

**PREFERENSI KONSUMEN BERAS ORGANIK DI MARKETPLACE
TOKOPEDIA**

(Consumer Preferences of Organic Rice at the Tokopedia Marketplace)

Ike Yulyanti Dewi*, Syarif Imam Hidayat, Endang Yektiningsih

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

*email: ike.yulyantidewi96@gmail.com

SUBMITTED 15 September 2022, **REVISED** 1 November 2022, **ACCEPTED** 15 November 2022

ABSTRACT

Preference is a subjective taste for various choices of existing product attributes. Consumer preferences need to be known so that producer can target their consumers in a more focused manner. Therefore, this study aims to analyze consumer preferences for the attributes of organic rice. This study was conducted at Tokopedia marketplace. The sampling method in this study used a non-probability sampling method, namely purposive sampling, and obtained 65 respondents. The analysis used in this study is Importance and Performance Analysis (IPA). The results showed that the attributes of organic rice that had the highest importance were the cleanliness of organic rice from objects other than rice, the color of organic rice that was not too white, and the integrity of the grains of organic rice. This means that consumers' preferences for organic rice in the Tokopedia marketplace are clean organic rice, organic rice colors that are not too white, and whole grains of organic rice.

Keywords: Preference, Consumer, Organic Rice, Tokopedia

INTISARI

Preferensi adalah selera subjektif terhadap berbagai pilihan atribut produk yang ada. Preferensi konsumen perlu diketahui agar produsen dapat membidik konsumennya secara lebih terarah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut beras organik. Penelitian ini dilakukan di marketplace Tokopedia. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling yaitu purposive sampling dan diperoleh 65 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Importance and Performance Analysis (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut beras organik yang paling penting adalah kebersihan beras organik dari benda selain beras, warna beras organik yang tidak terlalu putih, dan keutuhan butir beras organik. Artinya preferensi konsumen terhadap beras organik di marketplace Tokopedia adalah beras organik bersih, beras organik warna yang tidak terlalu putih, dan beras organik whole grain.

Kata kunci: Preferensi, Konsumen, Beras Organik, Tokopedia

PENDAHULUAN

Salah satu sub sektor pertanian yang potensial untuk dikembangkan adalah tanaman pangan, karena pangan merupakan kebutuhan dasar manusia. Sebagian besar masyarakat Indonesia mengonsumsi beras sebagai bahan pangan pokok.

Kebutuhan masyarakat Indonesia yang besar akan beras, membuat produksi beras ditingkatkan dengan menggunakan pertanian konvensional. Pertanian konvensional yaitu sistem pertanian yang menggantungkan input produksi dari bahan-bahan kimia. Pertanian konvensional memang memberikan hasil panen tinggi namun berdampak negatif terhadap lingkungan dan berbahaya bagi kesehatan manusia.

Kesadaran konsumen yang meningkat akan kesehatan membuat konsumen lebih selektif dalam memilih beras untuk dikonsumsi. Khususnya bagi konsumen *middle-up* yang mengonsumsi beras tidak hanya untuk mengenyangkan tetapi juga yang baik untuk kesehatan. Berdasarkan alasan tersebut, konsumen yang memiliki pengetahuan akan kesehatan dan berpenghasilan menengah keatas cenderung memilih produk yang berasal dari pertanian organik.

Pertanian organik merupakan sistem pertanian yang memiliki konsep “*back to nature*”. Beras organik adalah hasil budidaya padi menggunakan sistem pertanian organik. Beras organik relatif aman untuk dikonsumsi karena tidak mengandung residu bahan kimia. Keunggulan beras organik dari beras anorganik adalah memiliki kandungan glukosa, karbohidrat, dan protein yang mudah terurai.

Biaya budidaya beras organik yang tinggi membuat harga jual beras organik juga lebih tinggi daripada beras anorganik sehingga pangsa pasarnya terbatas. Segmen pasar yang terbatas, menyebabkan beras organik kurang diketahui oleh masyarakat umum dan sulitnya beras organik untuk dijual disembarang tempat secara *offline*.

Pada era ekonomi digital ini, internet tidak hanya digunakan sebagai media untuk saling bertukar informasi saja, tetapi juga digunakan untuk jual beli *online* melalui sebuah *marketplace*. Salah satu *marketplace* tersebut yaitu Tokopedia. Para konsumen tidak perlu datang langsung ke toko, konsumen hanya perlu mengunjungi situs yang dituju dan menentukan produk yang konsumen butuhkan. Tokopedia merupakan salah satu situs jual beli *online* yang ada di Indonesia dan banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, di Tokopedia juga terdapat penjual dan pembeli beras organik.

Pemasaran beras organik harus didasarkan pada karakteristik dan perilaku konsumen. Menurut Peter dan Olson (2014), kajian perilaku konsumen dapat

dijadikan dasar untuk menganalisis lingkungan bisnis. Berdasarkan permasalahan diatas, agar produsen dapat membidik konsumennya secara lebih terarah, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen beras organik di *marketplace* Tokopedia.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* dengan subjek penelitian di *Mraketplace* yaitu Tokopedia dengan dasar pertimbangan bahwa Tokopedia merupakan toko *online* yang banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia, terdapat penjual beras organik di Tokopedia, dan terdapat konsumen beras organik di Tokopedia.

Populasi dalam penelitian ini adalah wanita yang membeli dan mengonsumsi beras organik di *Marketplace* Tokopedia. Metode penentuan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non-probability sampling*, karena jumlah populasi yang diteliti tidak diketahui atau tidak pasti. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berjumlah 65 sampel dan dibagi dalam dua kategori yaitu wanita yang membeli dan mengonsumsi beras organik di *Marketplace* Tokopedia dan sudah berumah tangga dengan minimal usia 20 tahun.

Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan melalui *platform* Tokopedia dan media sosial seperti instagram, twitter, facebook, dll dalam bentuk *google form* dengan penyebaran poster dan link akses. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui media internet seperti data profil *Marketplace* Tokopedia, data perbandingan komposisi beras organik dan beras anorganik, serta jurnal ilmiah untuk mendukung hasil penelitian.

Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kemudian dianalisis menggunakan *Importance and Performance Analysis* (IPA). Analisis ini mengaitkan antara tingkat kepentingan suatu atribut yang dimiliki oleh suatu produk tertentu dengan tingkat kinerja suatu atribut yang dirasakan konsumen. Tingkat kepentingan adalah seberapa penting suatu atribut bagi konsumen.

Sedangkan tingkat kinerja adalah kinerja aktual dari suatu atribut yang dirasakan oleh konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut disajikan tabel hasil perhitungan tingkat kepentingan suatu atribut beras organik bagi konsumen dan tingkat kinerja atribut beras organik yang dirasakan oleh konsumen menggunakan IPA (*Importance and Performance Analysis*).

Tabel 1. Hasil Perhitungan *Importance and Performance Analysis* (IPA)

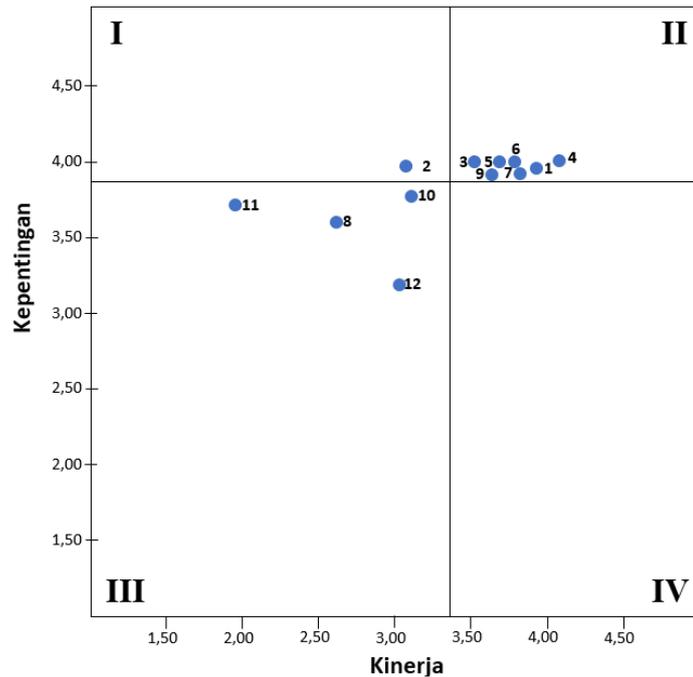
No	Atribut Beras	Tingkat Kepentingan		Tingkat Kinerja	
		ΣY_i	\bar{y}_i	ΣX_i	\bar{x}_i
1	Kepulenan nasi	253	3,89	253	3,89
2	Aroma nasi	256	3,94	208	3,20
3	Warna beras organik	258	3,97	234	3,60
4	Kebersihan beras organik	259	3,98	257	3,95
5	Keutuhan butir beras organik	258	3,97	251	3,86
6	Keseragaman butir beras organik	258	3,97	253	3,89
7	Daya tahan beras organik	252	3,88	250	3,85
8	Kemasan beras organik	239	3,68	181	2,78
9	Label organik	255	3,92	251	3,86
10	Merek	247	3,80	209	3,22
11	Iklan beras organik	245	3,77	129	1,98
12	Harga beras organik	205	3,15	203	3,12
	Jumlah	2985	45,92	2679	41,22
	Rata-rata		3,83		3,44

Sumber: Data Primer, Diolah (2022)

Hasil perhitungan *Importance and Performance Analysis* (IPA) akan menghasilkan skor rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja masing-masing atribut beras organik yang nantinya akan digunakan untuk menentukan posisi dan urutan prioritas atribut dengan menggunakan diagram kartesius yang terbagi dalam 4 kuadran. Masing-masing atribut beras organik diposisikan dalam sebuah diagram, dimana skor rata-rata penilaian terhadap kepentingan (\bar{y}) menunjukkan posisi atribut pada sumbu Y, sementara pada atribut sumbu X ditunjukkan oleh skor rata-rata tingkat kinerja (\bar{x}). Setelah itu, menghitung rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja untuk keseluruhan atribut beras organik dengan rumus sebagai berikut.

$$\begin{aligned}\bar{x} &= \frac{\Sigma \bar{x}_i}{k} & \bar{y} &= \frac{\Sigma \bar{y}_i}{k} \\ \bar{x} &= \frac{41,22}{12} & \bar{y} &= \frac{45,92}{12} \\ \bar{x} &= 3,44 & \bar{y} &= 3,83\end{aligned}$$

Nilai rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja untuk keseluruhan atribut beras organik digunakan sebagai titik potong pada diagram kartesius. Nilai rata-rata tingkat kepentingan keseluruhan atribut digunakan untuk garis tengah sumbu Y yaitu 3,83 dan nilai rata-rata tingkat kinerja keseluruhan atribut digunakan untuk garis tengah sumbu X yaitu 3,44.



Gambar 1 Diagram Kartesius *Importance and Performance Analysis* (IPA)
 Sumber: Lupiyoadi, 2015

Berdasarkan Gambar 1, hasil diagram kartesius *importance and performance analysis* dapat diringkas sebagai berikut.

Tabel 2 Hasil Diagram *Importance and Performance Analysis* (IPA)

Kuadran I	Kuadran II	Kuadran III	Kuadran IV
1. Aroma nasi (2)	1. Kepulenan nasi (1) 2. Warna beras organik (3) 3. Kebersihan beras organik (4) 4. <i>Broken</i> (5) 5. Keseragaman butir beras organik (6) 6. Daya tahan beras organik (7) 7. Label organik (9)	1. Kemasan beras organik (8) 2. Merek (10) 3. Iklan beras organik (11) 4. Harga beras organik (12)	-

Sumber: Data Primer, Diolah (2022)

a. *Kuadran I (Prioritas Utama)*

Atribut-atribut beras organik yang berada pada kuadran I memiliki tingkat kepentingan tinggi, namun memiliki tingkat kinerja yang rendah sehingga dinilai konsumen kurang memuaskan. Oleh karena itu, atribut beras organik yang berada pada kuadran ini kinerjanya perlu ditingkatkan dan diprioritaskan agar kepuasan konsumen meningkat.

Aroma Nasi

Atribut aroma nasi memiliki tingkat kepentingan sebesar 3,94 dan tingkat kinerja sebesar 3,20. Atribut aroma beras organik setelah dimasak menjadi nasi belum memberikan kepuasan bagi konsumen. Aroma nasi dapat dipengaruhi oleh suhu dan udara pada saat penyimpanan beras organik. Menurut Ratnawati (2013), semakin tinggi suhu udara dan semakin lama beras organik disimpan akan semakin menurun aroma nasinya. Oleh karena itu, peningkatan kinerja atribut aroma nasi dapat dilakukan oleh produsen atau oleh pedagang dengan cara memperbaiki sistem penyimpanan beras organik agar kualitas beras organik tetap terjaga dan tidak bau apek.

b. *Kuadran II (Prioritas Prestasi)*

Atribut-atribut beras organik yang berada pada kuadran II memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang tinggi sehingga perlu dipertahankan. Atribut-atribut beras organik yang berada pada kuadran II harus tetap dipertahankan karena menjadi keunggulan dari beras organik.

Kepulenan Nasi

Atribut kepulenan nasi memiliki tingkat kepentingan sebesar 3,89 dan tingkat kinerja sebesar 3,89. Hal ini menunjukkan bahwa atribut kepulenan nasi telah memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga produsen diharapkan dapat mempertahankan kinerja atribut kepulenan nasi. Beras organik setelah dimasak menjadi nasi memiliki tekstur yang pulen sehingga mampu memberikan kepuasan untuk konsumen.. Swastika (2013), juga menyatakan bahwa atribut kepulenan nasi berada pada kuadran II, konsumen mengaku menyukai nasi yang pulen.

Warna Beras Organik

Atribut warna beras organik memiliki tingkat kepentingan sebesar 3,97 dan tingkat kinerja sebesar 3,60. Hal ini menunjukkan bahwa atribut warna beras organik telah memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga produsen diharapkan dapat mempertahankan kinerja atribut warna beras organik. Bagi konsumen, warna beras organik alami yang tidak terlalu putih dianggap penting karena beras tidak menggunakan pemutih beras untuk mempercantik warna beras. Nurmalina (2012), juga menyatakan bahwa atribut warna beras organik berada pada kuadran II, karena warna beras dapat mempengaruhi selera makan konsumen.

Kebersihan Beras Organik

Atribut kebersihan beras organik dari benda lain seperti batu, gabah, dan lainnya memiliki tingkat kepentingan sebesar 3,98 dan tingkat kinerja sebesar 3,95. Hal ini menunjukkan bahwa atribut kebersihan beras organik telah memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga produsen diharapkan dapat mempertahankan kinerja atribut kebersihan beras organik. Bagi konsumen, kebersihan beras organik dari benda lain dianggap penting karena dapat meningkatkan selera makan. Menurut Nafiah (2015), atribut kebersihan beras organik dianggap penting oleh konsumen karena beras yang bersih memudahkan konsumen dalam memasak.

Keutuhan Butir Beras Organik (*Broken*)

Menurut Moehji (2017), butiran-butiran biji beras tampak utuh atau tidak banyak yang patah merupakan patokan yang dapat digunakan memilih beras yang baik. Atribut *broken* memiliki tingkat kepentingan sebesar 3,97 dan tingkat kinerja sebesar 3,86. Hal ini menunjukkan bahwa atribut *broken* telah memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga produsen diharapkan dapat mempertahankan kinerja atribut *broken*. Bagi konsumen, atribut *broken* dianggap penting oleh konsumen karena berpengaruh pada penampakan beras setelah dimasak. Nurmalina (2012), juga menyatakan bahwa atribut *broken* berada pada kuadran II, konsumen menilai bahwa atribut *broken* berpengaruh pada penampakan beras setelah dimasak menjadi nasi sehingga dapat mempengaruhi selera makan konsumen.

Keseragaman Butir Beras Organik

Atribut keseragaman butir beras organik memiliki tingkat kepentingan sebesar 3,97 dan tingkat kinerja sebesar 3,89. Hal ini menunjukkan bahwa atribut keseragaman butir beras organik telah memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga produsen diharapkan dapat mempertahankan kinerja atribut keseragaman butir beras organik. Bagi konsumen, keseragaman butir beras organik berpengaruh pada penampakan beras organik setelah dimasak. Nurmalina (2012), juga menyatakan bahwa atribut keseragaman butir beras organik berada pada kuadran II, konsumen menilai bahwa atribut keseragaman butir beras organik berpengaruh pada penampakan beras setelah dimasak menjadi nasi sehingga dapat mempengaruhi selera makan konsumen.

Daya Tahan Beras Organik

Atribut daya tahan beras organik setelah dimasak menjadi nasi memiliki tingkat kepentingan sebesar 3,88 dan tingkat kinerja sebesar 3,85. Hal ini menunjukkan bahwa atribut daya tahan beras organik telah memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga produsen diharapkan dapat mempertahankan kinerja atribut daya tahan beras organik. Nasi yang berasal dari beras organik memiliki daya simpan lebih lama. Wuryani (2015), juga menyatakan bahwa nasi berasal dari beras organik mempunyai masa simpan yang jauh lebih lama dibandingkan dengan beras anorganik.

Label Organik

Atribut label organik memiliki tingkat kepentingan sebesar 3,92 dan tingkat kinerja sebesar 3,86. Hal ini menunjukkan bahwa atribut label organik telah memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga produsen diharapkan dapat mempertahankan kinerja atribut label organik. Produsen dapat menempelkan label organik pada kemasan produknya apabila memiliki sertifikat khusus dari lembaga sertifikasi organik. Bagi konsumen, label organik penting karena menunjukkan bahwa beras yang dikonsumsi memang beras yang dikelola secara organik. Swastika (2013), juga menyatakan bahwa sertifikat organik dan kesesuaian label merupakan salah satu atribut yang konsumen anggap penting.

c. *Kuadran III (Prioritas Rendah)*

Atribut-atribut beras organik yang berada pada kuadran III memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang rendah. Peningkatan kinerja atribut yang berada kuadran ini sebaiknya dilakukan ketika kinerja atribut yang berada pada kuadran I ditingkatkan.

Kemasan Beras Organik

Atribut kemasan beras organik memiliki tingkat kepentingan sebesar 3,68 dan tingkat kinerja sebesar 2,78. Hal ini menunjukkan bahwa atribut kemasan beras organik dianggap kurang penting dan kurang diperhatikan oleh konsumen. Bagi konsumen, lebih penting isi dalam kemasan beras organik daripada kemasan beras organik. Kartikasari (2019), juga menyatakan bahwa atribut kemasan beras organik berada pada kuadran III, karena kemasan yang menarik belum tentu rasanya sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.

Merek

Atribut merek memiliki tingkat kepentingan sebesar 3,80 dan tingkat kinerja sebesar 3,22. Hal ini menunjukkan bahwa atribut merek dianggap kurang penting dan kurang diperhatikan oleh konsumen. Konsumen lebih mementingkan kualitas produk daripada terkenal atau tidak terkenalnya merek produk. Andreansyah (2019), juga menyatakan jika kualitas dapat diamati maka kehadiran merek kurang berperan karena konsumen menilai secara langsung.

Iklan Beras Organik

Atribut iklan beras organik memiliki tingkat kepentingan sebesar 3,77 dan tingkat kinerja 1,98. Hal ini menunjukkan bahwa atribut iklan beras organik dianggap kurang penting dan kurang diperhatikan oleh konsumen. Bagi konsumen, sumber informasi terpercaya berasal dari dirinya sendiri. Iklan beras organik dinilai tidak menarik, informasi dari iklan sangat terbatas dan tidak intensif. Andreansyah (2019), juga menyatakan bahwa iklan beras organik tidak terlalu mempengaruhi konsumen dalam pembelian beras organik.

Harga Beras Organik

Atribut harga beras organik memiliki tingkat kepentingan sebesar 3,15 dan tingkat kinerja sebesar 3,12. Hal ini menunjukkan bahwa atribut harga beras

organik dianggap kurang penting dan kurang diperhatikan oleh konsumen. Sebagian besar konsumen mengatakan bahwa harga beras organik ini murah karena didukung oleh besarnya pendapatan konsumen. Harga sering dikaitkan dengan kualitas produk, semakin mahal suatu produk biasanya semakin baik kualitas produk tersebut. Maulana (2016), juga menyatakan bahwa konsumen cenderung mengasosiasikan harga dengan tingkat kualitas produk.

d. *Kuadran IV (Berlebihan)*

Atribut-atribut beras organik yang berada kuadran IV memiliki tingkat kinerja yang baik tetapi tingkat kepentingannya rendah. Kinerja atribut yang berada pada kuadran ini dianggap berlebihan oleh konsumen sehingga investasi pada atribut ini sebaiknya digunakan untuk atribut yang berada pada kuadran I. Pada kuadran IV tidak terdapat atribut beras organik. Tidak adanya atribut yang terletak pada kuadran ini menunjukkan bahwa kinerja produsen dalam memuaskan konsumen telah cukup efektif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Atribut beras organik yang memiliki tingkat kepentingan paling tinggi adalah kebersihan beras organik dari benda lain selain beras, warna beras organik yang tidak terlalu putih, dan keutuhan butir beras organik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa preferensi konsumen beras organik di *marketplace* Tokopedia adalah beras organik yang bersih, warna beras organik tidak terlalu putih, dan butir beras organik yang utuh.

Saran

Prioritas perbaikan atribut beras organik berdasarkan atribut yang dinilai penting oleh konsumen namun kinerjanya masih rendah adalah atribut aroma nasi. Oleh karena itu, produsen beras organik disarankan untuk menanam jenis/varietas padi organik yang dapat menghasilkan beras organik beraroma harum sesuai dengan keinginan konsumen. Selain itu, dalam hal penyimpanan beras organik, produsen atau pedagang beras organik disarankan tidak menyimpan beras organik dalam waktu yang cukup lama agar kualitasnya tetap terjaga. Pemerintah sebaiknya

memberikan fasilitas advokasi, pendampingan, pengawasan, dan pembinaan kepada petani mengenai kualitas beras organik.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreansyah. 2019. *Analisis Perilaku Konsumen Pada Keputusan Pembelian Beras Organik*. Skripsi. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Kartikasari, R. D., Prasetyowati, K., Suswadi. 2019. Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Berbelanja Beras Organik di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Agrineca*, Vol. 19 (2): 22-28.
- Lupiyoadi, R. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: *Salemba Empat*.
- Maulana, A. S. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 7 (2): 113-125.
- Moehji, S. 2017. *Dasar-Dasar Ilmu Gizi I*. Jakarta: *Pustaka Kemang*.
- Nafiah, A. Z., Marwanti, S., Widadie, F. 2015. Analisis Preferensi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Mutu Beras di Pasar Legi Surakarta. *Jurnal Agrista*, Vol. 3 (3): 371-380.
- Nurmalina, R. 2012. Analisis Preferensi dan Kepuasan Konsumen terhadap Beras di Kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur. *Jurnal Sains Terapan*, Vol. 1 (1): 42-53.
- Peter JP dan Olson JC. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid II. Edisi ke 9. Jakarta: *Salemba Empat*.
- Ratnawati., Djaeni, M., Hartono, D. 2013. Perubahan Kualitas Beras Selama Penyimpanan. *Pangan*, Vol. 22: 199-207.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: *Alfabeta*.
- Swastika, N., Yanto, T., Hartati, A. 2013. Performansi Kualitas Atribut Beras Organik dan Tingkat Kepuasan Konsumen Beras Organik di Kabupaten Sragen. *Jurnal Agrin*, Vol. 17 (3): 103-112.
- Wuryani, S., Padmini, O. S., Brotodjojo, R. 2015. Kajian Kualitas Gizi Beras dan Organoleptik serta Daya Tahan Nasi Hasil Pengembangan Budidaya Padi Konvensional Menuju Padi Organik di Kabupaten Sragen. *Jurnal Agrinvest*, Vol. 19: 46-51.