

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN PADA GULA KELAPA DI KECAMATAN WAY JEPARA KABUPATEN LAMPUNG TIMUR (Studi Kasus Di Pasar Way Jepara)

ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES FOR COCONUT SUGAR IN WAY JEPARA DISTRICT EAST LAMPUNG REGENCY (Case Study in Way Jepara Market)

Wintari Mandala^{1*}, Novia Ambar Sari²

^{1,2}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Perikanan dan Peternakan
Universitas Nahdlatul Ulama Lampung

*E-mail: wintarimandala1@gmail.com

Abstract

Sugar is one of the national strategic food commodities. National demand for sugar will increase in line with the increase in population, people's income and the growth of the food and beverage processing industry. Palm sugar is sugar made from coconut sap through the process of filtering coconut sap water, heating it and then molding it. The purpose of this study is to determine consumer preferences for palm sugar products and the attributes most preferred by consumers. The method used is survey method. Purposive location determination. Respondents were determined by simple random sampling. Data analysis using Conjoint Analysis. The results of research on consumer preferences are that they prefer the color of palm sugar to dark brown-black, the taste of sugar is very sweet, the size of palm sugar is large, the packaging of leaves and the price is not too high or expensive.

Keywords : Conjoint Analysis, Consumer Preference, Palm Sugar

Abstrak

Gula merupakan salah satu komoditas pangan strategis nasional. Permintaan gula secara nasional akan meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk, pendapatan masyarakat dan pertumbuhan industri pengolahan makanan dan minuman. Gula kelapa adalah gula yang dibuat dari bahan nira kelapa melalui proses air nira kelapa disaring, dipanaskan kemudian proses pencetakan. Tujuan dari penelitian ini digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk gula kelapa serta atribut yang paling disukai oleh konsumen. Metode yang digunakan adalah metode survei. Penentuan lokasi secara Purposive. Penentuan responden dilakukan secara *simple random sampling*. Analisis data menggunakan *Conjoint Analysis*. Hasil dari penelitian preferensi konsumen adalah lebih menyukai warna gula kelapa coklat tua kehitaman, rasa gula yang manis sekali, ukuran gula kelapa besar, kemasan daun serta harga yang tidak terlalu tinggi atau mahal.

Kata Kunci : Analisis Konjoin, Gula Kelapa, Preferensi Konsumen

I. PENDAHULUAN

Kegiatan pertanian Indonesia semakin meningkat dan berkembang setiap tahunnya. Semuanya dilakukan agar pertanian Indonesia dapat berkembang menjadi sektor pertanian modern. Jumlah orang yang menjadikan pertanian sebagai karir juga meningkat setiap tahun. Hasil sensus yang dilakukan Badan Pusat Statistik Indonesia menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang bekerja sebagai petani adalah 38,7 juta orang [1].

Gula berperan penting dan termasuk salah satu komoditas pangan strategis nasional. Permintaan gula dalam negeri akan meningkat seiring dengan penambahan atau peningkatan jumlah penduduk, pendapatan masyarakat dan pertumbuhan industri pengolahan makanan dan minuman [2].

Gula menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat dikarenakan gula banyak mengandung kalori dan sangat dibutuhkan oleh tubuh. Gula banyak digunakan untuk berbagai

macam keperluan baik dalam rumah tangga dan industri sebagai pemanis makanan atau minuman. Masyarakat Indonesia mengenal gula aren, gula kelapa dengan sebutan gula merah (gula kawung) dan merupakan pemanis yang dibuat dari nira yang berasal dari pohon enau dan terdapat pada bunga jantan. Selain itu juga banyak yang menyebutnya dengan gula kelapa (gula jawa). Gula kelapa adalah gula yang dibuat dari bahan nira kelapa melalui proses air nira kelapa disaring, dididihkan atau dipanaskan lalu dicetak [10].

Bentuk gula kelapa (gula jawa) yang banyak terdapat dipasar umumnya berbagai macam bentuk dan ukuran. Rasa gula kelapa dan warna gula yang dijual juga berbeda-beda, hal ini bisa disebabkan oleh proses pemasakan nira atau factor bahan pencemar yang terdapat dalam air nira kelapa [3]

Berbagai macam jenis gula yang ada di pasaran juga memiliki peminatnya sendiri sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Keinginan konsumen dalam memilih gula kelapa dengan memperhatikan atribut pada jenis gula, yaitu dari warna, rasa, ukuran, kemasan maupun harganya. Dengan adanya atribut yang melekat pada gula kelapa tersebut akan menjadikan pembeli memiliki preferensi yang berbeda dalam setiap pengambilan keputusan sebelum membeli. Hal ini memnuntut para produsen gula kelapa ataupun pemasar untuk dapat mengetahui apa saja yang menjadi dasar preferensi konsumen dalam memilih produk.

Preferensi konsumen merupakan gambaran mengenai informasi yang berkaitan dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Oleh karena itu preferensi konsumen sangat diperlukan oleh semua produsen terutama gula kelapa untuk meningkatkan atau memperbaiki hasil produksinya agar dapat memenuhi sesuai kebutuhan dan keinginan para konsumen gula kelapa. Konsumen memutuskan membeli suatu produk dapat dilihat dari segi situasi ekonomi, kepribadian dan konsep diri, motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap. Ketika konsumen akan bertindak sesuai dengan keinginannya, maka keputusan konsumen terhadap pembelian suatu produk akan semakin kuat. Pilihan suka atau tidak suka dari konsumen terhadap produk yang diminati ataupun produk yang akan dikonsumsi dari berbagai macam pilihan produk yang ada disebut preferensi konsumen [5].

II. METODE PENELITIAN

Definsi Operasional

Definisi operasional digunakan untuk memudahkan suatu penelitian terhadap variabel yang akan diteliti. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

- 1) Konsumen gula kelapa adalah konsumen sampel atau responden yang membeli gula gula kelapa untuk konsumsi ditingkat rumah tangga (konsumen akhir) di Kecamatan Way Jepara Kabupaten Lampung Timur.
- 2) Preferensi merupakan perilaku konsumen untuk memilih gula kelapa dan memiliki kecenderungannya terhadap kombinasi atribut gula kelapa yang disukai.
- 3) Atribut atau faktor adalah suatu variabel gula kelapa yang melingkupi kategori yang dimiliki serta ditentukan oleh konsumen untuk dipilih sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian gula kelapa. Atribut yang digunakan di dalam penelitian ini diantaranya :
 - a. Warna
Warna gula sangat berguna untuk membangun suatu basis kepercayaan konsumen dalam menentukan pilihan dari suatu produk yang diinginkannya. Warna dari gula kelapa dipilih berdasarkan indra penglihatan konsumen. Warna produk gula kelapa dibedakan menjadi coklat tua dan coklat muda.
 - b. Rasa
Rasa gula kelapa dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan terhadap satu produk. Rasa gula kelapa dibedakan menjadi rasa manis sekali dan rasa manis.
 - c. Kemasan
Karakteristik yang melekat pada suatu produk, dalam hal ini adalah gula kelapa. Dengan berbagai macam kemasan yang diproduksi untuk satu jenis produk yang sama, maka ada manfaat yang berhubungan dengan pemasaran produk tersebut.

- d. Ukuran
Karakteristik dari gula kelapa berukuran 1 kg baik yang berukuran besar ataupun kecil.
 - e. Harga
Jumlah rupiah yang dibayarkan oleh konsumen dalam membeli satu ukuran produk gula kemasan. Pada penelitian ini harga gula kelapa untuk ukuran 1 kg < Rp. 20.000 dan >Rp. 20.000.
- 4) Karakteristik responden merupakan semua yang berkaitan dengan identitas responden dan dinilai dari jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan jumlah tanggungan keluarga.
- 5) Gula kelapa adalah jenis gula kelapa (gula jawa) dan biasanya dijual dalam dengan berukuran 1 kg.

Metode Penentuan Daerah Sampel

Obyek dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli gula kelapa yang berlokasi di pasar Way Jepara Kabupaten Lampung Timur. Pemilihan lokasi ditentukan dengan metode Purposive, yaitu dengan menentukan lokasi sesuai kriteria dan tujuan penelitian [6]. Selain itu pasar ini juga terletak di pusat Kecamatan dengan harapan daerah lainnya dapat terwakilkan.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei yang dilakukan secara online menggunakan google form. Survei dilakukan dengan memberikan link kuesioner online yang disebarakan untuk diisi oleh masyarakat yang bertempat tinggal di Kecamatan Way Jepara. Dalam rangka meminimalisir kesalahan (bias) dalam pengisian kuesioner, di deskripsi dalam kuesioner diberikan disclaimer tentang persyaratan yang boleh mengisi kuesioner:

1. Responden bertempat tinggal di Kecamatan Way Jepara, Kabupaten Lampung Timur
2. Responden adalah konsumen akhir dan mengkonsumsi gula kemasan untuk kebutuhan rumah tangga bukan untuk pelaku usaha atau dijual kembali.

Metode Pengambilan Sampel

Pemilihan sampel responden dilakukan secara *simple random sampling*, yakni teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut [4]. Sampel diambil sebanyak 50 orang dari 100 populasi yang dihitung menggunakan rumus Slovin berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan Analisis Konjoin dan metode ini dapat dipresentasikan dibawah ini [7].

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

Keterangan :

U (X) : nilai total (Utility)

ij : nilai kegunaan berasal dari atribut ke-i taraf ke-j

ki : jumlah atau banyaknya taraf dari atribut ke-i

m : banyaknya jumlah dari atribut

Xij : variabel dummy dari atribut ke-i ke taraf ke-j

Dalam mengumpulkan pendapat responden terhadap kategori atau atribut yang ada dengan level tingkatan dan didesain dengan *orthogonal* sehingga didapatkan kombinasi *plan card*.

Penilaian skor menggunakan skala likert untuk menentukan apa yang menjadi preferensi konsumen dari nilai *utility* yang penting. Penilaian dengan pernyataan dari angka 1 = sangat tidak setuju sekali, 2 = tidak setuju, 3 = cukup suka, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju sekali. Atribut yang digunakan yaitu, warna gula kelapa, rasa gula kelapa, ukuran gula kelapa, kemasan gula kelapa, harga gula kelapa. Dan semua atribut serta level setelah diolah akan menghasilkan stimuli untuk kuisisioner. Analisis data dilakukan secara multivariate dengan analisis konjoin untuk mengetahui *Utility* dan *Importance Value*. Data diolah menggunakan SPSS.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

1) Jenis Kelamin

Dari 50 responden dapat dilihat karakteristiknya pada tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik responden konsumen gula kelapa menurut jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (orang)
1	Perempuan	46
2	Laki-Laki	4
Jumlah		50

Sumber : Data primer diolah (2023).

Berdasarkan Tabel 1. menunjukkan bahwa dari 50 responden yang melakukan pembelian gula kelapa di Kecamatan Way Jepara sebagian besar konsumen perempuan yaitu sebanyak 45 orang, sedangkan konsumen laki-laki sebanyak 5 orang. Hal ini menunjukkan bahwa dalam kegiatan berbelanja gula kelapa di Kecamatan Way Jepara konsumen perempuan lebih mendominasi.

2) Usia

Tabel 2. Karakteristik responden konsumen gula kelapa berdasarkan usia

No.	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah Responden(orang)
1	19-24	7
2	25-29	8
3	30-35	14
4	36-40	8
5	41-46	5
6	47-51	4
7	52-57	2
8	57-61	2
Jumlah		50

Sumber : Data primer diolah (2023).

Pada Tabel 2. Tersebut menunjukkan bahwa usia responden diduga mempengaruhi dalam keputusan membeli gula kelapa. Semakin bertambah usia (semakin tua), konsumsi gula akan semakin berkurang sehingga berpengaruh pada intensitas pembelian. Selain itu keputusan dalam membeli gula kelapa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen yang mengkonsumsi gula kelapa rata-rata berusia 30-35 tahun.

3) Tingkat Pendidikan

Tabel 3. Karakteristik Responden Konsumen Gula Kelapa (Gula Jawa) menurut Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)
1	SD	6
2	SMP	12
3	SMA	18
4	S1	14
Jumlah		50

Sumber : Data primer diolah (2023).

Tabel di atas menunjukkan bahwa konsumen gula kelapa di Kecamatan Way Jepara dengan jumlah terbanyak yaitu lulusan SMP sebanyak 12 orang. Sedangkan lulusan SMA sebanyak 18 orang, lulusan SD sebanyak 6 orang, sedangkan untuk lulusan Sarjana sebanyak 14 orang. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen gula kelapa di Way Jepara di dominasi lulusan SMA.

4) Jenis Pekerjaan

Tabel 4. Karakteristik Responden Konsumen Gula Kelapa (Gula Jawa) menurut Jenis Pekerjaan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)
1	Wiraswasta	4
2	Petani	5
3	Ibu Rumah Tangga	18
4	PNS	5
5	Dan lain-lain	18
Jumlah		50

Sumber : Data primer diolah (2023).

Tabel di atas menunjukkan bahwa pekerjaan dari konsumen gula kelapa di Kecamatan Way Jepara memiliki beragam pekerjaan, diantaranya Pegawai Negeri Sipil (PNS), Petani, Wiraswasta, Ibu Rumah Tangga (IRT), dan lain-lain. Berdasarkan Table 4. Konsumen terbanyak adalah ibu rumah tangga sebanyak 18 orang dan lain-lain sebanyak 18 orang juga. Petani dan PNS sebanyak 5 orang yang terendah adalah wiraswasta sebanyak 4 orang.

Prilaku Konsumen

Prilaku konsumen pada dasarnya berkaitan dengan suatu proses keputusan sebelum melakukan pembelian serta tindakan untuk memperoleh, menggunakan, mengkonsumsi, serta menghabiskan produk. Untuk mengetahui perilaku konsumen pada penelitian ini dapat diamati prilaku konsumen seperti jumlah pembelian produk, siapa yang akan membeli produk, serta bagaimana konsumen mendapatkan informasi terkait barang atau produk yang akan dibeli.

Frekuensi Pembelian Gula kelapa

Tabel 5. Frekuensi pembelian gula kelapa (jawa) kemasan oleh responden di Kecamatan Way Jepara Kabupaten Lampung Timur.

No.	Frekuensi Pembelian	Jumlah Responden (Orang)
1	Setiap Hari	2
2	Satu Kali Seminggu	12
3	Dua Kali Seminggu	16
4	TidakTentu	20

No.	Frekuensi Pembelian Jumlah	Jumlah Responden (Orang) 50
-----	-------------------------------	--------------------------------

Sumber : Data primer diolah (2023).

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah konsumen gula kelapa menurut frekuensi pembelian oleh responden yaitu saat pembelian gula kelapa. Konsumen yang membeli gula kelapa paling dominan adalah pada waktu yang tidak tentu sebanyak 20 orang.

Jumlah Pembelian Gula Kelapa

Tabel 6. dibawah ini merupakan jumlah pembelian gula pasir kemasan dari total responden, Konsumen yang membeli dengan jumlah < 1 kg sebanyak 15 orang. Sedangkan responden yang melakukan pembelian gula kelapa > 1 kg sebanyak 35 orang.

Tabel 6. Jumlah Pembelian Gula Pasir Kemasan oleh Responden

No.	Jumlah Pembelian (Kg)	Jumlah Responden (Orang)
1	< 1 Kg	15
2	> 1 Kg	35
Jumlah		50

Sumber : Data primer diolah (2023).

Pada tabel memperlihatkan Sebagian besar konsumen dalam membeli gula kelapa dengan jumlah sebanyak lebih dari 1 kg, yaitu sebanyak 35 orang responden. Atribut yang digunakan sebagai objek preferensi konsumen dalam menentukan pilihan terhadap produk gula kelapa adalah warna gula, rasa gula, ukuran, kemasan dan harga. Pada tabel 7 dapat dilihat hasil output analisis konjoin.

Tabel 7. Analisis Konjoin

No	Atribut	Keterangan	Utility Estimate	Std.Error
1	Warna	Coklat tua kehitaman	.168	.045
		Coklat muda	-.168	.045
2	Rasa	Manis sekali	.188	.045
		Manis	-.188	.045
3	Ukuran	Besar	.062	.045
		Kecil	-.062	.045
4	Kemasan	Daun	.107	.045
		Plastik	-.107	.045
5	Harga	< Rp.20.000	.152	.045
		> Rp.20.000	-.152	.045
Constant			3.452	.045

Sumber : Data primer diolah (2023).

Dari Tabel 7 terlihat jelas atribut pada gula kelapa bernilai positif pada atribut rasa gula kelapa dengan utility positif sebesar 0.88 dan berarti konsumen cenderung lebih memilih kualitas rasa yang manis sekali. Pada atribut gula kelapa terendah ada pada ukuran gula, hal ini menandakan ukuran gula yang besar lebih disukai.

Nilai utility merupakan selisih nilai rata-rata antara faktor tertentu terhadap nilai constant dan jika bernilai positif maka konsumen responden lebih suka terhadap stimuli tersebut [9]. Nilai utility pada warna kelapa coklat tua kehitaman sebesar 0.152. artinya konsumen memilih warna gula kelapa coklat tua kehitaman dibandingkan warna gula kelapa coklat muda kekuningan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh [8] atribut warna gula kelapa yang berwarna hitam lebih disukai konsumen.

Tabel 8. *Importance value* dari hasil analisis konjoin terhadap atribut gula kelapa di pasar way jebara

No	Atribut	Importance Value
1	Warna	24.021
2	Rasa	19.788
3	Ukuran	16.481
4	Kemasan	22.051
5	Harga	15.658

Sumber : Data primer diolah (2023).

Pada tabel diatas terlihat bahwa atribut warna gula kelapa memiliki nilai *importance value* tertinggi sebesar 24.021 yang merupakan atribut terpenting dalam memilih produk. Warna gula kelapa oleh konsumen karena dianggap factor paling penting misalnya fungsi gula kelapa yang terdapat banyak dalam bentuk olahan makanan ataupun minuman, serta sebagai pewarna. Nilai atribut berikutnya adalah kemasan sebesar 22.051. Atribut rasa gula kelapa sebesar 19.788 lebih tinggi daripada nilai atribut ukuran gula kelapa sebesar 16.481, serta atribut harga sebesar 15.658 dan merupakan nilai *importance value* terendah. Atribut harga merupakan atribut terakhir dalam preferensi konsumen gula kelapa karena konsumen membayar sepadan sesuai dengan kualitas produk gula yang didapatkan. Hal ini sesuai penelitian [11] konsumen lebih menyukai harga yang tidak terlalu mahal dalam memutuskan produk yang akan dibeli.)

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian dapat disimpulkan preferensi konsumen gula kelapa di pasar way jebara kabupaten lampung timur terlihat bahwa konsumen terbanyak gula kelapa didominasi oleh perempuan sebanyak 46 orang dan berprofesi sebagai ibu rumah tangga. Preferensi konsumen dalam mengambil keputusan sebelum membeli produk gula kelapa adalah warna gula kelapa coklat tua kehitaman, rasa gula yang manis sekali, ukuran gula kelapa besar, kemasan daun serta harga yang tidak terlalu tinggi atau mahal.

Masyarakat yang menjadi responden, cenderung memilih gula kelapa dengan warna cokelat kehitaman. Hal ini dianggap bahwa warna tersebut lebih menarik saat diolah menjadi masakan. Selain warna, tentunya konsumen memilih gula kelapa dengan cita rasa yang manis sekali dari pada yang hanya manis. Masyarakat berharap, penjual atau petani gula kelapa untuk memperhatikan kualitas, kebersihan serta tidak mengurangi kualitas rasa agar sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Badan Pusat Statistik. 2018. Indonesia Dalam Angka 2018. Badan Pusat Statistik (online). <https://www.bps.go.id>. Diakses 10 Maret 2023.
- [2] Kementan. 2021. Analisis Kinerja Perdagangan Gula. Pusat Data dan Informasi Pertanian Sekretarian Jenderal, Kementerian Pertanian. Volume 11 Nomor 1G
- [3] Heri, M., M. Lukman. 2007. Pendampingan penerapan diversifikasi produk gula kelapa/merah kemasan kecil. J. Dedikasi
- [4] Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : ALFABETA

- [5] Kotler, P. 2000. Manajemen Pemasaran (Terjemahan). Edisi Milenium. PT. Indeks. Jakarta.
- [6] Martono, N. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta. Rajawali Pers
- [7] Maalhotra, NK. 2004. Marketing Research an Applied Orientation. United States: Pearson Education International.
- [8] Nurhadi, Azkia, Agus Setiadi, dan Hery Setiyawan. 2018. Preferensi Konsumen Gula Kelapa Pasar Godean, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian. Vol.3 (1):359-426
- [9] Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IMB SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- [10] Utami Sefti Sinta, Ika Fatmawati, dan Ribut Santosa. 2018. Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Lengkuas Cap Potre Alomampa. Skripsi thesis, Universitas Wiraraja. Sumenep
- [11] Pratama, F., W. H. Susanto dan I. Purwantiningrum 2015. Pembuatan gula kelapa dari nira terfermentasi alami. J. Pangan dan Agroindustri.
- [12] Harianto, Yudhi, dan Nurul Wahdah. 2017. Analisis Preferensi Konsumen terhadap Produk Gula Aren Di Kecamatan Awayan Kabupaten Balangan. Jurnal Sains STIPER Amuntai, Vol. 7(2), 86-94