan sedang dan tinggi. Konsumen golongan pendapatan rendah cenderung tidak memerhatikan kualitas beras. Mereka hanya berharap harga beras terjangkau, sesuai dengan pendapatan. Hal ini terbukti dari atribut jenis/varietas beras masuk pada kuadran IV. Menurut mereka, jenis beras tidak penting namun memiliki kinerja yang baik, karena beras yang dibeli konsumen berpendapatan rendah sebagian besar adalah beras curah. Beras tersebut mereka beli di warung atau di tempat penggilingan beras. Sebagian dari



Keterangan:

A1 Bentuk beras	A2 Derajat putih	A3 Beras kepala	A4 Beras pecah
A5 Menir	A6 Panjang	A7 Bulat lonjong	A8 Kepulenan
A9 Aroma nasi	A10 Daya tahan	A11Kebersihan, kemurnian	A12 IR64
A13 Cibogo	A14 Mekongga	A15 Situbagendit	A16 Ciherang
A17 Pandan wangi	A18 Cimelati	A19 Beras impor	A20 Pasar tradisional
A21 Pasar modern	A22 Warung	A23 Jarak	A24 Transportasi
A25 Penjelasan jenis beras	A26 Sertifikat organik	A27 Iklan/promosi	A28 Plastik 5 kg
A29 Karung 10 kg	A30 Karung 25 kg	A31 Karung 50 kg	A32 Tanpa kemasan
A33 Harga terjangkau	A34 Mudah didapat	A35 Kebiasaan	36 Prestise
A37 Lebih mengenyangkan	A38 Mudah diolah		

Gambar 4. Tingkat kepentingan dan kinerja atribut beras bagi responden berpendapatan rendah di Kabupaten Jember, Jawa Timur, 2016.

mereka bahkan sudah mengetahui jenis/varietas beras yang dijual di kios/warung karena berasal dari padi petani. Konsumen berpendapatan rendah lebih mementingkan ketersediaan dan keterjangkauan harga beras dibandingkan dengan kualitas beras.

Berdasarkan uraian tersebut terdapat perbedaan preferensi konsumen berpendapatan tinggi, sedang, dan tinggi. Konsumen berpendapatan sedang dan tinggi lebih mengutamakan kualitas beras, sedangkan konsumen berpendapatan rendah lebih mementingkan ketersediaan dan keterjangkauan harga beras.

### Kesimpulan

Konsumen berpendapatan tinggi dan sedang sudah puas dengan atribut beras yang diperdagangkan di pasar Kabupaten Jember, sementara konsumen berpendapatan rendah merasa agak puas. Jenis/varietas dan mutu beras merupakan atribut yang menjadi pertimbangan utama konsumen berpendapatan tinggi dan menengah, namun memiliki kinerja yang rendah.

Berdasarkan analisis IPA, konsumen berpendapatan rendah lebih mengutamakan keterjangkauan harga dibandingkan dengan kualitas, fisik, dan jenis beras. Bagi mereka, harga beras masih dinilai mahal dan kurang terjangkau. Konsumen berpendapatan menengah dan tinggi lebih mementingkan jenis beras karena berhubungan dengan kualitas beras, khususnya dari segi kepulenan dan rasa.

### Saran

Distribusi beras untuk konsumen berpendapatan rendah perlu memerhatikan keterjangkauan harga, seperti beras curah (tanpa merek) dengan harga murah. Untuk konsumen berpendapatan sedang dan tinggi perlu didistribusikan beras berkualitas baik dengan kemasan bermerek yang mencantumkan jenis atau varietas beras. Selain jenis dan kualitas beras, konsumen berpendapatan tinggi mengutamakan pelayanan yang lebih baik dan relatif tidak memmermasalahkan harga beras.

### DAFTAR PUSTAKA

[BPS] Badan Pusat Statistik. 2015. Statistik Indonesia 2015. Jakarta (ID): Badan Pusat Statistik.

Hustaman AD. 2003. Analisis Integrasi Pasar Beras di Indonesia. Skripsi. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.

Lipsey RG, Courant PN, Purvis DD, Steiner PO. 1995. Ekonomi Mikro. Terjemahan dari Economics 10<sup>th</sup> ed. Penerjemah: Wasana AJ, Kibrandoko. Jakarta (ID): Binarupa Aksara. 345 hal.

Nurmalina R, Astuti EP. 2011. Analisis Proses Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Terhadap Beras (Studi Kasus di Kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur). Jurnal Sains Terapan. 1 (1):70-88.

Rahardi F. 2007. Kultur Beras yang Memiskinkan. Kompas 24 Februari 07 dalam <http://kompas.com/kompascetak/0702/24/opini/3332889.html> (10 Februari 2016)

- Stratford. 2007. Stratford-on-Avon District Council Customer Satisfaction Survey 2007. [diunduh 9 Maret 2016] <http://www.stratford.gov.uk/community/council/805.cfm.htm>.
- Suastika DKS, Suhaeti RN. 2001. Swasembada Pangan, Mungkinkah? Warta Penelitian dan Pengembangan Pertanian 23(4): 6-8.
- Sumarwan U. 2004. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Jakarta (ID): Ghalia Indonesia.

## Karakteristik dan Pengambilan Keputusan Konsumen Beras di Kabupaten Jember

Illia Seldon Magfiroh, Intan Kartika Setyawati, dan Rudi Wibowo

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember  
Jalan Kalimantan No. 37, Kampus Tegalboto, Jember, Jawa Timur 68121  
Email: illia.faperta@unej.ac.id

### PENDAHULUAN

Sebagai makanan pokok, beras berperan penting bagi perekonomian Indonesia. Data menunjukkan konsumsi beras dewasa ini 140 kg/kapita/tahun. Di sisi lain, lebih dari 34% penduduk bekerja di bidang pertanian. Pemerintah melalui berbagai program peningkatan produksi berkomitmen mewujudkan swasembada beras pada tahun 2017, dengan memperbaiki 3 juta hektar saluran irigasi, rehabilitasi infrastruktur, distribusi benih, pupuk dan mesin pertanian. Hal ini menunjukkan posisi beras sangat strategis dalam sistem ketahanan pangan di Indonesia.

Sutrisno (2007) melaporkan kebutuhan beras berbeda berdasarkan tingkat pendapatan konsumen (tinggi, menengah, dan rendah), namun sebagian besar masyarakat (60%) masih memilih beras dengan harga murah dan kualitas rendah-menengah. Sebagian lainnya (40%), masyarakat memilih beras dengan kualitas yang bagus.

Perilaku konsumen dalam mengonsumsi beras berbeda, dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain karakteristik dan selera konsumen, serta kualitas dan harga beras. Faktor-faktor ini menjadi pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian beras.

Jawa Timur merupakan sentra produksi beras di Indonesia dengan konsumsi beras yang tergolong tinggi. Kabupaten Jember yang juga dikenal sebagai lumbung pangan di Jawa Timur tercatat sebagai sentra produksi beras utama dengan produksi padi sekitar 930 ribu ton per tahun.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengkaji karakteristik konsumen beras berdasarkan tingkat pendapatan, dan (2) menganalisis proses pengambilan keputusan oleh konsumen dalam pembelian beras di Kabupaten Jember.

Penelitian dilakukan di beberapa kecamatan di Kabupaten Jember, Jawa Timur pada minggu ketiga Februari sampai minggu pertama April 2016. Kabupaten Jember merupakan salah satu daerah dengan jumlah penduduk terbesar di Jawa Timur. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*).

Daerah yang dipilih sebagai lokasi penelitian adalah Kecamatan Ambulu, Kalisat, dan Sumpalsari. Kecamatan Ambulu mewakili wilayah perdesaan dengan penduduk yang didominasi etnis Jawa. Kecamatan Kalisat juga mewakili wilayah perdesaan yang didominasi oleh etnis Madura. Kecamatan Sumpalsari merupakan daerah perkotaan yang dihuni oleh beragam etnis. Di masing-masing kecamatan, penelitian dilakukan pada beberapa pasar tradisional, kios, pasar modern, dan retail modern.

Data yang dikumpulkan terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan konsumen beras di tiga kabupaten di Kabupaten Jember. Data sekunder diperoleh dari BPS Kabupaten Jember (BPS KAB JEMBER 2015), buku, laporan, jurnal, internet, dan beberapa sumber yang berkaitan dengan topik penelitian.

Penentuan responden dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) berdasarkan berbagai atribut yang diperlukan konsumen untuk pengambilan keputusan. Responden berjumlah 120 orang yang terdiri atas 40 orang di Kecamatan Kalisat, 40 orang di Kecamatan Ambulu, dan 40 orang di Kecamatan Sumpalsari. Teknik pengambilan contoh menggunakan *cluster sampling*. Kecamatan sampel mewakili *cluster* perdesaan-perkotaan, etnis penduduk, dan karakteristik konsumen beras (pendapatan, pendidikan, pekerjaan, dan lainnya).

Pengumpulan data menggunakan kuesioner terstruktur. Data lain yang dikumpulkan berkaitan dengan informasi yang diperlukan konsumen beras untuk pengambilan keputusan berdasarkan kebutuhan, misalnya data pemasaran dan produksi beras. Data dianalisis secara deskriptif.

Analisis karakteristik konsumen diperlukan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, akurat mengenai fakta, sifat, dan hubungan antarfenomena yang terjadi (Nazir 2005). Analisis deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mengkaji karakteristik konsumen beras berdasarkan tingkat pendapatan. Metode ini memberikan keluaran berupa data karakteristik responden. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner ditabulasi berdasarkan jumlah responden.

Analisis deskriptif merupakan cara penyajian data agar mudah dipahami. Dalam penelitian ini digunakan analisis deskriptif untuk melihat proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian beras, mulai dari tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, dan evaluasi pascapembelian.

Responden dikelompokkan ke dalam berbagai tingkat pendapatan. Responden dengan tingkat pendapatan rendah (<Rp 1,5 juta/bulan) berjumlah 47 orang (39%), tingkat pendapatan menengah (Rp 1,5-3,0 juta/bulan) sebanyak 52 orang (43%), dan tingkat pendapatan tinggi (> Rp 3,0 juta/bulan) berjumlah 21 orang (18%). Karakteristik umum responden sebagai konsumen beras diketahui melalui beberapa identitas, di antaranya usia, suku/etnis, jenis kelamin, status, jumlah anggota keluarga, pendidikan, dan pekerjaan. Usia responden berkisar antara 19-60 tahun. Responden didominasi oleh kelompok usia 30-39 tahun dan 40-49 tahun (Tabel 1).

Suku atau etnis responden, baik yang berpendapatan rendah, menengah maupun tinggi terdiri atas 49% suku Jawa, 50% suku Madura, dan 0,8% suku asing. Berdasarkan jenis kelamin, 93% responden adalah perempuan dan 6,7% laki-laki. Seluruh responden telah menikah. Kondisi ini menunjukkan kaum perempuan di Kabupaten Jember mendominasi pengambilan keputusan dalam pembelian beras. Hal ini tidak terlepas dari tugas dan fungsi mereka sebagai mengatur keuangan dan gizi keluarga. Jumlah anggota keluarga responden berkisar antara 4-8 orang, dengan komposisi yang tidak sama berdasarkan tingkat pendapatan. Responden dengan tingkat pendapatan tinggi cenderung memiliki jumlah anggota keluarga lebih banyak. Kondisi ini tentu memengaruhi pembelian beras, baik jumlah maupun frekuensi (Tabel 2).

Responden memiliki tingkat pendidikan yang beragam, 11 orang tidak tamat SD, 23 orang berpendidikan SD, delapan orang lulusan SMP, dan lima orang tamatan SMA. Di antara responden dengan tingkat pendapatan menengah terdapat 19 orang berpendidikan SD, 14 orang lulusan SMP, 13 orang lulusan SMA, satu orang berpendidikan diploma, dan lima orang sarjana. Responden

Tabel 1. Usia responden berdasarkan tingkat pendapatan di Jember, Jawa Timur, 2016.

Usia responden	Tingkat pendapatan responden			Total
	Rendah <sup>1)</sup>	Menengah <sup>2)</sup>	Tinggi <sup>3)</sup>	
19	1	1	0	2
20-29	4	11	0	15
30-39	10	17	3	30
40-49	18	16	6	40
50-59	11	4	8	23
60	3	3	4	10
Jumlah	47	52	21	120

Keterangan tingkat pendapatan:  
<sup>1)</sup> < Rp 1,5 juta/bulan; <sup>2)</sup> Rp 1,5-Rp 3,0 juta/bulan; dan <sup>3)</sup> > Rp 3,0 juta/bulan

Tabel 2. Jenis kelamin, suku, status pernikahan, dan jumlah anggota keluarga responden Jember, Jawa Timur, 2016.

Karakteristik responden	Responden tingkat berdasarkan pendapatan			Total
	Rendah <sup>1)</sup>	Menengah <sup>2)</sup>	Tinggi <sup>3)</sup>	
<b>Jenis kelamin</b>				
Perempuan	46	47	19	112
Laki-laki	1	5	2	8
<b>Suku/etnis</b>				
Jawa	18	31	10	59
Madura	29	20	11	60
Osing	0	1	0	1
<b>Status pernikahan</b>				
Menikah	47	50	21	118
Belum	0	2	0	2
<b>Jumlah anggota keluarga</b>				
Balita (<5 thn)	6	22	2	30
Anak-anak (5-12 thn)	14	29	12	55
Remaja (13-20 thn)	25	20	3	48
Dewasa (>20 thn)	82	159	55	296

Keterangan tingkat pendapatan:  
<sup>1)</sup> <Rp 1,5 juta/bulan; <sup>2)</sup> Rp1,5-Rp 3,0 juta/bulan; dan <sup>3)</sup> > Rp 3,0 juta/bulan

dengan pendapatan tinggi terdiri atas tiga orang lulusan SD, enam orang tamatan SMP, tujuh orang lulusan SMA, satu orang berpendidikan diploma, dan empat orang sarjana. Responden dengan pendapatan tinggi cenderung memiliki tingkat pendidikan tinggi. Data ini dapat memberikan gambaran preferensi dan kesediaan konsumen membeli beras.

Responden berprofesi sebagai buruh, karyawan swasta, PNS/guru, bidan, petani, wiraswasta, asisten rumah tangga, dan ibu rumah tangga. Dari hasil observasi diketahui 39% responden dengan pendapatan rendah berprofesi sebagai ibu rumah tangga, 30% buruh, dan 21% wiraswasta. Responden dengan pendapatan menengah sebagian besar (38%) berprofesi sebagai wiraswasta dan 31% sebagai ibu rumah tangga. Responden berpendapatan tinggi memiliki profesi yang lebih beragam, 33% di antaranya wiraswasta, 24% PNS/guru dan ibu rumah tangga. Dari 120 responden terdapat dua orang berpendapatan menengah dan satu orang berpendapatan tinggi yang berprofesi sebagai petani.

Sebagian anggota keluarga yang termasuk ke dalam kelompok usia produktif lebih memilih bekerja di Jember sebagai buruh dan wiraswasta, hanya sebagian kecil yang bekerja di luar Jember. Berdasarkan kepemilikan kendaraan, motor menempati urutan pertama yang dimiliki oleh umumnya responden, setelah itu sepeda dan mobil.

Sebagian besar responden dengan tingkat pendapatan rendah mengeluarkan biaya listrik dengan kisaran Rp 10.000-50.000/bulan. Responden dengan pendapatan menengah mengeluarkan biaya listrik Rp 50.000 hingga kurang dari Rp 150.000/bulan. Biaya listrik tertinggi dikeluarkan oleh responden dengan tingkat pendapatan tinggi, mencapai lebih dari Rp 150.000/bulan. Pengeluaran responden untuk membayar pajak bumi dan bangunan berkisar antara Rp 10.000 hingga kurang dari Rp 50.000. Data ini menjadi pertimbangan dalam menentukan biaya yang dikeluarkan responden dalam kaitannya dengan preferensi pembelian beras.

### KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS

Beras adalah komoditas penting bagi masyarakat Indonesia karena merupakan makanan pokok. Terdapat beberapa variabel yang dipertimbangkan responden dalam pembelian beras, mulai dari mengenal atau mengetahui kebutuhan, cara memperoleh informasi perberasan, alternatif pilihan atribut beras hingga proses pembelian. Proses pembelian beras dibahas sebagai berikut.

#### Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan responden terhadap beras yang akan dikonsumsi didekati dengan beberapa kriteria seperti alasan membeli beras, tingkat kepentingan, dan frekuensi konsumsi beras dalam sehari, dan sebagainya. Alasan responden mengonsumsi beras dibandingkan dengan bahan lain dijelaskan pada Tabel 3.

Bagi 18% responden berpendapatan rendah, alasan utama mengonsumsi beras sebagai makanan pokok adalah karena harga terjangkau dan 13% karena kebiasaan. Alasan utama bagi 23% responden berpendapatan menengah dan 10% responden berpendapatan tinggi mengonsumsi beras adalah karena faktor kebiasaan. Selain itu, 10% responden berpendapatan menengah dan 6% responden berpendapatan tinggi membeli beras karena faktor rasa. Bagi masyarakat, mengonsumsi beras selain untuk memenuhi kebutuhan pokok juga telah menjadi budaya secara turun temurun. Sebagian besar masyarakat berpendapat merasa belum makan sebelum makan nasi. Oleh karena itu, faktor kebiasaan menjadi alasan utama bagi responden mengonsumsi nasi.

Sebagian besar responden, baik yang berpendapatan rendah, menengah, maupun tinggi berpendapat mengonsumsi nasi setiap hari merupakan hal yang sangat penting. Responden umumnya mengonsumsi nasi tiga kali sehari. Sebanyak tujuh responden berpendapatan rendah dan menengah mengonsumsi nasi dua kali sehari, tiga responden berpendapatan tinggi juga mengonsumsi nasi dua kali sehari. Hanya satu responden berpendapatan rendah yang mengonsumsi nasi satu kali dan lebih dari tiga kali sehari. Bagi responden yang

Tabel 2. Jenis kelamin, suku, status pernikahan, dan jumlah anggota keluarga di Jember, Jawa Timur, 2016.

Karakteristik responden	Responden tingkat berdasarkan pendapatan			Total
	Rendah <sup>1)</sup>	Menengah <sup>2)</sup>	Tinggi <sup>3)</sup>	
<b>Jenis kelamin</b>				
Perempuan	46	47	19	112
Laki-laki	1	5	2	8
<b>Suku/etnis</b>				
Jawa	18	31	10	59
Madura	29	20	11	60
Osing	0	1	0	1
<b>Status pernikahan</b>				
Menikah	47	50	21	118
Belum	0	2	0	2
<b>Jumlah anggota keluarga</b>				
Balita (<5 thn)	6	22	2	30
Anak-anak (5-12 thn)	14	29	12	55
Remaja (13-20 thn)	25	20	3	48
Dewasa (>20 thn)	82	159	55	296

Keterangan tingkat pendapatan:

<sup>1)</sup> <Rp 1,5 juta/bulan; <sup>2)</sup> Rp1,5-Rp 3,0 juta/bulan; dan <sup>3)</sup> > Rp 3,0 juta/bulan

dengan pendapatan tinggi terdiri atas tiga orang lulusan SD, enam orang tamatan SMP, tujuh orang lulusan SMA, satu orang berpendidikan diploma, dan empat orang sarjana. Responden dengan pendapatan tinggi cenderung memiliki tingkat pendidikan tinggi. Data ini dapat memberikan gambaran preferensi dan kesediaan konsumen membeli beras.

Responden berprofesi sebagai buruh, karyawan swasta, PNS/guru, bidan, petani, wiraswasta, asisten rumah tangga, dan ibu rumah tangga. Dari hasil observasi diketahui 39% responden dengan pendapatan rendah berprofesi sebagai ibu rumah tangga, 30% buruh, dan 21% wiraswasta. Responden dengan pendapatan menengah sebagian besar (38%) berprofesi sebagai wiraswasta dan 31% sebagai ibu rumah tangga. Responden berpendapatan tinggi memiliki profesi yang lebih beragam, 33% di antaranya wiraswasta, 24% PNS/guru dan ibu rumah tangga. Dari 120 responden terdapat dua orang berpendapatan menengah dan satu orang berpendapatan tinggi yang berprofesi sebagai petani.

Sebagian anggota keluarga yang termasuk ke dalam kelompok usia produktif lebih memilih bekerja di Jember sebagai buruh dan wiraswasta, hanya sebagian kecil yang bekerja di luar Jember. Berdasarkan kepemilikan kendaraan, motor menempati urutan pertama yang dimiliki oleh umumnya responden, setelah itu sepeda dan mobil.

Sebagian besar responden dengan tingkat pendapatan rendah mengeluarkan biaya listrik dengan kisaran Rp 10.000-50.000/bulan. Responden dengan pendapatan menengah mengeluarkan biaya listrik Rp 50.000 hingga kurang dari Rp 150.000/bulan. Biaya listrik tertinggi dikeluarkan oleh responden dengan tingkat pendapatan tinggi, mencapai lebih dari Rp 150.000/bulan. Pengeluaran responden untuk membayar pajak bumi dan bangunan berkisar antara Rp 10.000 hingga kurang dari Rp 50.000. Data ini menjadi pertimbangan dalam menentukan biaya yang dikeluarkan responden dalam kaitannya dengan preferensi pembelian beras.

## KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS

Beras adalah komoditas penting bagi masyarakat Indonesia karena merupakan makanan pokok. Terdapat beberapa variabel yang dipertimbangkan responden dalam pembelian beras, mulai dari mengenal atau mengetahui kebutuhan, cara memperoleh informasi perberasan, alternatif pilihan atribut beras hingga proses pembelian. Proses pembelian beras dibahas sebagai berikut.

### Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan responden terhadap beras yang akan dikonsumsi didekati dengan beberapa kriteria seperti alasan membeli beras, tingkat kepentingan, dan frekuensi konsumsi beras dalam sehari, dan sebagainya. Alasan responden mengonsumsi beras dibandingkan dengan bahan lain dijelaskan pada Tabel 3.

Bagi 18% responden berpendapatan rendah, alasan utama mengonsumsi beras sebagai makanan pokok adalah karena harga terjangkau dan 13% karena kebiasaan. Alasan utama bagi 23% responden berpendapatan menengah dan 10% responden berpendapatan tinggi mengonsumsi beras adalah karena faktor kebiasaan. Selain itu, 10% responden berpendapatan menengah dan 6% responden berpendapatan tinggi membeli beras karena faktor rasa. Bagi masyarakat, mengonsumsi beras selain untuk memenuhi kebutuhan pokok juga telah menjadi budaya secara turun temurun. Sebagian besar masyarakat berpendapat merasa belum makan sebelum makan nasi. Oleh karena itu, faktor kebiasaan menjadi alasan utama bagi responden mengonsumsi nasi.

Sebagian besar responden, baik yang berpendapatan rendah, menengah, maupun tinggi berpendapat mengonsumsi nasi setiap hari merupakan hal yang sangat penting. Responden umumnya mengonsumsi nasi tiga kali sehari. Sebanyak tujuh responden berpendapatan rendah dan menengah mengonsumsi nasi dua kali sehari, tiga responden berpendapatan tinggi juga mengonsumsi nasi dua kali sehari. Hanya satu responden berpendapatan rendah yang mengonsumsi nasi satu kali dan lebih dari tiga kali sehari. Bagi responden yang

Tabel 3. Komposisi responden berdasarkan tingkat pendapatan dan jenis beras di Kabupaten Jember, 2016.

Atribut beras	Jumlah responden menurut tingkat pendapatan			
	Rendah <sup>1)</sup>	Menengah <sup>2)</sup>	Tinggi <sup>3)</sup>	Total
Faktor rasa	2	10	6	18
Mudah didapat	4	1	0	5
Harga terjangkau	18	9	2	29
Prestise	0	0	0	0
Kebiasaan	13	23	10	46
Mudah diolah	0	0	0	0
Lebih mengenyangkan	2	0	0	2
Lainnya	0	0	0	0

Keterangan tingkat pendapatan:

<sup>1)</sup> <Rp 1,5 juta/bulan; <sup>2)</sup> Rp1,5-Rp 3,0 juta/bulan; dan <sup>3)</sup> > Rp 3,0 juta/bulan

mengonsumsi nasi kurang atau lebih dari tiga kali sehari memiliki alasan tersendiri antara lain untuk kesehatan.

Kabupaten Jember dihuni oleh beragam penduduk dan sebagian besar merupakan suku Jawa dan Madura. Sebelum era revolusi hijau, makanan pokok masyarakat Madura adalah jagung. Oleh karena itu, pada penelitian ini ditanyakan kepada responden apakah waktu menanak beras dicampur dengan bahan makanan pokok lain seperti jagung. Dalam hal ini, sebagian besar responden menjawab tidak.

Bagi responden berpendapatan rendah, proporsi mengonsumsi jagung dengan nasi hampir sama, hanya tiga responden yang tidak memberikan pernyataan. Sebanyak 12 dari 52 responden berpendapatan menengah mencampur nasi dengan jagung pada saat di masak. Reponden berpendapatan tinggi hanya enam dari 21 orang yang mengonsumsi nasi dengan jagung. Alasan yang dikemukakan responden masih mengonsumsi nasi dengan jagung di antaranya karena kebiasaan, kesehatan, dan untuk variasi. Responden yang tidak mencampur nasi dengan jagung disebabkan karena harga jagung relatif tinggi dan generasi muda kurang menyukai campuran nasi dan jagung.

Beras jenis lain yang diperdagangkan di pasar Kabupaten Jember antara lain beras merah, beras hitam, dan beras cerdas. Beras merah dan beras hitam memiliki gizi tinggi, mengandung serat dan zat antioksidan. Beras cerdas merupakan beras khas Jember dengan bahan utamanya terdiri atas ubi kayu yang diolah menyerupai beras.

Sebagian besar responden tidak mengonsumsi beras jenis lain dan hanya sebagian kecil responden yang mengonsumsi, terutama responden berpendapatan menengah. Beras jenis lain yang dikonsumsi responden hanya beras merah dengan alasan untuk kesehatan. Walaupun diproduksi di Jember, beras cerdas tidak pernah dikonsumsi responden karena harganya relatif lebih tinggi dan jarang tersedia di pasar.

### Pencarian Informasi

Sebanyak 51% responden berpendapatan rendah mengetahui informasi beras berasal dari penjual atau pedagang, 23% dari diri sendiri, dan sisanya dari teman dan keluarga. Bagi 42% responden berpendapatan menengah, informasi beras berasal dari penjual, 27% dari keluarga, dan sisanya dari diri sendiri dan teman. Responden berpendapatan tinggi mengetahui informasi beras dari diri sendiri 43%, dari pedagang 38%, dan sisanya dari teman dan keluarga.

Bagi 53% responden berpendapatan rendah mempercayai informasi beras dari penjual, 28% dari diri sendiri, 11% dari teman, dan sisanya dari keluarga. Sebanyak 33% responden berpendapatan menengah lebih percaya kepada penjual beras sebagai sumber informasi, 31% dari diri sendiri, 27% keluarga, dan sisanya dari teman. Sementara 52% responden berpendapatan tinggi lebih mengandalkan diri sendiri dalam memperoleh informasi beras, 29% dari penjual, 10% teman, dan sisanya dari keluarga.

Sebanyak 66% responden berpendapatan rendah memperoleh informasi beras kurang dari 6 bulan, 17% lebih dari 3 tahun, 13% berkisar antara 6 bulan sampai 1 tahun, dan sisanya lebih dari 1 tahun. Sebanyak 44% responden berpendapatan menengah memperoleh informasi beras kurang dari 6 bulan, 33% lebih dari 3 tahun, 13% berkisar antara 6 bulan sampai 1 tahun, dan sisanya lebih dari 1 tahun. Bagi responden berpendapatan tinggi, 48% mendapat informasi beras kurang dari 6 bulan, 43% lebih dari 3 tahun, 9% lebih dari 1 tahun hingga 3 tahun, dan tidak ada responden yang mendapat informasi lebih dari 6 bulan.

Informasi penting yang ingin diketahui responden berpendapatan rendah sebelum pembelian beras adalah harga dan kondisi fisik beras. Hal sebaliknya terjadi pada responden berpendapatan menengah dan tinggi. Mereka lebih mengutamakan kondisi fisik beras dibanding harga terjangkau. Perbedaan perilaku responden ini antara lain disebabkan oleh perbedaan pendapatan. Bagi responden berpendapatan rendah, harga merupakan faktor utama yang dipertimbangkan sebelum memutuskan pembelian beras.



Tabel 4. Atribut yang dipertimbangkan responden dalam pembelian beras menurut tingkat pendapatan. Jember, Jawa Timur, 2016.

Atribut	Jumlah responden menurut tingkat pendapatan		
	Rendah <sup>1)</sup>	Menengah <sup>2)</sup>	Tinggi <sup>3)</sup>
Kepulenan nasi	2	2	1
Aroma nasi setelah masak	5	3	8
Jenis/varietas beras	10	10	10
Daya tahan beras	4	4	4
Kemudahan mendapatkan beras	6	6	6
Sifat fisik beras	3	5	3
Merek beras	8	8	5
Kemasan beras	9	9	9
Tempat pembelian beras	7	7	7
Harga beras	1	1	2
Iklan beras	11	11	11

Keterangan tingkat pendapatan:

<sup>1)</sup> <Rp 1,5 juta/bulan; <sup>2)</sup> Rp1,5-Rp 3,0 juta/bulan; dan <sup>3)</sup> > Rp 3,0 juta/bulan

### Evaluasi Alternatif

Dalam memilih beras yang sesuai keinginan, terdapat beberapa atribut yang menjadi pertimbangan responden. Bagi responden berpendapatan rendah dan menengah, atribut utama yang dipertimbangkan adalah harga beras, kemudian diikuti oleh kepulenan nasi. Harga beras menjadi pertimbangan utama responden karena berkaitan dengan kemampuan membayar. Bagi responden berpendapatan tinggi, hal utama yang menjadi pertimbangan adalah kepulenan nasi setelah harga beras. Konsumen beras dengan pendapatan tinggi lebih mengutamakan aspek kualitas dibandingkan dengan harga (Tabel 4).

Semua responden memiliki persepsi yang sama terhadap tempat pembelian beras, kemasan, jenis atau varietas, dan iklan beras. Hal ini karena sebagian besar responden tidak mengetahui jenis/varietas beras yang dikonsumsi. Mereka umumnya hanya mengetahui merek beras. Iklan tidak dipertimbangkan responden karena dinilai tidak penting.

### Proses Pembelian Beras

Proses pembelian beras mencakup cara, lokasi, frekuensi pembelian, dan personel yang membeli. Tahapan tersebut mencerminkan perilaku responden dalam pembelian beras sesuai dengan tingkat pendapatan.

Salah satu faktor yang menentukan dalam proses pembelian beras adalah cara memutuskan pembelian. Responden berpendapatan rendah dan menengah

menentukan pembelian beras berdasarkan situasi. Mereka berpendapat pembelian beras dilakukan setelah persediaan habis atau jika pendapatan meningkat disisihkan sebagian untuk membeli beras. Responden dengan tingkat pendapatan tinggi umumnya membeli beras secara terencana setelah menerima gaji untuk persediaan satu bulan. Sebagian kecil responden membeli beras sebanyak 5 kg untuk keperluan satu minggu.

Pembelian beras oleh responden berpendapatan rendah dan tinggi sebagian besar lebih dari empat kali/bulan, sedangkan responden berpendapatan menengah sebagian besar membeli beras empat kali dalam satu bulan. Sebanyak 10 responden berpendapatan tinggi membeli beras lebih dari empat kali setiap bulan, karena pembelian beras bergantung situasi atau setelah persediaan habis.

Sebanyak 20 responden berpendapatan menengah membeli beras dengan frekuensi empat kali/bulan karena pembelian untuk kebutuhan satu minggu. Sebanyak sembilan responden berpendapatan tinggi membeli beras lebih dari empat kali/bulan karena disesuaikan dengan kebutuhan.

Hampir seluruh responden menyatakan istri yang membeli beras, hanya sebagian kecil yang menjawab suami. Seperti diketahui tugas rumah tangga umumnya dikerjakan oleh istri. Pembelian beras untuk kebutuhan pangan keluarga juga merupakan bagian dari kegiatan ibu rumah tangga. Beberapa responden menyatakan suami dan anak yang membeli beras karena pembelian dalam jumlah besar sehingga membutuhkan tenaga untuk membawa ke rumah.

Pada umumnya responden tidak mengetahui jenis/varietas beras yang dibeli. Mereka hanya mengetahui merek beras yang beredar di pasar. Hanya sebagian kecil responden yang mengetahui jenis/varietas beras karena mereka adalah petani dan penyuluh pertanian. Jenis/varietas beras yang banyak dibeli responden adalah IR64. Sebagian besar responden mengonsumsi beras jenis yang sama selama lebih dari 2 tahun. Mereka merasa puas dengan beras yang dikonsumsi dan sesuai dengan yang diharapkan.

Responden umumnya membeli beras dengan harga rata-rata Rp 10.000/kg. Responden dengan tingkat pendapatan rendah membeli beras dengan harga Rp 6.000- 9.500/kg. Sebagian responden berpendapatan menengah membeli beras dengan harga rata-rata Rp 10.000/kg. Responden berpendapatan tinggi membeli beras dengan kisaran harga Rp 10.000-12.500/kg.

Bagi semua responden, harga beras yang diperdagangkan di pasar cukup terjangkau. Meskipun demikian terdapat 10 responden berpendapatan rendah dan 11 responden pendapatan menengah menyatakan harga beras tidak terjangkau. Walaupun harganya tidak terjangkau tetapi mereka tetap harus membeli beras karena merupakan kebutuhan pokok.

Jika harga beras mengalami kenaikan maka 28 responden membeli beras dengan harga yang lebih murah, 12 responden membeli beras jenis yang sama (tidak berpengaruh), dan tujuh responden membeli beras tetapi mengurangi jumlah pembelian. Sebanyak 33 responden berpendapatan menengah tetap membeli beras jenis yang sama walaupun harganya naik (tidak berpengaruh), 18 responden membeli beras dengan harga yang lebih murah, dan hanya satu responden yang mengurangi jumlah pembelian. Bagi 17 responden berpendapatan tinggi, jika harga beras naik tetap membeli beras jenis yang sama (tidak berpengaruh), tiga responden membeli beras dengan harga yang lebih murah, dan hanya satu responden yang mengurangi jumlah pembelian beras.

Responden umumnya memiliki alasan tersendiri dalam membeli beras jenis atau merek tertentu. Pada Tabel 5 dapat dilihat ranking alasan responden dalam pemilihan beras. Bagi responden berpendapatan rendah, harga terjangkau merupakan alasan utama dalam pembelian beras, kemudian diikuti oleh aspek rasa dan kemudahan mendapatkan beras. Responden berpendapatan menengah dan tinggi lebih mengutamakan aspek rasa sebagai alasan utama pembelian beras, diikuti oleh harga terjangkau dan faktor kebiasaan.

Apabila beras yang akan dibeli tidak tersedia di pasar maka responden memilih sikap yang berbeda. Sebanyak 24 responden berpendapatan rendah memilih mencari beras jenis yang sama di tempat lain, 17 responden membeli beras jenis lain di tempat yang sama, dan enam responden menunda pembelian beras. Jika beras yang dibeli tidak tersedia di pasar, 29 responden berpendapatan menengah membeli beras jenis yang sama di tempat lain, 22 responden membeli beras jenis yang lain di tempat yang sama, dan hanya satu orang yang menunda pembelian beras. Bagi responden berpendapatan tinggi, 12 orang di antaranya membeli beras yang sama di tempat lain dan sembilan orang membeli beras jenis

Tabel 5. Alasan responden membeli beras menurut atribut dan tingkat pendapatan. Jember, Jawa Timur, 2016.

Atribut beras	Jumlah responden berdasarkan tingkat pendapatan		
	Rendah <sup>1)</sup>	Menengah <sup>2)</sup>	Tinggi <sup>3)</sup>
Faktor rasa	2	1	1
Kebiasaan	4	3	3
Mudah didapat	3	4	4
Mudah diolah	6	5	5
Harga terjangkau	1	2	2
Lebih mengenyangkan	5	6	6
Prestise			
Kemasan		7	7
Informasi gizi		8	

Keterangan tingkat pendapatan:

<sup>1)</sup> <Rp 1,5 juta/bulan; <sup>2)</sup> Rp1,5-Rp 3,0 juta/bulan; dan <sup>3)</sup> > Rp 3,0 juta/bulan

lain di tempat yang sama. Perbedaan perilaku responden ini dipengaruhi oleh faktor kebiasaan dan pendapatan.

Sebanyak 34 responden berpendapatan rendah membeli beras kurang dari 5 kg, 12 responden membeli beras 5-10 kg, dan hanya satu responden yang membeli beras lebih dari 10 kg untuk setiap kali pembelian. Responden berpendapatan rendah lebih banyak membeli beras curah karena relatif murah dan disesuaikan dengan pendapatan. Sebanyak 27 responden dengan pendapatan menengah membeli beras dengan volume 5-10 kg, 17 responden membeli kurang dari 17 kg, dan delapan responden membeli beras lebih dari 10 kg. Dari 20 responden berpendapatan tinggi, 11 orang di antaranya membeli beras dengan volume 5-10 kg, tujuh responden membeli beras kurang dari 5 kg, dan tiga responden membeli beras lebih dari 10 kg. Responden dengan pendapatan menengah dan tinggi jarang membeli beras lebih dari 10 kg untuk setiap kali pembelian karena pembelian dalam jumlah banyak sering bermasalah, terutama daya tahan simpan beras.

Beberapa hal yang menjadi pertimbangan responden dalam memilih lokasi pembelian beras di antaranya dekat dengan tempat tinggal atau dekat kantor, harga relatif murah, dan selalu tersedia. Hampir sebagian besar responden memiliki pertimbangan yang sama dalam memilih tempat pembelian beras. Sebagian besar responden memilih membeli beras di kios/warung eceran dan pasar tradisional dengan pertimbangan dekat dengan tempat tinggal.

### Evaluasi Pascapembelian

Evaluasi pascapembelian beras merupakan cara yang dilakukan untuk mengetahui kepuasan responden terhadap produk yang dibeli. Hal ini diperlukan untuk mengetahui apakah responden tetap membeli beras jenis yang sama atau tidak. Jika merasa puas apakah responden menyarankan orang lain untuk mengonsumsi beras yang dibeli. Jika kurang puas apa keluhan yang dirasakan dan apa tindakan responden selanjutnya.

Sebagian besar responden merasa puas setelah mengonsumsi beras yang dibeli, tiga responden berpendapatan rendah merasa sangat puas dan agak puas. Sebanyak 17 responden berpendapatan menengah merasa sangat puas dan hanya satu responden yang agak puas. Terdapat 13 responden berpendapatan tinggi yang merasa puas dan delapan responden merasa sangat puas mengonsumsi beras yang mereka beli. Hampir seluruh responden ingin mengonsumsi kembali beras yang dibeli. Hanya satu responden berpendapatan rendah dan menengah yang tidak berniat mengonsumsi kembali beras tersebut.

Sebanyak 29 responden berpendapatan rendah tidak menyarankan kepada orang lain mengonsumsi beras yang dibeli dan 18 responden menyarankan. Sebanyak 32 responden berpendapatan menengah menyarankan ke orang lain mengonsumsi beras yang dibeli dan 20 responden tidak menyarankan.

Sedangkan 14 responden pendapatan tinggi juga menyarankan kepada orang lain untuk mengonsumsi beras yang dibeli dan tujuh responden tidak menyarankan.

Keluhan terhadap beras yang dikonsumsi adalah salah satu faktor yang dievaluasi pascapembelian beras. Sebanyak 38 responden berpendapatan rendah menyatakan tidak ada keluhan dan sebaliknya bagi sembilan responden. Sebagian besar responden berpendapatan menengah (42 orang) tidak mengeluh dan 11 responden mengeluhkan beras yang dibeli. Sebanyak 18 responden berpendapatan tinggi juga menyatakan tidak adanya keluhan dan hanya tiga responden yang mengeluhkan kualitas beras yang dikonsumsi. Keluhan terutama dirasakan oleh sebagian besar responden yang membeli beras kemasan 25 kg. Menurut mereka, kualitas beras kurang bagus seperti beras pecah, banyak gabah, dan kurang bersih.

Sebagian besar responden (83-87%) tidak mengambil tindakan bila terjadi keluhan terhadap beras yang dikonsumsi. Sebagian responden menyampaikan keluhan tersebut kepada penjual, namun tetap membeli beras yang sama di tempat yang sama. Sebanyak 2% responden berpendapatan menengah dan 5% responden berpendapatan tinggi menyatakan akan membeli beras yang sama di tempat lain. Bagi 2% responden berpendapatan rendah dan menengah, mereka akan membeli beras jenis lain di tempat yang sama (Tabel 6).

Tabel 6. Tindakan responden jika terdapat keluhan terhadap beras yang dikonsumsi Jember, Jawa Timur, 2016.

Keluhan	Jumlah responden menurut tingkat pendapatan (%)		
	Rendah <sup>1)</sup>	Menengah <sup>2)</sup>	Tinggi <sup>3)</sup>
1. Menyampaikan keluhan kepada penjual, namun tetap membeli beras yang sama di tempat yang sama	15	6	10
2. Membeli beras yang sama di tempat lain		2	5
3. Membeli beras jenis lain di tempat yang sama	2	2	
4. Tidak ada klaim	83	87	86
5. Lainnya	-	4	-

Keterangan tingkat pendapatan:  
<sup>1)</sup> <Rp 1,5 juta/bulan; <sup>2)</sup> Rp1,5-Rp 3,0 juta/bulan; dan <sup>3)</sup> > Rp 3,0 juta/bulan

Konsumen beras di Kabupaten Jember memiliki karakteristik berbeda dari segi usia, pendidikan, dan pekerjaan, yang memengaruhi perilaku dalam mengonsumsi beras. Pertimbangan utama konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian beras antara lain frekuensi dan ukuran pembelian, mutu dan harga beras. Konsumen berpendapatan tinggi lebih mengutamakan kualitas beras dalam pengambilan keputusan pembelian, sementara konsumen berpendapatan menengah mempertimbangkan kualitas beras selain keterjangkauan harga. Konsumen berpendapatan rendah lebih mempertimbangkan keterjangkauan harga daripada kualitas beras.

Konsumen dengan tingkat pendapatan tinggi lebih mempertimbangkan kualitas dan rasa nasi dibandingkan dengan harga. Konsumen dengan tingkat pendapatan menengah cenderung membeli beras berdasarkan pertimbangan kualitas dan harga. Sementara konsumen dengan tingkat pendapatan rendah lebih mempertimbangkan harga walaupun tidak sedikit di antara mereka yang berharap harga beras murah tetapi dengan rasa nasi pulen. Informasi perbedaan karakteristik konsumen merupakan peluang bagi produsen dan pedagang beras untuk lebih memfokuskan segmentasi pasar beras.

Dalam pengambilan keputusan pembelian beras, konsumen berpendapatan rendah lebih mengutamakan keterjangkauan harga. Selain aspek harga, konsumen berpendapatan menengah juga mempertimbangkan jenis beras karena berhubungan dengan kualitas, khususnya tingkat kepulenan dan rasa nasi. Bagi konsumen berpendapatan tinggi, kepulenan dan jenis beras menjadi faktor utama yang diperhitungkan dalam pembelian beras. Mereka lebih banyak mengonsumsi beras kemasan, sementara di kemasan belum tertera jenis beras.

Berdasarkan hasil kajian, segmentasi pasar beras untuk konsumen menengah ke bawah disarankan pemberian label harga pada kemasan. Untuk konsumen menengah ke atas, produsen atau pedagang sebaiknya mencantumkan jenis beras pada kemasan, karena banyak di antara mereka yang sudah mengetahui jenis dan varietas beras.

## DAFTAR PUSTAKA

[BPS KAB. JEMBER] Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember. 2015. Kabupaten Jember dalam Angka 2015. Jember (ID): BPS Kabupaten Jember.  
 Nazir M. 2005. Metode Penelitian. Jakarta (ID): Ghalia Indonesia.  
 Sutrisno. 2007. Trend Pemasaran Beras di Indonesia. Majalah Pangan Nomor: 48/XVI/ Januari. Pusat Penelitian Ekonomi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. Jakarta.

Karakteristik responden	Responden berdasarkan tingkat pendapatan						Total	%
	Rendah		Menengah		Tinggi			
	n	%	n	%	n	%		
<b>Usia (tahun)</b>								
20-29	7	9	32	21	9	12	48	10
30-39	24	32	48	32	27	36	99	33
40-49	27	36	35	23	27	36	89	30
50-59	12	16	31	21	10	13	53	18
60-69	4	5	4	3	2	3	10	3
70-79	0	0	1	1	0	0	1	0
<b>Jenis kelamin</b>								
Perempuan	61	82	134	89	70	93	265	88
Laki-laki	13	18	17	11	5	7	35	12
<b>Suku</b>								
Bali	0	0	2	1	0	0	2	1
Banjar	0	0	0	0	1	1	1	0
Banjarmasin	0	0	1	1	0	0	1	0
Batak	1	1	3	2	1	1	5	2
Betawi	3	4	2	1	2	3	7	2
Jambi	0	0	1	1	0	0	1	0
Jawa	7	9	33	22	20	27	60	20
Manado	1	1	0	0	0	0	1	0
Minang	0	0	9	6	3	4	12	4
Nias	0	0	0	0	1	1	1	0
Palembang	0	0	1	1	1	1	2	1
Bugis	0	0	0	0	1	1	1	0
Papua	0	0	1	1	0	0	1	0
Sunda	62	84	98	65	44	59	204	68
Tionghoa	0	0	0	0	1	1	1	0
<b>Status pernikahan</b>								
Menikah	73	99	148	98	72	96	293	98
Belum menikah	1	1	3	2	3	4	7	2
<b>Pendidikan terakhir</b>								
Tidak sekolah	2	3	0	0	0	0	2	1
SD	15	20	7	5	0	0	22	7
SMP	16	22	14	9	0	0	30	10
SMA	36	49	50	33	9	12	95	32
D3	1	1	22	15	7	9	30	10
S1	3	4	42	28	47	63	92	31
S2	1	1	15	10	8	11	24	8
S3	0	0	1	1	4	5	5	2
<b>Jumlah anggota rumah tangga</b>								
<3	7	9	9	6	8	11	24	8
3-5	57	77	119	79	49	65	225	75
6-8	10	14	20	13	18	24	48	16
9-11	0	0	3	2	0	0	3	1
<b>Pekerjaan</b>								
Ibu rumah tangga	32	43	61	40	31	41	124	41
Pegawai Negeri	2	3	27	18	18	24	47	16
Swasta	2	3	20	13	14	19	36	12
Wiraswasta	15	20	20	13	9	12	44	15
Lainnya	23	31	23	15	3	4	49	16

# Kesiediaan Konsumen Membayar Beras di Kabupaten Jember dan Faktor yang Memengaruhinya

Rudi Wibowo, Luh Putu Suciati, dan Rena Yunita

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember

Jl. Kalimantan, Jember, Jawa Timur 68121

Email: wibowo.rudi@gmail.com

## PENDAHULUAN

Konsumsi beras meningkat setiap tahun seiring dengan peningkatan jumlah penduduk dan meluasnya wilayah yang penduduknya mengonsumsi beras. Ketergantungan terhadap beras sebagai makanan pokok masih tinggi sehingga tidak mudah menggantikannya dengan jenis pangan lain. Belum ada produk atau komoditas yang dapat menggantikan beras sebagai pangan utama, baik dari segi fisik maupun sifat fungsionalnya. Oleh karena itu, permintaan terhadap beras terus meningkat dari waktu ke waktu. Permintaan terhadap jenis beras yang dikonsumsi bergantung pada kondisi sosial ekonomi masyarakat.

Berdasarkan kajian Sutrisno (2007), segmen konsumen beras berbeda antara kelas pendapatan, namun sekitar 60% masyarakat memilih beras yang murah dengan mutu rendah sampai sedang. Sementara sisanya memilih beras berkualitas bagus. Konsumen dengan pendapatan rendah cenderung membeli beras dengan harga yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan konsumen dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi. Konsumen dengan kelas sosial yang lebih tinggi mengutamakan kualitas beras dibandingkan dengan harga produk, sehingga kesiediaan membayar (*Willingness to Pay* - WTP) beras menjadi penting untuk diteliti. Faktor yang memengaruhi WTP beras juga bermanfaat untuk dipahami. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis karakteristik konsumen beras, (2) menghitung kesiediaan konsumen (WTP) membayar beras, dan (3) faktor yang memengaruhinya.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada semester awal 2016 di beberapa kecamatan di Kabupaten Jember, Jawa Timur, dengan karakteristik lokasi dan etnis yang relatif heterogen. Kecamatan yang dipilih sebagai lokasi penelitian adalah (1) Kecamatan Ambulu yang terletak di bagian selatan Jember dengan katagori perdesaan yang didominasi oleh etnis Jawa, (2) Kecamatan Kalisat di bagian utara Jember dengan

katagori perdesaan yang didominasi oleh etnis Madura, dan (3) Kota Sumbersari dengan katagori perkotaan yang dihuni oleh beragam etnis. Penelitian juga dilakukan pada beberapa pasar tradisional, kios, pasar modern, dan retail modern yang menjual beras. Metode yang digunakan untuk menganalisis kesediaan konsumen membayar (WTP) beras adalah *Contingent Valuation Method* (CVM) dan *Structural Equation Modelling* (SEM).

CVM merupakan metode dengan teknik survei dan data primer diperoleh secara langsung dari individu atau rumah tangga. Data tersebut meliputi nilai atau harga yang dibayarkan konsumen terhadap barang atau jasa yang tidak memiliki nilai pasar seperti barang lingkungan, jika pasarnya tersedia, atau terdapat cara pembayaran lainnya (Yakin 1997). Metode SEM digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi WTP konsumen terhadap beras. Metode ini diadaptasi dari Voon *et al.* (2011) dan Siro *et al.* (2008).

## ANALISIS WTP BERDASARKAN HARGA, PENDAPATAN, DAN KUALITAS BERAS

Analisis WTP dibedakan atas tiga hal yaitu: (1) berdasarkan harga beras yang sesuai, (2) jika pendapatan meningkat, dan (3) jika kualitas beras meningkat. Ketiga hal ini dirinci lagi berdasarkan tingkat pendapatan bulanan responden, yaitu pendapatan rendah (kurang dari Rp 1,5 juta), pendapatan menengah (Rp 1,5 sampai 3 juta), dan pendapatan tinggi (di atas Rp 3 juta).

### Analisis WTP Harga dan Tingkat Pendapatan

Hasil perhitungan nilai WTP berdasarkan harga pada berbagai tingkat pendapatan responden dapat dilihat pada Tabel 1. Rata-rata WTP adalah Rp7.364/kg untuk responden berpendapatan rendah, Rp9.464/kg untuk responden berpendapatan menengah, dan Rp9.256/kg untuk responden berpendapatan tinggi. Nilai rata-rata WTP responden berpendapatan menengah lebih tinggi daripada responden berpendapatan tinggi. Responden berpendapatan tinggi menjadikan harga beras sebagai acuan pembelian beras. Nilai WTP maksimum responden berpendapatan tinggi lebih rendah dibandingkan dengan responden berpendapatan menengah.

Namun nilai WTP minimum responden pada kedua tingkat pendapatan adalah sama, yaitu Rp 6.000/kg. Artinya, baik responden yang berpendapatan menengah maupun tinggi menginginkan harga beras Rp6.000/kg. Bahkan sebagian responden berpendapatan rendah mengharapkan harga beras sama dengan beras subsidi, yaitu Rp3.000/kg dengan kualitas yang lebih baik.

Tabel 1 juga memperlihatkan nilai median (nilai tengah) WTP harga beras yang sesuai pada berbagai tingkat pendapatan responden. Rata-rata median

Tabel 1. WTP harga beras berdasarkan tingkat pendapatan responden di Kabupaten Jember, Jawa Timur, 2016

Kriteria	Harga beras (Rp/kg) menurut tingkat pendapatan responden		
	Rendah	Menengah	Tinggi
WTP rata-rata	7.364	9.464	9.256
WTP maksimum	10.500	12.000	11.000
WTP minimum	3.000	6.000	6.000
Median WTP	8.250	9.200	10.250
WTP total	346.091	492.143	194.337

Keterangan: pendapatan rendah < Rp 1,5 juta, pendapatan menengah Rp1,5-3 juta, pendapatan tinggi > Rp 3 juta.

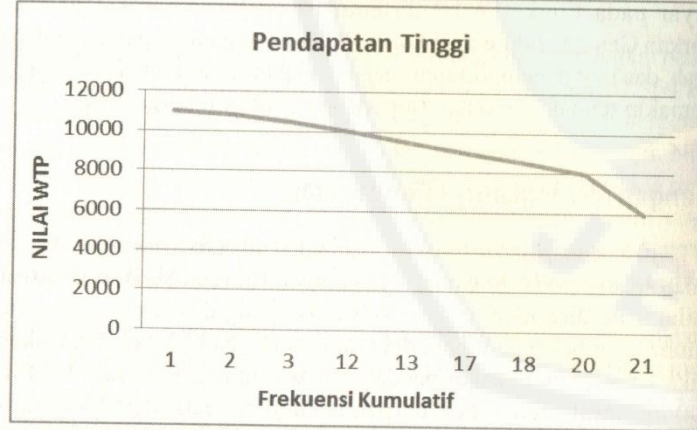
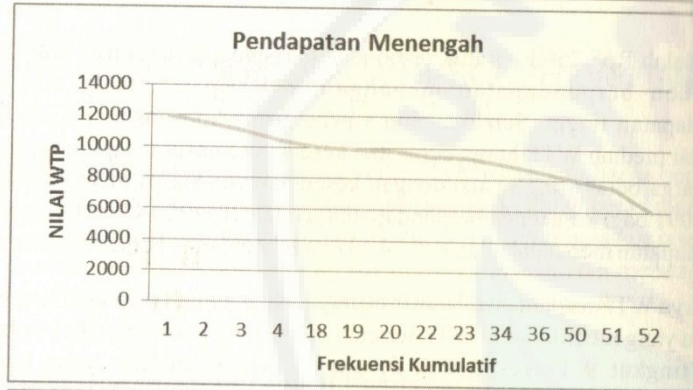
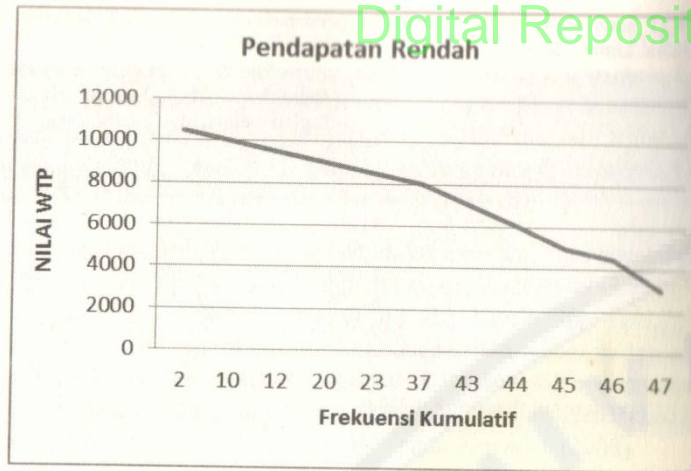
WTP adalah Rp8.250/kg untuk responden berpendapatan rendah, Rp9.200/kg responden berpendapatan menengah, dan Rp10.250/kg responden berpendapatan tinggi. Semakin tinggi pendapatan konsumen semakin tinggi pula nilai median WTP harga beras dan kesediaan konsumen membayar. Total WTP harga beras yang sesuai dengan kesediaan konsumen membayar adalah Rp346.091 bagi konsumen berpendapatan rendah, Rp492.143 untuk konsumen berpendapatan menengah, dan Rp194.337 bagi konsumen berpendapatan tinggi.

Kurva WTP responden dibentuk menggunakan jumlah kumulatif dari jumlah individu yang memilih nilai WTP tertentu. Kurva WTP menunjukkan hubungan antara tingkat WTP responden dengan jumlah responden yang bersedia membayar pada tingkat WTP tertentu berdasarkan tingkat pendapatan. Berdasarkan Gambar 1 diketahui kurva WTP konsumen berpendapatan rendah, menengah, dan tinggi memiliki slope negatif. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat WTP semakin rendah kesediaan responden membayar harga beras.

### WTP dengan Meningkatnya Pendapatan

Nilai WTP jika pendapatan responden meningkat diketahui menggunakan metode permainan lelang (*bidding game*). Jika responden memberikan jawaban "ya" maka nilai uang dinaikkan sampai ke tingkat yang disepakati atau pada nilai maksimum yang bersedia dibayarkan konsumen. Pada Tabel 2 disajikan nilai WTP jika terjadi peningkatan pendapatan konsumen. Rata-rata WTP adalah Rp9.600/kg untuk konsumen berpendapatan rendah, Rp10.870/kg untuk konsumen berpendapatan menengah, dan Rp10.714/kg untuk konsumen berpendapatan tinggi.

Nilai WTP harga beras (Rp/kg) mendapatkan konsumen meningkat pada berbagai tingkat pendapatan di Kabupaten Jember, Jawa Timur, 2016.



Keterangan: pendapatan rendah < Rp 1,5 juta, pendapatan menengah Rp1,5-3 juta, pendapatan tinggi > Rp 3 juta.

Gambar 1. WTP harga beras menurut tingkat pendapatan konsumen di Kabupaten Jember, Jawa Timur, 2016.

Kriteria	Nilai WTP harga beras (Rp/kg) menurut tingkat pendapatan konsumen		
	Rendah	Menengah	Tinggi
WTP rata-rata	9.600	10.870	10.714
WTP maksimum	12.000	15.000	13.000
WTP minimum	6.000	8.000	9.000
Rata-rata median WTP	9.750	10.200	11.500
WTP total	451.200	565.240	225.000

Keterangan: pendapatan rendah < Rp 1,5 juta, pendapatan menengah Rp1,5-3 juta, pendapatan tinggi > Rp 3 juta.

Rata-rata WTP untuk responden berpendapatan menengah lebih tinggi dibandingkan dengan responden berpendapatan tinggi. Hal ini mengindikasikan sekalipun pendapatan mereka meningkat, kesediaan untuk membeli beras tidak terlalu jauh dari harga beras yang mereka beli saat ini. Mayoritas responden berpendapatan menengah dan tinggi membeli beras dengan merek yang sama, yaitu Bintang Merah dan Dua Anak. Kedua merek dagang beras ini cukup populer di Kabupaten Jember karena kualitasnya yang tinggi.

Mayoritas responden berpendapatan rendah masih mendapatkan bantuan beras miskin, sehingga membeli beras berkualitas dengan harga yang cukup tinggi bertujuan untuk dicampur. Bagi responden berpendapatan tinggi, alasan ketenaran kedua merek beras di pasaran membuat mereka juga turut mengonsumsi beras merek tersebut. Apabila terjadi peningkatan pendapatan, konsumen berpendapatan rendah bersedia membeli beras berkualitas yang dikonsumsi konsumen berpendapatan menengah dan tinggi. Responden dengan pendapatan menengah dan tinggi lebih menginginkan kelebihan pendapatan digunakan untuk konsumsi yang lain dibanding membeli beras dengan harga yang terlalu mahal.

Besaran nilai WTP maksimum dan minimum pada ketiga kelompok pendapatan tidak menunjukkan perbedaan yang nyata. Pada kelompok konsumen berpendapatan rendah, nilai minimum yang bersedia dibayarkan adalah Rp 6.000/kg, sedangkan nilai maksimumnya Rp 12.000/ha. Pada kelompok responden berpendapatan menengah, nilai WTP maksimum adalah Rp 15.000/kg dan minimum Rp 8.000/kg. Nilai maksimum WTP kelompok responden berpendapatan tinggi lebih rendah dibandingkan dengan nilai maksimum WTP kelompok responden berpendapatan menengah, yaitu Rp 13.000/ha, namun nilai WTP minimum masih lebih tinggi, yaitu Rp 9.000/kg. Variasi nilai-nilai tersebut didasarkan pada keinginan membayar responden yang masing-masing mempunyai persepsi yang berbeda mengenai kesediaan membayar harga beras.

Dari Tabel 2 diketahui nilai median WTP jika terjadi peningkatan pendapatan. Pada konsumen berpendapatan rendah, nilai rata-rata median WTP adalah Rp9.750/ha, sedangkan konsumen berpendapatan menengah Rp10.200/kg, dan berpendapatan tinggi Rp11.500/kg. Semakin tinggi pendapatan semakin tinggi pula nilai median WTP harga beras yang bersedia dibayar konsumen.

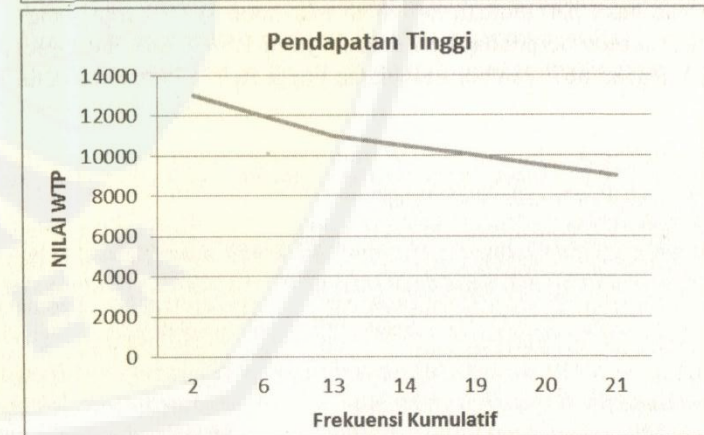
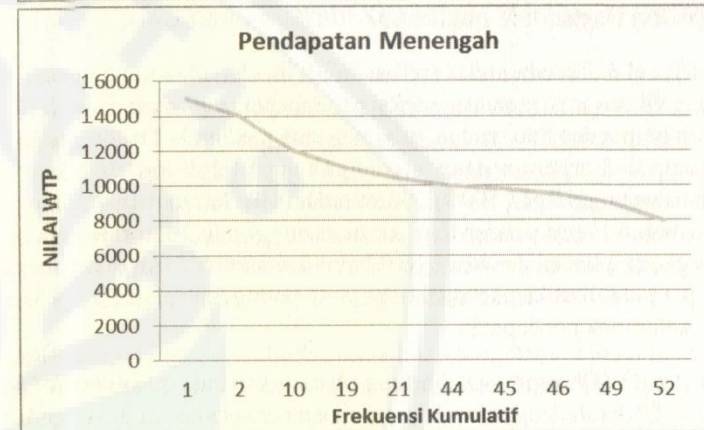
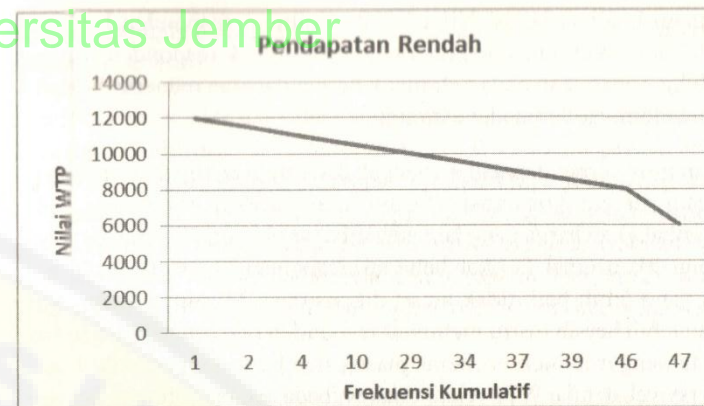
Nilai total WTP responden dihitung berdasarkan data distribusi WTP. Total WTP jika pendapatan meningkat pada kelompok konsumen berpendapatan rendah adalah Rp451.200/kg, berpendapatan menengah Rp565.240/kg, dan berpendapatan tinggi Rp225.000/kg. Nilai total WTP tersebut bervariasi, bergantung pada jumlah responden yang masuk ke dalam kelompok pendapatan tertentu. Jumlah kelompok responden dengan pendapatan tinggi lebih sedikit dibandingkan dengan kelompok responden yang lain, sehingga nilai total WTP lebih rendah.

Kurva WTP responden dibentuk menggunakan jumlah kumulatif dari jumlah individu yang memilih nilai WTP tertentu. Asumsinya, jumlah individu yang bersedia membayar nilai tertentu akan semakin sedikit, setara dengan peningkatan nilai WTP. Kurva WTP menunjukkan hubungan antara tingkat WTP responden dengan jumlah responden yang bersedia membayar pada WTP tertentu berdasarkan tingkat pendapatan. Kurva WTP jika pendapatan meningkat pada masing-masing kelompok berpendapatan rendah, menengah, dan tinggi dapat dilihat pada Gambar 2. WTP pada kelompok konsumen berpendapatan rendah, menengah, dan tinggi memiliki slope negatif. Artinya, semakin tinggi WTP semakin rendah kesediaan membayar konsumen.

### WTP pada Kualitas Beras Meningkat

Jika kualitas beras yang dikonsumsi meningkat, nilai WTP juga dapat digunakan sebagai metode permainan lelang (*bidding game*). Dugaan nilai rata-rata WTP responden adalah Rp9.333/kg pada kelompok berpendapatan rendah, Rp11.267/kg pada kelompok berpendapatan menengah, dan Rp11.000/kg pada kelompok berpendapatan tinggi (Tabel 3).

Nilai rata-rata WTP pada kelompok konsumen berpendapatan menengah lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok berpendapatan tinggi, karena beberapa responden bersedia membayar dengan nilai cukup tinggi, yaitu Rp15.000/kg, sedangkan pada kelompok responden berpendapatan tinggi Rp13.000/kg, dan berpendapatan rendah Rp11.500/ha. Pada nilai WTP maksimum yang lebih tinggi, jumlah responden yang masuk ke dalam kelompok berpendapatan menengah lebih banyak dibandingkan dengan responden berpendapatan tinggi, sehingga nilai rata-rata WTP pada kelompok berpendapatan menengah juga lebih tinggi. Namun tidak demikian untuk nilai WTP minimum atau nilai terendah yang bersedia dibayar responden jika terjadi



Keterangan: pendapatan rendah < Rp 1,5 juta, pendapatan menengah Rp1,5-3 juta, pendapatan tinggi > Rp 3 juta.

Gambar 2. WTP konsumen beras jika pendapatan meningkat pada beberapa kelompok tingkat pendapatan di Kabupaten Jember, Jawa Timur, 2016.

peningkatan kualitas beras. Nilai WTP minimum responden berpendapatan rendah lebih rendah dibandingkan dengan kelompok responden lainnya, yaitu Rp6.000/kg, sedangkan pada kelompok berpendapatan menengah Rp8.000/kg, dan pada kelompok berpendapatan tinggi Rp9.500.

Kelompok berpendapatan menengah dan tinggi cukup puas dengan kualitas beras yang mereka konsumsi. Hal ini menyebabkan responden cukup sulit mempertimbangkan harga yang bersedia dibayar jika terjadi peningkatan kualitas beras yang dikonsumsi. Bahkan beberapa responden khawatir jika beras dengan kualitas yang lebih baik tidak aman dikonsumsi. Misalnya, beras yang lebih putih dan lebih bersih justru membuat responden ragu membayar lebih, karena mereka terpengaruh oleh isu beras plastik dan beras berpermutih. Hal ini turut menjadi penyebab nilai WTP relatif tidak berbeda antara kelompok berpendapatan menengah dan tinggi.

Dari Tabel 3 diketahui nilai median WTP jika terjadi peningkatan kualitas beras yang dikonsumsi menurut tingkat pendapatan responden. Pada kelompok konsumen berpendapatan rendah, nilai rata-rata median WTP adalah Rp9.750/kg, kelompok berpendapatan menengah Rp10.200/kg, dan kelompok berpendapatan tinggi Rp11.500/kg. Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pendapatan semakin tinggi pula nilai rata-rata median WTP harga yang sesuai dan bersedia dibayar konsumen. Nilai rata-rata median WTP dapat pula diartikan sebagai nilai yang paling banyak dipilih konsumen menurut kelompok pendapatan.

Nilai total WTP responden dihitung berdasarkan data distribusi WTP. Nilai rata-rata WTP dikali dengan jumlah responden berdasarkan tingkat pendapatan. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai total WTP harga yang sesuai dengan konsumen berpendapatan rendah yaitu Rp438.667, berpendapatan menengah Rp585.867, dan berpendapatan tinggi Rp231.000. Nilai total WTP

Tabel 3. Nilai WTP jika kualitas beras meningkat menurut tingkat pendapatan responden di Kabupaten Jember Jawa Timur, 2016.

Kriteria	Nilai WTP beras (Rp/kg)		
	Pendapatan rendah	Pendapatan menengah	Pendapatan tinggi
WTP rata-rata	9.333	11.267	11.000
WTP maksimum	11.500	15.000	13.000
WTP minimum	6.000	8.000	9.500
Rata-rata median WTP	9.750	10.200	11.500
WTP total	438.666,7	585.866,7	231.000

Keterangan: pendapatan rendah < Rp 1,5 juta, pendapatan menengah Rp1,5-3 juta, pendapatan tinggi > Rp 3 juta.

bervariasi, bergantung pada jumlah responden yang masuk ke dalam kelompok berpendapatan tertentu.

Kurva WTP responden dibentuk menggunakan jumlah kumulatif dari jumlah individu yang memilih nilai WTP tertentu. Kurva WTP menunjukkan hubungan antara tingkat WTP responden dengan jumlah responden yang bersedia membayar pada tingkat WTP tertentu berdasarkan tingkat pendapatan. Kurva WTP untuk masing-masing pendapatan diinformasikan pada Gambar 3. Kurva WTP pada kelompok responden berpendapatan rendah, menengah, dan tinggi memiliki slope negatif. Semakin tinggi tingkat WTP semakin rendah kesediaan konsumen membayar beras.

### Faktor-faktor yang Memengaruhi Kesiediaan Membayar (WTP)

Faktor-faktor yang memengaruhi kesiediaan konsumen membayar beras dianalisis menggunakan pendekatan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan program Amos 20. Faktor yang diduga memengaruhi WTP beras diformulasikan ke dalam model struktural yang terdiri atas tujuh variabel laten yang saling terkait, yaitu status sosial yang direfleksikan oleh jumlah anggota keluarga, pendidikan formal terakhir, total pendapatan, sedangkan variabel usia dikeluarkan dari model karena memiliki nilai *error* yang tinggi sehingga memengaruhi *goodness of fit* dari model seperti yang telah dijelaskan dalam metodologi.

Penilaian *goodness of fit* bertujuan untuk mengetahui model terbaik yang diperoleh dari tiga kali permodelan. Kebaikan model dapat dilihat pada Tabel 5.

Berdasarkan model struktural diketahui bahwa indikator yang ada cukup baik dalam memenuhi syarat *goodness of fit* dan merepresentasikan data, sehingga layak untuk dianalisis lebih lanjut. Pengaruh masing-masing variabel laten diinformasikan pada Tabel 6.

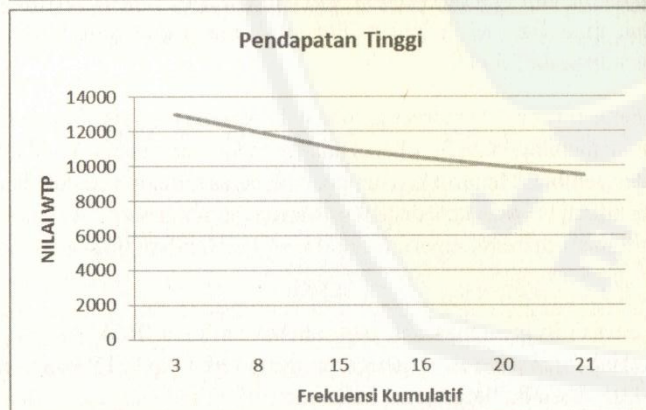
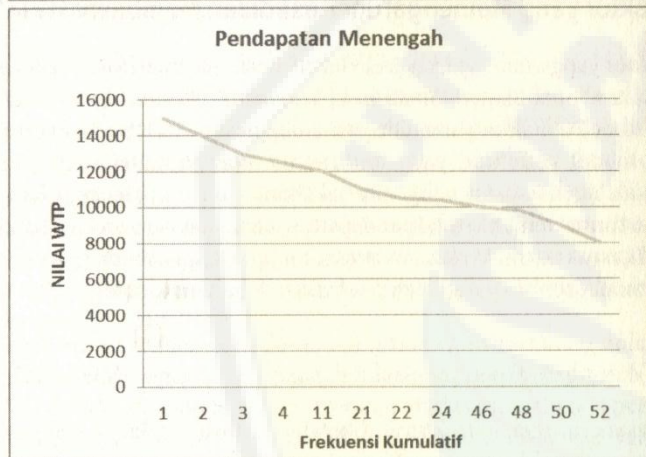
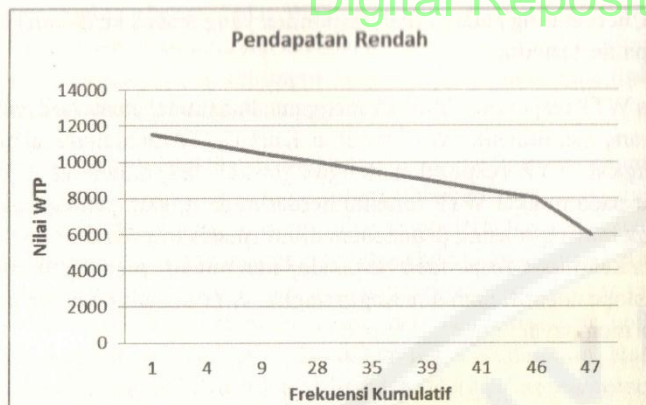
Fisik beras tidak nyata memengaruhi WTP karena nilai signifikansi di atas  $\alpha = 0,05$ . Hal ini menunjukkan fisik beras tidak menentukan besaran WTP konsumen di Kabupaten Jember. Menurut konsumen, fisik beras terutama bentuk dan ukuran, tidak menentukan besaran kesiediaan konsumen membeli beras. Konsumen lebih memerhatikan mutu beras seperti tingkat kepulenan dibandingkan dengan fisik beras.

Jenis beras direpresentasikan oleh atribut varietas IR64, Mekongga, dan Cibogo. Variabel jenis beras berpengaruh nyata terhadap WTP konsumen pada taraf  $\alpha = 0,05$ . Variabel laten jenis beras memiliki tanda negatif. Nilai tersebut menunjukkan semakin besar kinerja atribut jenis beras semakin menurun nilai kesiediaan konsumen membayar. Jenis varietas terkait dengan kepulenan nasi. Jenis atau varietas beras dengan tingkat kepulenan yang tinggi berimplikasi



Tabel 5. Goodness of fit model SEM beras di Kabupaten Jember, Jawa Timur, 2016.

Goodness of fit	Cutt-off-value	Hasil	Keterangan
Chi-square	Nilai kecil	880.245	Marginal fit
Goodness of Fit Index (GFI)	≥ 0,90	0,739	Marginal fit
Root Mean Square Error of Aproximatio (RMSEA)	≤ 0,08	0,08	Good fit
Root Mean Square Residual (RMR)	Nilai kecil	8,318	Good fit
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)	≥ 0,90	0,673	Marginal fit
Comparative Fit Index (CFI)	≥ 0,90	0,822	Marginal fit



Keterangan: pendapatan rendah < Rp 1,5 juta, pendapatan menengah Rp1,5-3 juta, pendapatan tinggi > Rp 3 juta.

Gambar 3. Nilai WTP jika kualitas beras meningkat menurut tingkat pendapatan kelompok responden di Kabupaten Jember, Jawa Timur, 2016.

Tabel 6. Pengaruh antarvariabel laten pada model SEM di Kabupaten Jember, Jawa Timur, 2016.

Pengaruh antarvariabel	Factor loading	Nilai sig.	Keterangan
Fisik beras → WTP	0,018	0,696	Tidak signifikan
Jenis beras → WTP	-0,063	0,041	Signifikan
Status sosial → WTP	-0,068	0,140	Tidak signifikan
Lokasi pembelian → WTP	0,115	***	Signifikan
Mutu Beras → WTP	0,360	***	Signifikan
Kemasan → WTP	-1,69	0,035	Signifikan

terhadap harga yang tinggi yang selanjutnya berdampak pada penurunan kesediaan konsumen membayar.

Status sosial dicerminkan oleh atribut pendapatan, pendidikan, dan jumlah anggota keluarga. Berdasarkan Tabel 6 diketahui status sosial (SS) tidak berpengaruh terhadap WTP konsumen (nilai signifikansi lebih tinggi dari 0,05). Variabel status sosial konsumen tidak memengaruhi kesediaan membayar. Diduga, tingkat pendidikan yang relatif rendah dan pendapatan total keluarga yang juga relatif rendah menyebabkan konsumen bergantung pada penilaian pribadi mereka, sehingga tidak memengaruhi kesediaan membayar. Hal ini juga terbukti dari nilai WTP masing-masing kelompok pendapatan yang tidak menunjukkan perbedaan nyata.

Data menunjukkan lokasi pembelian beras memengaruhi WTP konsumen. Lokasi pembelian beras terkait dengan harga yang bersedia dibayar konsumen. Konsumen sebagian besar membeli beras di kios atau warung yang dekat dengan tempat tinggal mereka. Konsumen bersedia membayar lebih terhadap beras yang dijual di pasar modern, karena kualitas beras relatif lebih tinggi dibandingkan dengan pasar tradisional dan kios/warung.

Pengaruh mutu beras terhadap WTP konsumen dipresentasikan oleh atribut keulenaran, kebersihan dan kemurnian, aroma nasi, dan daya tahan (umur simpan).

Hasil analisis menunjukkan mutu beras memengaruhi kesediaan konsumen membayar. Konsumen beras berpendapatan rendah, sedang, dan tinggi peduli dengan mutu beras. Mutu beras yang terkait dengan kepulenan, kebersihan, kemurnian, dan aroma nasi memengaruhi kesediaan konsumen membayar. Peningkatan kualitas beras akan meningkatkan kesediaan konsumen membayar, khususnya konsumen berpendapatan sedang dan tinggi. Hal ini juga dibuktikan oleh hasil analisis pengambilan keputusan bahwa konsumen kelas menengah lebih memertimbangkan mutu beras, terutama tingkat kepulenan.

Pengaruh kemasan terhadap WTP konsumen diwakili oleh atribut kemasan plastik 5 kg, karung 10 kg, karung 25 kg, karung 50 kg, dan tanpa kemasan. Hasil analisis menunjukkan kemasan memiliki pengaruh yang negatif terhadap kesediaan konsumen membayar beras. Konsumen cenderung membeli beras dalam bentuk curah atau tanpa kemasan. Dengan demikian, semakin meningkat kinerja atribut kemasan maka kesediaan konsumen membayar beras cenderung menurun. Konsumen kelas menengah ke bawah cenderung memilih beras curah atau dengan kemasan 5 kg.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Ketersediaan konsumen membayar beras di Kabupaten Jember relatif tinggi dan tidak terdapat perbedaan antargolongan pendapatan. Faktor yang nyata memengaruhi kesediaan konsumen membayar beras adalah jenis, lokasi pembelian, mutu, dan kemasan.

Nilai rata-rata WTP dapat menjadi acuan penentuan harga beras, terutama bagi konsumen berpendapatan menengah ke bawah karena rentan terhadap perubahan harga. Oleh karena itu, dianjurkan menetapkan harga beras eceran tertinggi di tingkat konsumen, untuk melindungi masyarakat berpendapatan rendah. Sebaliknya, konsumen berpendapatan tinggi memiliki keleluasaan membayar beras sesuai kualitas. Mereka perlu dilindungi atas jaminan kualitas dengan penerapan standarisasi mutu beras nasional dan penerapan *Good Manufacturing Practices* dalam industri penggilingan padi.

Faktor yang memengaruhi kesediaan konsumen membayar adalah mutu beras, jenis beras, lokasi pembelian, dan kemasan. Konsumen bersedia membayar harga beras lebih tinggi jika mutu beras ditingkatkan, penjelasan jenis beras, perbaikan pelayanan pada tempat pembelian, dan peningkatan kinerja kemasan. Oleh karena itu, produsen atau pedagang beras perlu meningkatkan kualitas dan memberikan keterangan jenis beras pada kemasan.

- Siro I, Kapolna E, Kapolna B, Lugasi A. 2008. Functional food. Product development, marketing and consumer acceptance - a review. *Journal of Appetite* 51: 456-467.
- Sutrisno. 2007. Trend Pemasaran Beras di Indonesia. Dalam *Majalah Pangan Perum Bulog*, Edisi No. 48/XVI/Januari/2007. Jakarta (ID): Puslitbang Bulog.
- Yakin A. 1997. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan. Teori dan Kebijakan Pembangunan Berkelanjutan*. Jakarta (ID): CV Akademika Pressindo.
- Voon JP, Ngui KS, Agrawal A. 2011. Determinants of Willingness to Purchase Organic Food: An Explanatory Study Using Structural Equation Modeling. *International Food and Agribusiness Management Review* 14 (2): 103 - 120.

## Konsumen Beras

### Preferensi dan Kesiediaan Membayar

Publikasi tentang penelitian yang berkaitan dengan konsumen dan kualitas beras sangat sedikit dibandingkan dengan usahatani dan petani padi. Hal itu tidak lepas dari upaya pemerintah dalam meningkatkan produksi padi guna mewujudkan swasembada beras sehingga aspek kualitas belum mendapat prioritas utama. Meski demikian, era globalisasi, peningkatan pendapatan masyarakat, dan urbanisasi telah mendorong peningkatan permintaan akan beras yang berkualitas, baik dari segi cita rasa, bentuk dan kebeningan beras, maupun aspek lain yang berkaitan dengan gizi dan kesehatan. Buku ini menyajikan hasil penelitian preferensi dan kesiediaan konsumen membayar beras di beberapa wilayah perkotaan di Jawa dan luar Jawa yang dilakukan oleh peneliti dari sejumlah perguruan tinggi yang bergabung dalam Perhimpunan Ekonomi Pertanian Indonesia (PERHEPI). Sebagai referensi, buku ini perlu dibaca oleh peneliti, pembuat kebijakan, produsen beras, dan pemerhati masalah pangan selain dosen dan mahasiswa.



AGRO INDO MANDIRI

Jl. Raya Pajajaran Kav. E-59, Bogor, 16151

Telp. 0816790193, 085710365007

E-mail [pt.agroindomandiri@yahoo.co.id](mailto:pt.agroindomandiri@yahoo.co.id)

