Frontier Agribisnis

OPEN ACCESS

e-ISSN 3048-1260

Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa (JTAM)

https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/fag

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN PADA PRODUK MINYAK GORENG KEMASAN DI KECAMATAN BANJARBARU SELATAN KOTA BANJARBARU

Analysis of Consumer Preferences on Packaged Cooking Oil Products in The Southern Banjarbaru on Subdistrict Banjarbaru City

Nahliza [*a], Muhammad Fauzi[*b] dan Karimal Arum Shafriani[*c]

[*]Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat

Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

ABSTRAK

Kemampuan untuk memilih di antara minyak goreng dalam kemasan yang tersedia adalah dasar dari preferensi konsumen, sebuah sikap terhadap konsumsi. Sebagai permulaan, kami berharap dapat mengetahui fitur-fitur apa saja dari kemasan minyak goreng yang paling penting bagi para pembeli di Kecamatan Banjarbaru Selatan, Kota Banjarbaru. Tujuan kedua adalah untuk menentukan peringkat atribut kemasan minyak goreng di Kecamatan Banjarbaru Selatan, Kota Banjarbaru, berdasarkan tingkat kepentingannya bagi konsumen. Peneliti menggunakan analisis konjoin dengan skala Likert untuk mengetahui fitur apa saja yang disukai konsumen minyak goreng kemasan. Pengambilan sampel nonprobabilitas, lebih khusus lagi pendekatan pengambilan sampel tidak sengaja, digunakan untuk proses pengambilan sampel. Dua puluh partisipan dianggap mewakili seluruh populasi pengguna minyak goreng kemasan untuk keperluan strategi pengambilan sampel penelitian ini. Kemasan, biaya, dimensi, warna, dan transparansi adalah karakteristik yang tercakup dalam penelitian ini. Preferensi konsumen, menurut temuan, berpusat pada kombinasi stimulus yang optimal, dengan mempertimbangkan relevansi relatif dari kualitas dan kepraktisan nilai yang dihitung. Kualitas minyak goreng kemasan yang disukai konsumen, seperti yang ditentukan oleh hasil gabungan, meliputi kapasitas 2 liter, warna kuning keemasan, kemasan plastik (isi ulang), harga di bawah Rp20.000, dan kemampuan untuk melihat produk dengan jelas. Urutan kepentingannya adalah: pertama, warna (38,527%), kedua, ukuran (19,404%), ketiga, kejernihan (17,216%), keempat, harga (13,882%), dan kelima, kemasan (10,972%).

Kata Kunci

Analisis *Conjoint*; Atribut ; Preferensi Konsumen.

Korespondensi

Corresponding author

[b]mfauzimakki@ulm.ac.id

Main author

[a]1710514320047@mhs.ulm.ac.id

[c]karimal.shafriani@ulm.ac.id

Diterima: 06 Agustus 2024,

Disetujui: 9 Agustus 2024,

Diterbitkan on-line : 30 September 2024

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang membudidayakan berbagai macam komoditas pertanian, termasuk bahan makanan yang dapat dikonsumsi dan bahan baku untuk keperluan industri. Minyak goreng merupakan salah satu dari jenis produk perusahaan yang berasal dari bahan baku tanaman. Biasanya, minyak goreng asli yang berasal mulai tanaman diperoleh dari sumber-sumber seperti

kelapa, kelapa sawit, biji-bijian, kacang-kacangan, jagung, kedelai, dan kanola.

Pemasaran produk pertanian, khususnya minyak kelapa sawit yang berasal dari perkebunan kelapa sawit, melibatkan proses pengolahan minyak kelapa sawit menjadi minyak goreng untuk konsumsi masyarakat. Secara umum, konsumen cenderung lebih sering mengonsumsi minyak goreng yang terbuat dari minyak kelapa sawit (Noor et al., 2023).

Preferensi konsumen mengacu pada pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk yang dikonsumsi, seperti produk minyak goreng kemasan, berdasarkan beberapa fitur. Melalui pemeriksaan preferensi konsumen, kita dapat memperoleh pengetahuan yang komprehensif mengenai keinginan dan kebutuhan konsumen (Hariyani, 2005).

Ketersediaan beragam produk yang disediakan oleh produsen kepada konsumen dapat meningkatkan otonomi konsumen dalam memilih minyak goreng yang diinginkannya. Konsumen dapat dengan mudah berpindah-pindah produk sesuai dengan selera mereka karena adanya berbagai macam pilihan. Ketika membeli minyak goreng bermerek, setiap konsumen biasanya memiliki selera yang berbeda-beda. Perilaku konsumen dalam konsumsi minyak goreng bermerek didorong oleh keinginan dan kebutuhan yang harus dipenuhi (Abimanyu et al., 2024).

Jumlah penduduk Kecamatan Banjarbaru Selatan sebanyak 48.186 jiwa dan diproyeksikan akan mengalami laju pertumbuhan penduduk sebesar 1,90% per tahun dari tahun 2020 hingga 2023. Pada tahun 2023, rata-rata penggunaan minyak goreng kemasan per kapita per minggu di Kota Banjarbaru adalah 0,236 liter. Hal ini mengindikasikan bahwa penduduk di kota Banjarbaru memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi minyak goreng kemasan dalam jumlah yang cukup besar.

Berdasarkan informasi yang diberikan, penulis bertujuan untuk menentukan preferensi konsumen terhadap minyak goreng kemasan dengan menganalisis fitur-fiturnya. Untuk memahami pentingnya preferensi konsumen dan mendukung produsen dalam menghasilkan minyak goreng dalam kemasan yang sesuai dengan preferensi tersebut, penting untuk memiliki pengetahuan tentang susunan hirarki kombinasi atribut dalam keputusan pembelian.

Tujuan dan Kegunaan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut-atribut minyak goreng dalam kemasan yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam menentukan pilihan pembelian di Kecamatan Banjarbaru Selatan, Kota Banjarbaru. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi peringkat kualitas minyak goreng kemasan di Kecamatan Banjarbaru Selatan, Kota Banjarbaru, sesuai dengan preferensi konsumen.

Penelitian ini bermanfaat bagi para pemangku kepentingan dalam produksi dan konsumsi minyak goreng kemasan karena dapat memberikan informasi yang relevan. Untuk mempertimbangkan pemerintah dalam menyusun aturan terkait minyak goreng, khususnya dalam penggunaannya. Publikasi ini dapat menjadi bahan bacaan dan referensi bagi para akademisi yang tertarik dengan topik ini. Publikasi ini juga memberikan informasi berharga yang dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Banjarbaru Selatan Kota Banjarbaru, tepatnya di Pasar Bauntung Banjarbaru. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan bulan Mei 2024 sampai akhir bulan Juni 2024. Mulai dari persiapan, pengumpulan data, pengolahan data, sampai dengan tahap penulisan laporan.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari kombinasi sumber primer dan sekunder. Untuk mengumpulkan data primer, peneliti pertama-tama melakukan interview langsung dengan responden melalui penggunaan kuesioner yang telah dirancang. Data sekunder, di sisi lain, berasal dari sumber-sumber seperti Badan Pusat Statistik Kota Banjarbaru dan organisasi terkait lainnya, serta dari sumber-sumber seperti publikasi ilmiah, basis data online, dan catatan arsip.

Metode Penarikan Contoh

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan pengambilan sampel nonprobabilitas yakni dengan metode pengambilan sampel yang tidak disengaja. Yaitu metode pengambilan sampel dengan memilih responden secara spontan atau yang kebetulan ditemui di lokasi penelitian. Jumlah contoh yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 20 responden yang dianggap telah mewakili populasi konsumen minyak goreng kemasan.

Analisis Data

Analisis konjoin dilakukan untuk menentukan preferensi konsumen terhadap fitur-fitur minyak goreng kemasan. Tujuan dari analisis konjoin adalah untuk menentukan komposisi persepsi individu terhadap suatu objek, yang mungkin terdiri dari beberapa komponen.

Sebagai contoh, model dasar analisis dirumuskan :

$$U(X) = \sum_i^m \sum_j^{ki} aijxij \quad (1)$$

dengan: U(X) keseluruhan *utility* total dari tiap-tiap stimuli/kombinasi
ki nomor level
m nomor atribut
aij j : 1,2 ki dari i atribut (I = 1,2,....m)
xij variabel dummy, 1 apabila level atribut j dipilih ; dan 0 apabila tidak dipilih

Untuk mencapai tujuan awal dari penelitian ini, yaitu untuk mengidentifikasi karakteristik spesifik dari minyak goreng dalam kemasan mempengaruhi pilihan konsumen dalam keputusan pembelian, kami melakukan desain atribut dan level. Penelitian ini mengkaji karakteristik dan tingkat minyak goreng dalam kemasan, khususnya berfokus pada karakteristik kemasan botol dan plastik (isi ulang), atribut harga di bawah Rp20.000 dan antara Rp20.000-Rp30.000, atribut ukuran 1 liter dan 2 liter, atribut warna kuning keemasan dan kuning kecoklatan, serta atribut kejernihan jernih dan keruh.
Tujuan kedua dari penelitian ini adalah untuk mengetahui susunan atribut kualitas minyak goreng kemasan yang sesuai dengan keinginan dari pelanggan berdasarkan tingkat kepentingannya. Interpretasi hasil penelitian berkaitan dengan nilai utilitas, yang merupakan nilai tertinggi yang dihasilkan dari kombinasi stimuli yang lebih disukai konsumen. Nilai tertinggi mewakili fitur minyak goreng dalam kemasan dianggap yang paling penting.

Uji keakuratannya (prediksi yang akurat) :

H0 : tidak adanya korelasi yang kuat antara preferensi estimasi dan preferensi *actual*, atau tidak ada *predictive accuracy* yang tinggi pada proses *conjoint*.
H1 : adanya korelasi yang kuat antara preferensi estimasi dan preferensi *actual*, atau ada *predictive accuracy* yang tinggi pada proses *conjoint*.

Jika tanda kurang dari 0,05, H0 ditolak, dan tanda lebih dari 0,05, H1 diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Wilayah

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Banjarbaru Selatan, yang terletak di Kota Banjarbaru, di Provinsi Kalimantan Selatan. Batas-batas geografis Kecamatan Banjarbaru Selatan adalah Kecamatan Banjarbaru Utara di sebelah utara dan timur, Kecamatan Cempaka di sebelah selatan, dan Kecamatan Banjarbaru Selatan di sebelah barat. Wilayah Banjarbaru Selatan berada pada ketinggian antara 7 hingga 100 meter di atas permukaan laut. Ketinggian tersebut dapat dibagi lagi menjadi dua kategori yang berbeda: 7 hingga 25 meter, meliputi area seluas 1.827 hektar, dan 25 hingga 100 meter, meliputi area seluas 280 hektar.
Penelitian ini dilakukan di Pasar Bauntung Banjarbaru, yang merupakan pasar tradisional modern yang terletak di Jalan RO Ulin Loktabat Selatan, di Kecamatan Banjarbaru Selatan.

Karakteristik Konsumen

Jumlah sampel dari penelitian ini adalah 20 orang yang mengkonsumsi minyak goreng kemasan. Pengamatan dilakukan di Pasar Bauntung Banjarbaru yang terletak di Kecamatan Banjarbaru Selatan. Konsumen di Kecamatan Banjarbaru Selatan adalah individu, baik laki-laki maupun perempuan, yang membeli minyak goreng kemasan untuk konsumsi pribadi. Mereka membeli minyak

goreng kemasan untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri dan tidak untuk dijual kembali. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai gambaran demografis pengguna minyak goreng kemasan di Kecamatan Banjarbaru Selatan, dengan fokus pada usia dan jenis kelamin.

Usia. Menurut kelompok usia,dimana usia seseorang menentukan tingkat pembelian suatu produk , dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik konsumen berdasarkan usia

Usia	Jumlah (orang)	Persentase %
20 – 29	8	40
30 – 39	8	40
40 – 49	4	20
Total	20	100

Sumber: Data primer diolah, 2024

Pada Tabel 1, bahwa 40 % konsumen minyak goreng kemasan di Kecamatan Banjarbaru Selatan, berusia 20-29 sampai 30-39 tahun. Sedangkan untuk konsumen yang berusia antara 40-49 tahun mempunyai persentase 20 %. Konsumen yang berusia rata-rata 20-29 dan 30-39 menunjukkan bahwa memiliki pengetahuan tentang mengenai kualitas minyak goreng kemasan. Terdapat usia produktif dengan renta usia yang ada dalam berkegiatan untuk bisa melakukan pembelian minyak goreng kemasan.

Jenis kelamin. Jenis kelamin juga menjadi peran penting dalam kecenderungan pembelian dan preferensi produk, dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase %
Laki-laki	7	35
Perempuan	13	65
Jumlah	20	100

Sumber: Data primer diolah, 2024

Pada tabel 2, bahwa konsumen laki-laki sebanyak 7 orang atau 35 %, sedangkan konsumen perempuan sebanyak 13 orang atau 65 %. Dengan jumlah tersebut dinyatakan bahwa konsumen perempuan paling banyak memilih untuk membeli minyak goreng kemasan. Kecenderungan pembelian paling besar dilakukan oleh perempuan daripada laki-laki, hal ini karena perempuan lebih mengetahui kebutuhan di dapur.

Perilaku Konsumen

Untuk mengetahui perilaku konsumen pada pembelian minyak goreng kemasan meliputi frekuensi pembelian, dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Frekuensi pembelian minyak goreng

Frekuensi	Jumlah (orang)	Persentase %
Sering	12	60
Cukup Sering	6	30
Tidak Sering	2	10
Jumlah	20	100

Sumber: Data primer diolah, 2024

Tabel 3 menunjukkan bahwa mayoritas orang, 60%, membeli minyak goreng kemasan seminggu sekali. Selain itu, 30% orang membelinya setiap dua minggu sekali. Dalam skenario ini, konsumen disarankan untuk mencegah menipisnya persediaan minyak goreng kemasan yang ditawarkan untuk dijual. Frekuensi pembelian minyak goreng kemasan ini jarang terjadi, yaitu sebulan sekali, dengan jumlah pembeli hanya dua orang atau 10%. Namun, dengan mengatur pembelian setiap bulan, maka dapat dipastikan bahwa persediaan bahan pokok tetap terjaga ketika persediaan di rumah menipis, dan juga dapat mengendalikan pengeluaran.

Perancangan Stimuli

Pada perancangan stimuli dalam penelitian ini menggunakan desain *orthogonal* pada perangkat lunak SPSS. Dengan membuat kombinasi fitur dalam bentuk plan card, dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Kombinasi produk stimuli *orthogonal design* menggunakan SPSS

No	Kemasan	Harga (Rp)	Ukuran (lt)	Warna	Kejernihan	Card
1	Plastik *(refill)*	20.000-30.000	1	Kuning keemasan	Keruh	1
2	Botol	20.000-30.000	2	Kuning keemasan	Keruh	2
3	Botol	<20.000	1	Kuning keemasan	Bening	3
4	Botol	<20.000	2	Kuning Kecoklatan	Keruh	4
5	Botol	20.000-30.000	1	Kuning Kecoklatan	Bening	5
6	Plastik *(refill)*	<20.000	2	Kuning keemasan	Bening	6
7	Plastik *(refill)*	20.000-30.000	2	Kuning Kecoklatan	Bening	7
8	Plastik *(refill)*	<20.000	1	Kuning Kecoklatan	Keruh	8

Sumber: Data primer diolah, 2024

Hasil Analisis *Conjoint* Minyak Goreng Kemasan

Pada penelitian ini digunakan proses analisis *conjoint*, yang mana menghasilkan nilai kegunaan yang menunjukkan persepsi pelanggan terhadap setiap level atribut dengan nilai positif dan negatif yang menunjukkan tingkat preferensi konsumen. Nilai yang positif dan yang paling tinggi menunjukkan level atribut yang disukai pelanggan, sedangkan yang memiliki nilai negatif tidak banyak disukai pelanggan. Menurut penelitian ini dapat diamati dari *overall statistic* pada SPSS Tabel 5.

Tabel 5. Hasil analisis *conjoint* pada minyak goreng kemasan

Atribut	Level	Nilai kegunaan (*utility values*)	Std. Error
Kemasan	Botol	-0,038	0,206
	Plastik (*refill*)	0,038	0,206
Harga	< Rp20.000	0,088	0,206
	Rp20.000-Rp30.000	-0,088	0,206
Ukuran	1 liter	-0,200	0,206
	2 liter	0,200	0,206
Warna	Kuning keemasan	0,400	0,206
	Kuning kecoklatan	-0,400	0,206
Kejernihan	Bening	0,087	0,206
	Keruh	-0,087	0,206
		3.775	0,206

Sumber : Data primer diolah, 2014

Dari Tabel 5, dapat kita ketahui bahwa atribut minyak goreng kemasan plastik (refill) adalah pilihan utama konsumen, harga di bawah Rp20.000, ukuran 2 liter, berwarna kuning keemasan dan dengan kejernihan bening.

Urutan Atribut Minyak Goreng Kemasan yang Paling Paling Penting Menurut Preferensi Konsumen

Atribut dengan nilai relevansi tertinggi menunjukkan bahwa fitur tersebut lebih dipertimbangkan oleh pelanggan dibandingkan dengan atribut lainnya. Fitur ini juga memiliki dampak yang signifikan terhadap preferensi konsumen ketika membeli barang. Tabel 6 menampilkan sifat-sifat penting dari minyak goreng kemasan yang ditunjukkan oleh temuan studi.

Tabel 6. Nilai kepentingan (importance valeus) atribut minyak goreng kemasan

Atribut	Nilai Kepentingan (%)
Kemasan	10,972
Harga	13,882
Ukuran	19,404
Warna	38,527
Kejernihan	17,216

Sumber: Data primer diolah, 2024

Data Tabel 6 menunjukkan bahwa karakteristik warna memiliki signifikansi tertinggi bagi pelanggan dalam kaitannya dengan minyak goreng. Alasannya adalah kualitas warna yang menarik secara estetika, yang menarik 38,527% perhatian pelanggan. Warna kuning keemasan merupakan warna yang paling disukai berdasarkan temuan penelitian ini, sebagian besar karena mengandung beta karoten dalam jumlah yang signifikan, yang menguntungkan bagi kesehatan dan menarik bagi pelanggan.

Atribut ukuran, yang diukur sebesar 19,404%, merupakan karakteristik sekunder yang sangat dihargai oleh konsumen karena memiliki dampak yang cukup besar terhadap jumlah minyak goreng kemasan yang dikonsumsi, yang bervariasi berdasarkan kebutuhan individu.

Konsumen menganggap atribut kejernihan sebagai atribut ketiga yang paling penting, dengan nilai 17,216%. Konsumen memiliki keyakinan bahwa proses pemurnian dan

penghilangan bahan tambahan yang tidak sehat pada minyak goreng kemasan akan meningkatkan kejernihannya.

Atribut harga sebesar 13,882% merupakan faktor penting yang dinilai konsumen sebagai aspek keempat yang paling penting. Hal ini disebabkan karena pembeli mengantisipasi bahwa kualitas barang yang mereka beli akan sesuai dengan harga yang mereka bayarkan. Harga yang dipilih oleh pengguna adalah di bawah Rp20.000 per liter.

Aspek kemasan, yang diberi peringkat kepentingan sebesar 10,972%, menempati peringkat kelima di antara atribut-atribut yang dianalisis. Konsumen memilih kemasan plastik (isi ulang) karena nyaman dan mudah didapat, sehingga menjadi pilihan yang paling populer untuk mengisi ulang minyak goreng.

Korelasi Pearson's Sebagai Uji Validitas Penelitian

Adanya korelasi yang kuat dan menunjukkan ketepatan prediksi dan signifikan antara temuan kolaboratif dan temuan responden untuk menguji keakuratan dilakukan pengukuran korelasi dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Korelasi Pearson's sebagai uji validitas

	Value	Sig.
Pearson's	0,848	0,004

Sumber: Data primer diolah, 2024

Pada Tabel 7, nilai signifikan sebesar 0,00 (<0,05) menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara estimasi preferensi dan preferensi riil. Dengan nilai p-value sebesar 0,004, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, kami menolak hipotesis nol (H0). Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara statistik dari variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai korelasi Pearson sebesar 0,848 menunjukkan korelasi positif yang kuat antara variabel X dan variabel Y, karena mendekati r = 1. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel Y.

Interpretasi ini menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara evaluasi seluruh peserta dan hasil penilaian gabungan. Oleh karena itu, evaluasi umum dari para partisipan dapat dianggap sebagai representasi yang akurat dari preferensi mereka dalam membeli minyak goreng kemasan. Temuan utama dari analisis konjoin mengungkapkan desain yang disukai dari produk tertentu, yang diinginkan oleh mayoritas pelanggan. Preferensi ini didasarkan pada berbagai fitur yang dipertimbangkan konsumen ketika memilih minyak goreng kemasan.

Preferensi Konsumen Terhadap Kombinasi Atribut Minyak Goreng Kemasan

Minyak goreng yang paling disukai oleh konsumen dapat ditentukan dengan melihat nilai utilitas yang paling tinggi di antara derajat yang berbeda dari setiap kualitas. Nilai utilitas tertinggi menunjukkan fitur spesifik yang disukai konsumen pada produk minyak goreng kemasan.

Kemasan. Aspek kemasan produk minyak goreng terdiri dari dua tingkatan: kemasan botol dan kemasan plastik (isi ulang). Temuan penelitian menunjukkan bahwa tingkat kemasan botol adalah -0,038, sedangkan tingkat kemasan plastik (isi ulang) adalah 0,038. Menurut temuan penelitian ini, konsumen memiliki preferensi terhadap minyak goreng dengan kemasan plastik (isi ulang) pada level 0,038. Hal ini disebabkan karena biaya minyak goreng dalam kemasan plastik isi ulang lebih hemat dari pada minyak goreng dengan volume yang sama dalam kemasan botol.

Harga. Karakteristik harga barang minyak goreng kemasan memiliki dua tingkatan, yaitu harga di bawah Rp20.000 dan harga antara Rp20.000 dan Rp30.000. Temuan penelitian menunjukkan bahwa tingkat harga di bawah Rp20.000 memiliki koefisien sebesar 0.088, sedangkan tingkat harga antara Rp20.000 dan Rp30.000 memiliki koefisien sebesar -0.088. Temuan survei ini menunjukkan bahwa pelanggan memilih produk minyak goreng dengan harga di bawah Rp20.000. Hal ini mengindikasikan bahwa harga yang diiklankan sesuai dengan kualitas minyak goreng yang dikemas.

Ukuran. Atribut ukuran produk minyak goreng kemasan terdiri dari dua tingkatan, yaitu 1 liter dan 2 liter. Temuan penelitian menunjukkan bahwa tingkat ukuran 1 liter adalah -0.200, sedangkan tingkat ukuran 2 liter adalah 0.200. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kuantitas optimal dari

sifat minyak goreng adalah ukuran 2 liter. Hal ini lebih lanjut memberikan penjelasan bahwa beragamnya ukuran minyak goreng kemasan memungkinkan konsumen untuk memilih berdasarkan kebutuhan spesifik mereka.

Warna. Atribut warna pada produk minyak goreng kemasan terdiri dari dua tingkatan, yaitu kuning keemasan dan kuning kecoklatan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa tingkat warna kuning keemasan adalah 0.400, sedangkan tingkat warna kuning kecoklatan adalah -0.400. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan lebih menyukai minyak goreng yang digunakan berwarna kuning keemasan. Ini lebih lanjut memberikan penjelasan tentang bagaimana warna kuning keemasan pada produk minyak goreng dalam kemasan dianggap sebagai warna indikasi kualitas yang unggul.

Kejernihan. Atribut kejernihan produk minyak goreng kemasan dibagi menjadi dua tingkat: jernih dan keruh. Temuan penelitian menunjukkan bahwa tingkat kejernihan yang jernih adalah 0.087, sedangkan tingkat kejernihan yang tidak jernih adalah -0.087. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik minyak goreng kemasan yang paling diinginkan konsumen adalah kejernihannya, yaitu minyak goreng yang jernih. Konsumen sangat menghargai kejernihan pada produk minyak goreng kemasan karena hal ini menandakan bahwa minyak tersebut telah melalui proses pemurnian secara menyeluruh.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan disimpulkan sebagai berikut :

1. Atribut minyak goreng dalam kemasan menjadi preferensi konsumen di Kecamatan Banjarbaru Selatan yaitu dalam bentuk plastik (*refill*), untuk harga produk < Rp20.000, ukuran produk 2 liter, warna minyak goreng kuning keemasan, untuk kejernihan produk minyak goreng dalam kemasan bening.
2. Urutan atribut dalam memilih minyak goreng dalam kemasan berdasarkan tingkat pentingnya di Kecamatan Banjarbaru Selatan yang pertama yaitu warna (38,527%), atribut kedua yaitu ukuran (19,404%), atribut ketiga yaitu kejernihan (17,216%), atribut keempat yaitu harga (13,882%), dan atribut kelima yaitu atribut kemasan (10,972%).

Saran

Dari hasil penelitian ini diberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi produsen dan pedagang yang bergerak dalam memasarkan minyak goreng kemasan di Kecamatan Banjarbaru Selatan. Diharapkan dapat memperhatikan sebagai bahan pertimbangan dan dapat menghasilkan minyak goreng kemasan dengan kualitas sebanding dengan preferensi konsumen dan kemampuan pasar.
2. Bagi peneliti selanjutnya, untuk meneliti preferensi konsumen dengan memperluas dengan jangkauan atribut yang akan diteliti, salah satunya dengan menuju pada minyak goreng kemasan dengan merek tertentu. Dan dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai preferensi konsumen dalam hal keputusan pembelian minyak goreng kemasan.

DAFTAR PUSTAKA

Abimanyu, M. F., Azis, Y., & Yanti, N. D. (2024). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Minyak Goreng Kemasan Bermerek di Kecamatan Pelaihari. *Frontier Agribisnis*, 8(1): 119-128.

Badan Pusat Statistik. (2024). Banjarbaru Selatan Dalam Angka 2023. Kota Banjarbaru. Kalimantan Selatan.

Badan Pusat Statistik. (2024). Jumlah Konsumsi Minyak Goreng Kelapa Sawit Di Provinsi Kalimantan Selatan. Kalimantan Selatan.

Badan Pusat Statistik. (2024). Jumlah Penduduk, Rumah Tangga Menurut Kecamatan Di Provinsi Kalimantan Selatan. Kota Banjarbaru. Kalimantan Selatan.

Hariyani, A. L. (2005). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Bebas Residu Pestisida (Studi Kasus Di PT. Hero Supermarket, Surakarta). Skripsi. Universitas Sebelas Maret.

Noor, H., Ikhsan, S., & Fauzi, M. (2023). Analisis Keuntungan Pengepul Kelapa Sawit di Kecamatan Panyipatan Kabupaten Tanah Laut. *Frontier Agribisnis*, 7(2): 156-162.

Nurjanah, S. (2020). Analisis Preferensi Konsumen Pada Minyak Goreng Kemasan (Studi : Desa Sukaramai, Kecamatan Padang Tualang, Kabupaten Langkat). Disertasi. Universitas Sumatera Utara.

Sarumaha, A. D. (2015). Analisis Conjoint Terhadap Preferensi Produk Minyak Goreng Kelapa Sawit di Kota Medan. Disertasi. Universitas Sumatera Utara.