

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DAN PERFORMA ATRIBUT
DALAM PEMILIHAN BERAS DI TOKO
HOKKY SURABAYA**

Stevan Edbert Togap Siringoringo

Ilmu Ekonomi/Fakultas Bisnis dan Ekonomika

stevanedbert@gmail.com

Abstrak - Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan antar atribut dan preferensi konsumen terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian beras impor atau beras lokal. Dengan mencari sampel di Kota Surabaya sebanyak 5 responden. Metode analisis yang digunakan adalah dengan Uji Analisis Deskriptif dan Uji Important Performance Analysis dengan menggunakan alat analisis untuk membantu mengolah data adalah program IBM SPSS 22. Sedangkan data yang digunakan adalah data kualitatif yang berupa kuesioner. Hasil analisis menunjukkan bahwa Atribut memiliki hubungan kausal dengan Preferensi konsumen dan Atribut memiliki hubungan kausal terhadap Kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Preferensi Konsumen, Atribut, Kepuasan Konsumen.

***Abstract** - This study was conducted with the aim to determine whether there is significant influence between attributes with consumer preferences and consumer satisfaction in the purchase of imported rice or local rice. Dengan looking for samples in Surabaya as many as 5 respondents. The method of analysis used is with Descriptive Analysis Test and Test Important Performance Analysis by using analytical tools to help process data is the program IBM SPSS 22. While the data used are qualitative data in the form of questionnaires. The result of the analysis shows that Attribute has causal relation with consumer preference and attribute has causal relation to consumer satisfaction.*

Keywords Consumer Preferences, Attributes, Consumer Satisfaction

Pendahuluan

Pada era global sekarang ini persaingan dalam dunia bisnis global semakin kian kompetitif, itu disebabkan oleh banyak nya produk asing muncul di pasar, menjadi salah satu penyebab mulai nya para konsumen untuk lebih selektif dalam memilih jenis produk yang akan dikonsumsi. Di sisi lain akibat kurangnya informasi terkait suatu produk dapat membuat produk yang baik (*good product*) cenderung kurang dipilih dibandingkan pesaingnya yang lebih dikenal di masyarakat.

Setiap konsumen memiliki pendapatan yang terbatas, oleh karena itu sebuah pilihan harus dibuat. Ketika konsumen telah membuat pilihan tentang apa yang diinginkan beli dan jumlah (*quantity*) yang akan di beli, dan kapan konsumen merasa puas atas pilihannya itu. Dari apa yang kita lihat ketika seseorang telah memilih dari apa yang dibutuhkan dari *set of choice* yang ada di atas, maka dapat dikatakan bahwa konsumen telah mengoptimalkan atas pilihannya, dan menurut R.L. Miller (*Economics Today Twelfth Edition*) ketika konsumen telah memperoleh atau mencapai tingkat kepuasan dengan pendapatan yang terbatas itu maka konsumen telah mencapai *consumer optimum*.

Menurut Samuelson (1948) dalam buku, seorang ahli teori ekonomi mengemukakan bahwa pengertian ilmu ekonomi adalah suatu studi mengenai bagaimana orang-orang dan masyarakat membuat pilihan, dengan cara atau tanpa penggunaan uang, dengan menggunakan sumber daya yang terbatas tetapi dapat digunakan dalam berbagai cara untuk menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa serta mendistribusikannya untuk keperluan konsumsi sekarang dan di masa mendatang, kepada berbagai orang dan golongan masyarakat. Ilmu ekonomi menganalisis biaya dan keuntungan serta memperbaiki corak penggunaan sumber daya-sumber daya. Berdasarkan pengertian ilmu ekonomi yang di kemukakan Paul Samuelson (1948), dapat dikemukakan bahwa prinsip dasar yang melahirkan atau menciptakan perekonomian adalah kelangkaan (*scarcity*), dan pilihan (*choice*)

Di sisi lain perilaku konsumen cukup berpengaruh terhadap pola pemilihan konsumen, seiring dengan penambahan pendapatan, perubahan selera, dan lain-lain. Perilaku konsumen telah berubah secara dramatis dalam beberapa dekade belakangan, dan sekarang setiap orang yang memiliki internet dapat memesan barang dari internet yang dulu orang harus mencari terlebih dahulu, namun sekarang telah berubah secara keseluruhan.

Jumlah penduduk di Indonesia setiap tahun selalu mengalami peningkatan, dengan bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia tidak diimbangi dengan penambahan tingkat produktifitas beras, oleh karena itu pemerintah Indonesia selalu menutupi kekurangan pemasokan beras dalam negeri dengan melakukan import beras dari negara – negara tetangga, seperti Vietnam, Thailand, dan Cambodia.

Menurut Surono (2001) berbagai kebijakan dalam usahatani padi yang telah ditempuh pemerintah pada dasarnya kurang berpihak pada kepentingan petani. Hal ini terlihat dari kebijakan tarif impor beras yang rendah, sehingga

mendorong membanjirnya beras impor yang melebihi kebutuhan di dalam negeri, Penghapusan subsidi pupuk yang merupakan sarana produksi strategis dalam usahatani padi, Pemerintah masih menggunakan indikator inflasi untuk mengendalikan harga pangan, dengan menekan harga beras di tingkat perdagangan besar dan teknologi pasca panen di tingkat petani sudah jauh tertinggal, sehingga tingkat rendemen dan kualitas beras yang dihasilkan terus menurun.

Nasi yang merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia yang berasal dari olahan beras menjadikan permasalahan sendiri bagi Indonesia. Pengimporan beras yang seharusnya di lakukan beberapa kali untuk bertujuan menstabilkan harga di pasar malah dilakukan sebaliknya, yang mengakibatkan muncul nya anggapan bahwa impor beras telah menjadi suatu kebiasaan. Akan tetapi adanya produk produk lokal yang mampu bersaing dengan produk impor ini menjadi salah satu fokus pemerintah untuk meningkatkan tingkat produktivitas beras, dan menciptakan kondisi swasembada pangan beras di Indonesia.

Target Pemerintah untuk mewujudkan swasembada pangan ini merupaka suatu niat yang amat baik di mana situasi dapat membuat kita tidak perlu lagi bergantung pada bahan atau produk impor. Akan tetapi penjagaan kualitas produk yang dihasilkan perlu di jaga kualitas nya. Berdasarkan data Bulog (2017), Indonesia masih memiliki persediaan beras lokal yang cukup untuk memasok kebutuhan dalam negeri untuk beberapa bulan ke depan, sehingga tidak perlu lagi mengimpor beras. Akan tetapi produk impor beras premium masih tersedia di pasaran sehingga beras lokal akan bersaing dengan beras impor.

Kondisi di Jawa Timur sendiri tingkat panen padi dari tahun ke tahun semakin meningkat di karenakan adanya motto dari Gubernur Soekarwo atau Pakde Karwo terdahulu yang menginginkan Jawa Timur bisa menciptakan swasembada pangan (beras) Bertambah nya luas lahan panen yang ada di JawaTimur yang dapat dilihat pada tabel 1.1 yang menunjukkan bahwa luas lahan cenderung bertambah sebagai akibat pengalihan perkebunan tebu menjadi sawah , termasuk pengalihan lahan hutan menjadi sawah.

Tabel 1.1 : Tabel Hasil lahan Panen di Jawa Timur

TAHUN	Hasil Lahan panen Gabah / beras berdasarkan lahan di JawaTimur (luas lahan “hektar”)
2005	1.693.651
2006	1.750.903
2007	1.736.048
2008	1.774.884
2009	1.904.830
2010	1.963.983
2011	1.926.796
2012	1.975.719
2013	2.037.021
2014	2.072.630

2015	2.152.070
------	-----------

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2017

Pada 2011 sampai dengan 2015 terdapat peningkatan dalam luas panen padi di Jawa Timur. Dengan meningkat nya luas panen pasti juga diikuti oleh penambahan jumlah produksi dari beras di Jawa Timur. Akan tetapi pertumbuhan penduduk di Jawa Timur yang tergolong rendah di banding dengan pertumbuhan penduduk di provinsi lain tidak membuat perbedaan harga yang jauh lebih murah.

Kemajuan teknologi banyak dimanfaatkan petani untuk meningkatkan produktifitas padi, begitu pula ditemukan varietas-varietas baru jenis padi yang lebih tahan hama dan kemampuan panen yang lebih besar serta tahan terhadap perubahan cuaca

Tabel 1.2 : Tabel Hasil Produksi Gabah/Beras di Jawa Timur 2005 - 2015

Tahun	Produktivitas padi (Kuintal / Hektar)
2005	53.18
2006	53.38
2007	54.16
2008	59.02
2009	59.11
2010	59.29
2011	54.89
2012	61.74
2013	59.15
2014	59.81
2015	61.13

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2017

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tingkat produktivitas panen Beras / gabah di Indonesia cenderung meningkat. Dimana ini dapat di lihat dari salah satu lumbung beras di Indonesia yaitu Jawa Timur , yang pada tahun 2012 1,1 juta ton (sumber : Data Perum Bulog)

Tabel 1.3: Harga Eceran Beras Di Pasar Traditional Tahun 2012 - 2016

Kota Harga Eceran	Rata-rata Harga Eceran Beras di Pasar Tradisional di 33 Kota (Rupiah/Kg)
-------------------	--

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Jakarta	9929.83	9037.23	9447.22	10027.05	11732.98	12413.75
Bandung	7639.10	8405.67	8571.61	9018.31	10695.56	11231.04
Serang	7761.37	7708.31	7931.05	8151.26	9151.21	10379.40
Semarang	7183.22	8398.18	8791.97	9187.41	9902.22	9872.40
Yogyakarta	7798.90	7902.48	8383.10	9062.10	9771.84	10249.07
Surabaya	6493.79	8335.03	8794.77	9209.61	10132.20	9553.36
Denpasar	8332.57	8647.23	9044.05	9315.86	10378.28	10580.99
Mataram	6609.87	7704.52	7776.14	8576.47	9608	9720.53
Kupang	8058.16	8435.67	8921.70	9127.71	9999.64	11084.87
Pontianak	9116.78	9828.72	10326.79	10814.36	12012.61	12477.20
Palangkaraya	10882.96	11006.28	10742.08	12421.42	14727.73	13813.61
Banjarmasin	9343.89	10127.24	9960.22	11272.31	12533.07	12910.90

Sumber : BPS, 2017

Pemerintah melakukan kebijakan impor beras untuk menstabilkan harga di pasar. Namun muncul beras impor di pasar maka itu banyak sekali meresahkan para petani lokal, di sisi lain para konsumen mendapatkan keuntungan dari aspek ekonomi, yaitu dapat terkontrolnya harga bahan makanan yang satu ini.

Dalam konteks persaingan pada dasarnya produk - produk lokal memiliki keunggulan dibandingkan produk dari luar negeri. Dalam hal beras masyarakat Indonesia, khususnya daerah Surabaya, Kota Sidoarjo, Kota Malang dan Kota Batu lebih memilih beras dengan kualitas medium - premium (rojo lele, cianjur dan sebagai) ketimbang beras dengan premium impor (beras kosikari, dan lain-lain), akan tetapi ada golongan masyarakat yang memilih untuk mengkonsumsi beras impor yang telah di *branding* lokal atau beras impor premium yang lebih mahal dari beras lainnya dengan alasan kualitas impor lebih bagus dari lokal (lebih memilih reputasi produk).

Ada nya dua jenis beras yang terdapat di pasaran yaitu beras lokal dan beras impor (*non – lokal*), mampu menciptakan pilihan untuk para konsumen sehingga dapat suatu perbandingan. pemilihan produk mana yang ingin mereka konsumsi dan juga dapat menciptakan suatu syarat- syarat tertentu dalam pikiran masyarakat untuk memilih produk tersebut. Menurut Paul Samuelson dengan adanya pilihan di masyarakat itu merupakan suatu keharusan dalam perekonomian dikarenakan pilihan merupakan salah satu unsur pembentuk prinsip ekonomi. Dengan ada nya *food reputation* atau reputasi makanan dapat menjadi salah satu faktor yang dapat menjadi salah satu penentu pemilihan produk.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam kategori kualitatif studi kasus yaitu menggambarkan suatu fenomena atau gejala berhubungan dengan masalah faktor yang preferensi konsumen akan produk beras di toko hokky surabaya.

Selanjutnya bila ditinjau dari sisi jenisnya termasuk dalam penelitian kualitatif dan kuantitatif karena metode yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pada preferensi dan performa atribut.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari hasil survey dan data sekunder yaitu hasil kutipan dari beberapa sumber yaitu BPS, dan artikel-artikel terkait penelitian.

Target yang dicapai dalam penelitian adalah seluruh produk beras. Selanjutnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel tahun yakni 2010-2016. Untuk sampel data primer berasal dari produsen daging lokal baik pada tingkat peternak, distributor, dan retail daging sapi.

Metode pengolahan data dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Yaitu menggunakan analisa deskriptif dan menggunakan analisa kuantitatif yang menggunakan SPSS 22 dalam perhitungan IPA (Importance Performance Analysis).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengenalan Kebutuhan

Keputusan membeli suatu produk diawali ketika konsumen menyadari adanya kebutuhan akan produk tersebut. Kebutuhan akan beras dimotivasi oleh dua manfaat yaitu manfaat utilitarian dan manfaat hedonis. Manfaat

utilitarian adalah manfaat fungsional dari beras, sedangkan manfaat hedonis adalah manfaat beras yang mencakup respon emosional, kesenangan panca indera dan pertimbangan estetika.

Tabel 4.1 Hasil Survey Alasan Utama Responden Mengonsumsi Beras Import dalam Pemenuhan Karbohidrat

Alasan	Total (%)
Rasanya lebih enak	20
Kemudahan mendapatkan	0
Harga terjangkau	0
Lebih mengenyangkan	20
Kebiasaan	60

Mudah diolah	0
Kandungan gizi	0
Total	100

Sumber : Hasil pengolahan data questioner peneliti.

Sebagian besar responden mengkonsumsi beras dengan memperhatikan manfaat hedonis, itu dapat dilihat dari sebagian besar responden memilih mengkonsumsi beras Impor karena sudah kebiasaan (60%), sedangkan ada beberapa yang memilih karena beras impor memiliki rasa yang lebih enak dari pada beras lokal (20%) dan sisanya memilih beras impor karena lebih mengenyangkan daripada beras lokal (20%).

Tabel 4.2 Hasil Survey Jumlah Konsumsi Nasi(Beras) Dalam Sehari

Frekuensi	Total (%)
Satu Kali sehari	0
Dua Kali sehari	40
Tiga Kali sehari	60
Lebih dari tiga kali sehari	0
Total	100

Sumber : Hasil pengolahan data questioner peneliti.

Frekuensi mengkonsumsi nasi masih terpusat pada makan nasi tiga kali dalam sehari (60 persen). Ini menunjukkan rata-rata konsumsi beras masyarakat Indonesia masih tinggi. Sebesar 40 persen responden mengkonsumsi nasi dua kali sehari. Ini dapat terlihat bahwa pengkonsumsian beras impor dan lokal lebih banyak di dominasi mengkonsumsi oleh responden yang memakan 3 kali sehari. Dikarenakan beras impor yang memiliki harga yang relatif lebih mahal dari beras lokal akan tetapi tidak ada responden yang hanya memakan beras 1 kali ini juga dapat menjadi acuan bahwa baik beras itu Impor maupun lokal seseorang akan memakannya sesuai kebutuhan mereka.

B. Pencarian Informasi

Setelah pengenalan kebutuhan terjadi, maka konsumen mencari informasi yang berhubungan dengan beras, baik pengetahuan yang tersimpan dalam ingatan (pencarian internal) maupun informasi yang diperoleh dari lingkungan (pencarian eksternal).

Tabel 4.3 Sumber Informasi Tentang Beras Yang Akan Di Beli

Frekuensi	Total (%)
Penjual	40
Teman/kenalan	0
Keluarga	60
Iklan	0
Diri Sendiri	0
Total	100

Sumber : Hasil pengolahan data questioner peneliti.

Sumber informasi tentang beras kategori impor di dominasi oleh keluarga dengan (60%) dan kemudian disusul oleh teman atau pun kenalan (40%). Dalam hasil ini dapat dilihat bahwa keluarga merupakan sumber informasi terpercaya responden yang kebanyakan adalah wanita, alasannya keluarga adalah tempat mereka untuk saling bertukar informasi oleh karena itu kebanyakan dari mereka mendapatkan informasi dari keluarga. Sedangkan untuk penjual tersendiri adalah sumber informasi eksternal pertama mereka dan penjual pun lebih memberikan mereka informasi yang cukup lengkap selain dari keluarga mereka.

Tabel 4.4 Sumber Informasi Yang Paling Mempengaruhi Responden

Frekuensi	Total (%)
Penjual	20
Teman/kenalan	0
Keluarga	60
Iklan	0
Diri Sendiri	20
Total	100

Sumber : Hasil pengolahan data questioner peneliti.

Sumber informasi yang paling mempengaruhi responden dalam membeli beras kategori impor di dominasi oleh keluarga dengan (60%) dan kemudian disusul oleh teman atau pun kenalan (40%), dari sini kita melihat bahwa untuk Penelitian kali ini responden yang mengkonsumsi beras impor mengetahui atau mendapatkan informasi kebanyakan dari keluarga ataupun teman atau kenalan nya. Untuk alasan yang lebih jelas nya responden memilih keluarga dikarenakan Keluarga menjadi sumber informasi terpercaya karena informasi yang diberikan oleh keluarga biasanya tidak jauh berbeda dengan informasi internal responden sehingga informasi tersebut dianggap benar oleh responden. Selain itu, sumber informasi yang dipercaya terbanyak kedua adalah teman atau kenalan (40%). Kepercayaan terhadap teman atau kenalan dipengaruhi oleh lingkungan pergaulan responden. Semakin responden dekat dengan teman atau kenalan itu, tentu akan semakin besar tingkat kepercayaan responden mengenai informasi yang diberikan teman atau kenalan.

C. Evaluasi Alternatif

Tahap ketiga dari proses keputusan pembelian adalah evaluasi alternatif . Dalam proses ini konsumen akan melakukan proses evaluasi pilihan produk dan merek, dan memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Hal ini dilakukan dengan cara membandingkan berbagai pilihan yang tersedia di pasar. Responden mempertimbangkan beberapa kriteria yang pada akhirnya dapat dipilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya.

Evaluasi alternatif dalam penelitian ini dilakukan dengan memberikan nilai berurutan pada variabel-variabel awal yang dipertimbangkan konsumen dalam mengkonsumsi beras. Tidak boleh ada variabel yang dinilai yang sama oleh seorang responden. Variabel yang dianggap paling penting akan diberi nilai minimal yaitu satu. Semakin besar nilai yang diberikan konsumen, maka semakin menunjukkan bahwa variabel tersebut semakin tidak dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembeliannya. Setelah itu, nilai-nilai tersebut dijumlahkan per atributnya. Variabel yang memiliki nilai total terkecil adalah atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam memutuskan pembelian beras. Sebaliknya, atribut yang memiliki nilai total paling besar adalah atribut yang paling tidak dipertimbangkan konsumen. Berikut ini merupakan total nilai yang diberikan setiap kelas.

Tabel 4.5 Urutan Atribut Awal Yang Dipertimbangkan Responden Sebelum Membeli Beras

Variabel Awal	Nilai Total	Total
Kepulenen nasi	12	2
Aroma Nasi	18	3
Sifat fisik beras	8	1
Jenis/varietas beras	18	4
Daya tahan beras	21	5
Merek & kemasan beras	36	7
Tempat pembelian beras	43	9
Harga Beras	25	6
Kemudahan mendapatkan beras	39	8
Iklan beras	50	10

Sumber : Hasil pengolahan data quesioner peneliti

Pada Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa secara sifat fisik beras, atribut yang paling dipertimbangkan konsumen adalah sifat fisik beras. Sifat fisik beras memiliki faktor yang menjadi pertimbangan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa sifat fisik beras adalah atribut yang sangat penting bagi responden secara keseluruhan, namun bukan yang paling dominan dalam setiap kelas. baik untuk beras yang dikonsumsi, salah satunya adalah Kepulenan beras. Secara keseluruhan kepulenan menempati urutan kedua sebagai variabel yang dipertimbangkan responden. Aroma menempati urutan ketiga secara keseluruhan responden.. Atribut yang menempati urutan keempat menurut konsumen secara keseluruhan adalah jenis beras. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kelas sosial, pendapatan yang dimiliki juga semakin besar sehingga akan lebih mengutamakan kualitas dan kepuasan dalam mengkonsumsi suatu produk dibandingkan harga produk tersebut. Daya tahan adalah atribut yang menempati urutan kelima secara keseluruhan. Berdasarkan data yang di peroleh daya tahan merupakan suatu faktor yang cukup diperhitungkan konsumen dalam memilih beras. Harga menempati urutan keenam menurut responden secara keseluruhan. Responden menganggap Harga menjadi salah satu faktor mereka dalam membeli atau memilih beras. Merk dan kemasan menjadi urutan ketujuh. Merk dan kemasan cukup dipertimbangkan konsumen dalam memilih dikarenakan mereka lebih memilih beras Impor atau pun lokal yang memiliki merk yang cukup terkenal sebagai pilihan mereka dan bukan hanya merk nya akan tetapi kemasannya pun mereka pertimbangkan dimana mereka akan membeli beras dengan kemasan terbaik (tanpa cacat). Kemudahan untuk mendapatkan dan tempat pembelian beras secara keseluruhan menempati urutan ke-8 dan ke-9. Iklan adalah atribut yang paling tidak dipertimbangkan dalam evaluasi alternatif pada proses keputusan pembelian beras. Penilaian ini diperoleh dari responden. Hal ini dikarenakan keadaan beras yang sebenarnya terkadang tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan.

D. Proses Pembelian

Setelah konsumen memutuskan alternatif yang dipilihnya, maka konsumen akan melakukan pembelian. Pembelian konsumen meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, dimana membeli, dan siapakah yang mengambil putusan perihal pembelian beras.

Tabel 4.6 memperlihatkan bahwa dari 5 responden dalam penelitian ini, lebih dari setengah (60 persen) menyatakan mengkonsumsi beras dalam negeri. Hanya 2 responden yang mengkonsumsi beras impor, dan semuanya merupakan responden kelas atas. Hal ini disebabkan oleh daya beli konsumen kelas atas yang lebih tinggi dibandingkan kelas lainnya. Selain itu, sebagian besar responden kelas atas didukung oleh pengetahuan, informasi, gaya hidup, dan pendidikan yang memungkinkan responden sadar akan kualitas beras yang lebih baik.

Tabel 4.6 Beras Pilihan Responden

Jenis Beras	Total (%)
Beras Lokal	60

Beras Import	40
Total	100

Sumber : Hasil pengolahan data questioner peneliti.

Alasan responden berdasarkan hasil wawancara dapat dilihat pada Tabel 4.7. yang dimana (60%) konsumen yang memilih memakai produk beras lokal dikarenakan harga lebih terjangkau dan (40%) nya memilih beras import dikarenakan lebih dominan memilih kualitas beras dibandingkan dengan melihat harga beras itu sendiri.

Tabel 4.7 Merek Beras Yang Biasa Dipilih Responden

Merk Beras	Total (%)
Pandan Wangi	20
Kombap	20
Takara	20
Pandan Walet (Nikomaru rice)	0
Origanaru	0
Beras lainnya	40
Total	100

Sumber : Hasil pengolahan data questioner peneliti.

Berdasarkan hasil pengamatan yang di lakukan responden dari beberapa jenis beras yang di tawarkan dari salah satu toko di Surabaya “Hokky” responden cenderung memilih beras lokal, seperti pandan wangi serta merk lainnya sebanyak (60%), sedangkan yang lainnya memilih beras import seperti kombap (20%) dan takara (20%).

Tabel 4.8 Pertimbangan Utama Responden Membeli Beras di Tempat Tertentu

Alasan	Total (%)
Lokasi mudah dijangkau	20
Harga terjangkau	0
Suasana nyaman	0
Kualitas terjamin	60
Tersedia banyak pilihan	20
Total	100

Sumber : Hasil pengolahan data questioner peneliti.

Dalam pertimbangan utama responden dalam pembelian beras memiliki beberapa alasan pertama mulai dari lokasi hingga banyak pilihan yang ditawarkan dalam tempat perbelanjaan tersebut. Dalam hal ini melakukan penelitian di tempat perbelanjaan “Hokky” di Surabaya. Dalam hal ini kebanyakan dari responden menjawab bahwa mereka dalam menentukan tempat untuk melakukan pembelian beras berdasarkan bahwa tempat yang

mereka datang merupakan tempat yang menyediakan barang dengan kualitas terjamin (60%). Sedangkan beberapa yang lainnya memilih alasan yang berbeda satu dari yang lainnya seperti ada yang memilih membeli beras ditempat lain dikarenakan lokasi mudah dijangkau(20%) sedangkan yang lain dikarenakan tersedia banyak pilihan di lokasi tersebut (20%).

Tabel 4.9 Pengambil Keputusan Pembelian Beras

Pengambil Keputusan	Total (%)
Istri	80
Suami	0
Diri Sendiri	20
Total	100

Sumber : Hasil pengolahan data questioner peneliti.

Peranan suami dan istri dalam pengambilan keputusan pembelian beras pada setiap rumah tangga memiliki ciri khas masing-masing. Namun dalam hal pengambilan keputusan pembelian beras, sebagian besar pengambil keputusan adalah istri. Hal ini terlihat pada tabel 4.8 dimana sebagian besar (80 %) pengambil keputusan adalah istri karena sebagian besar suami sibuk mencari nafkah sehingga keputusan tersebut diserahkan kepada istri. Tetapi ada (20%) yang memutuskan diri sendiri dikarenakan belum menikah dan juga tinggal jauh dari orang tua.

E. Important and Performance Analysis (IPA)

Important and Performance Matrix merupakan suatu bentuk diagram yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada suatu titik (X , Y). Jika total X dibagi jumlah atribut dalam penelitian akan didapat sedangkan total dibagi jumlah atribut dalam penelitian akan didapat . Sumbu X (sumbu mendatar) akan diisi skor tingkat kinerja (*performance*), dan sumbu Y (sumbu tegak) akan diisi skor untuk tingkat kepentingan (*important*). Important and Performance Matrix diperlukan untuk melihat kedudukan 19 atribut beras yang diperoleh berdasarkan skor tingkat kepentingan dan skor tingkat kinerja berdasarkan 5 responden, sehingga dapat dikaitkan antara pentingnya atribut-atribut tersebut dengan kenyataan yang ada. Dari pengetahuan tersebut, dapat difokuskan usaha-usaha yang harus dilaksanakan berdasarkan 4 kuadran dalam diagram IPA.

Atribut-atribut yang ada dalam kuadran I dianggap paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena keberadaan atribut-atribut ini dinilai sangat penting oleh pelanggan sedangkan tingkat kinerjanya masih belum memuaskan. Oleh karena itu, atribut-atribut dalam kuadran ini perlu ditingkatkan kinerjanya dan penanganannya perlu diprioritaskan.

Atribut-atribut yang terletak pada kuadran II merupakan atribut-atribut yang dianggap berprestasi oleh konsumen sehingga kinerjanya perlu dipertahankan dan bila mampu ditingkatkan karena tingkat kinerja aktual pada umumnya telah sesuai dengan harapan pelanggan.

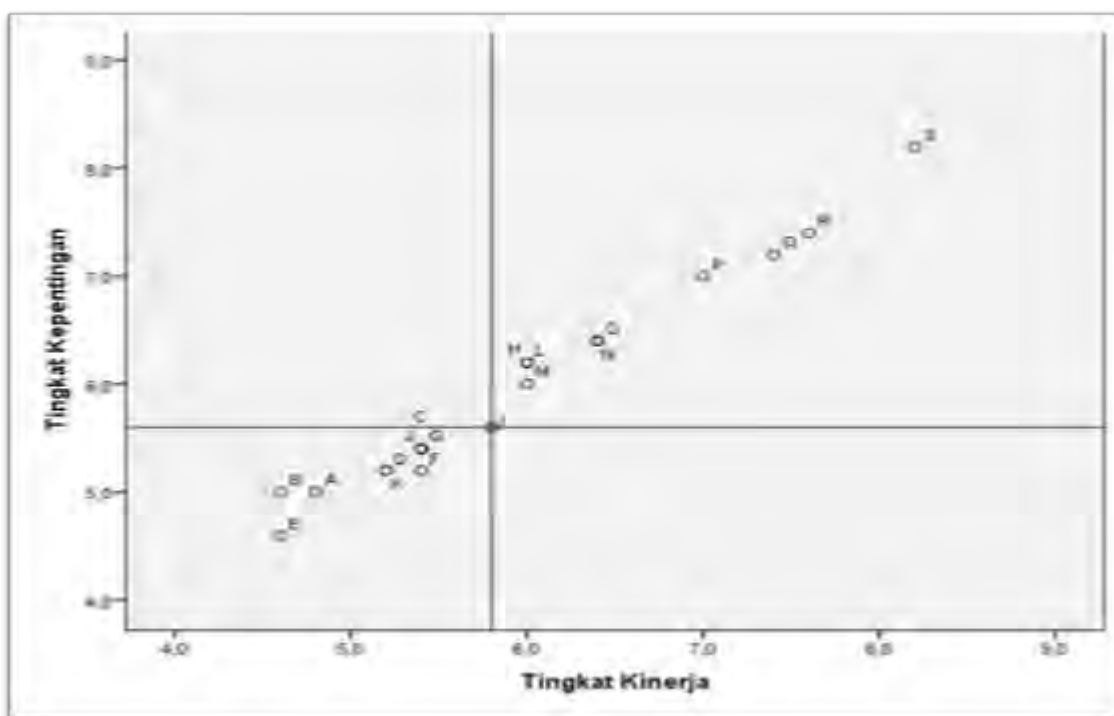
Atribut-atribut yang terletak pada kuadran III merupakan atribut yang kurang

penting atau rendah pengaruhnya bagi konsumen, dan tingkat kinerja atribut-atribut tersebut juga masih rendah. Walaupun atribut-atribut pada kuadran ini juga perlu ditingkatkan kinerjanya, namun peningkatan kinerja tersebut tidaklah menjadi prioritas utama, karena apabila kinerja atribut-atribut pada kuadran III ditingkatkan, tidak akan meningkatkan kepuasan total konsumen secara signifikan. Oleh karena itu, atribut-atribut yang paling penting untuk ditingkatkan kinerjanya adalah atribut-atribut yang berada pada kuadran I, karena dianggap penting oleh konsumen.

Atribut yang berada pada kuadran IV merupakan atribut yang mempunyai tingkat kinerja yang sangat baik walaupun memiliki tingkat kepentingan yang rendah. Kinerja atribut-atribut ini perlu dipertimbangkan untuk melihat apakah peran atribut berpengaruh terhadap pemilihan beras import bagi konsumen.

Nilai rata-rata dari skor tingkat kepentingan dan skor tingkat kinerja responden kelas atas yang diplotkan pada diagram kartesius untuk responden kelas bawah dengan adalah dan adalah 5,6 menghasilkan diagram sebagai berikut.

Important and Performance Analysis



Sumber : Hasil pengolahan data questioner peneliti.

Tabel 4.11 Hasil *Importance and Performance matrix*

Kuadran I	Kuadran II	Kuadran III	Kuadran IV
	1. Kepulenen (A)	1. Varietas beras	
	2. Aroma (B)	(G)	
	3. Warna (C)	2. Keragaman	
	4. Kebersihan (D)	varietas (N)	
	5. Broken (E)	3. Keragaman	
	6. Kesaragaman butir beras (F)	harga di tempat pembelian (O)	
	7. Daya tahan beras (H)	4. Lokasi penjual beras (J)	
	8. Kenyamanan tempat pembelian (P)	5. Kemasan (I)	
	9. Kemudahan mendapatkan beras (S)	6. Merek (M)	
		7. Iklan (K)	
		8. Informasi penjual(Q)	
	10. Pelayanan penjual (R)	9. Harga (L)	

Sumber : Hasil pengolahan data questioner peneliti.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis kuesioner dan hasil pengolahan data yang telah dilakukan mengenai preferensi konsumen dalam memilih beras Impor atau beras lokal terkait penting atau tidaknya atribut beras. Maka diperoleh konklusi sebagai berikut :

Dalam kuadran 1 tidak ada variabel yang berada dalam kuadran tersebut ini membuktikan bahwa menurut responden bahwa tidak ada variabel atribut dalam tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang menjadi prioritas utama bagi responden, di mana variabel menurut mereka tidak ada lagi atribut yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi kepuasan mereka.

Dalam kuadran 2 terdapat 10 variabel atribut beras yang menurut mereka sangat perlu dipertahankan prestasinya yang dimana variabel atribut-atributnya meliputi kepulenan, aroma, warna, kebersihan, *broken*, keseragaman butir beras, daya tahan beras, kenyamanan tempat pembelian, kemudahan mendapatkan beras, dan pelayanan penjual. Dimana menurut responden 10 variabel ini sudah sangat memuaskan.

Sedangkan untuk kuadran ketiga terdapat 9 variabel atribut yang meliputi Varietas beras, Keragaman varietas, Keragaman harga di tempat pembelian, Lokasi penjual beras, Kemasan, Merek, Iklan, Informasi penjual, dan Harga. Menurut responden variabel atribut ini memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang rendah sehingga tidak perlu ditingkatkan. Dan dalam kuadran keempat tidak memiliki variabel dalam kuadran tersebut, oleh karenanya menurut responden dalam penelitian ini tidak ada variabel yang berlebihan atau berpengaruh terhadap minat responden dalam membeli beras impor. Berdasarkan bahasan secara keseluruhan dalam penelitian ini, maka rekomendasi yang disampaikan sebagai berikut:

1. Produk lokal yang terdapat di pasar saat ini perlu mengalami peningkatan dalam segi kualitas barang dan juga segi lainnya, dikarenakan masyarakat saat ini cenderung lebih cermat dalam memilih produk yang mereka ingin dikonsumsi. Jika tidak ada peningkatan kemungkinan lebih banyak orang memakai produk impor daripada menggunakan produk lokal dikarenakan atribut dalam produk impor lebih menarik dan lengkap.
2. Preferensi konsumen ternyata sangatlah berubah seiring perkembangan jaman maka diperlukan bantuan pemerintah untuk bisa membantu para produsen lokal agar mampu mengikuti perkembangan saat ini, jika tidak ditakutkan para produsen lokal kalah bersaing sehingga terjadi mereka mundur dari persaingan dan menciptakan permasalahan di kemudian hari bagi Indonesia.

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar bisa mencari responden yang lebih lagi sehingga memungkinkan mendapatkan hasil yang lebih baik. Dan pemilihan produk pun bisa dilakukan dengan mencari produk lain bukan hanya beras (*Staple food*), melainkan melihat produk kebutuhan sehari-hari lainnya.

DAFTAR PUTAKA

- Astuti, E. 2008. Analisis Preferensi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Beras Di Kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur. *Skripsi*. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Ahman, Eeng dan Rohmana, Yana. (2007). *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*. LAB EKOP dan KOPERASI UPI
- Bada Pusat Statistik. 2014. Statistik Indonesia 2014. BPS. JawaTimur
- Dipta, I Wayan, 2008. *Strategi Penguatan Usaha Mikro, kecil, dan menengah Melalui Kerjasama Kemitraan Pola CSR*. *Infokop, Volume 16 september .2008 (62-75)*
- Griffin, Ricky W. dan Ebert Ronald J. (2003). *Bisnis*. Jakarta: Prenhallindo.
- Joesron, Tati Suharti, Fathorrozi (2003), *Teori Ekonomi Mikro*, Penerbit Salemba empat, Jakarta.
- Samuelson dan Nordhaus. (2004). *Ilmu Makro Ekonomi*. Jakarta: PT. Media Global Edukasi.
- Selamet, R. 2003. Analisis Proses Keputusan Konsumen dalam Penelitian Beras dan Strategi Pemasaran Beras. *Skripsi*. Program Studi Agribisnis. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Simamora, B. 2004. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Stoner, Alfred dan Douglas C., Hague *Teori Ekonomi*. Jakarta: PT. Galia Indonesia
- Sukirno, Sadono. (2005). *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- United Nations Food and Agriculture Organization: *Agriculture and Consumer Protection. "Dimensions of Need - Staples: What do people eat?". Retrieved 15 October 2010.*