ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP PEMBELIAN BERAS DI KOTA BANJARBARU

Analysis of Consumer Preference on Rice Purchasing in Banjarbaru Municipality

Ahmad Jefrianus Shalihin [*], Taufik Hidayat, Hamdani
Prodi Agribisnis/Jurusan SEP, Fak. Pertanian – Univ. Lambung Mangkurat, Banjarbaru – Kalimantan Selatan

*Corresponding author: ahmadjefrianus@gmail.com

Abstrak. Setiap konsumen beras mempunyai preferensi masing-masing dalam menentukan beras yang akan dikonsumsi, hal itu dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti lingkungan budaya dan daya beli. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi preferensi masyarakat terhadap atribut-atribut beras di Kota Banjarbaru dan mengidentifikasi atribut beras yang menjadi pertimbangan utama masyarakat. Adapun atribut-atribut beras yang akan diteliti yaitu kepulenan beras, warna beras, dan butir patah beras. Populasi dalam penelitian ini adalah rumah tangga di Kota Banjarbaru dengan jumlah sampel sebanyak 100 rumah tangga yang dibagi menjadi dua kelompok responden, yaitu 50 responden suku Banjar dan 50 responden suku non Banjar yang dipilih secara acak. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Chi Kuadrat* (χ^2) dan Multi Atribut *Fishbein*. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu masyarakat Banjarbaru memilih beras dengan kepulenan sedang, berwarna putih bersih, dan butir patah yang sedikit. Perbedaan preferensi responden suku Banjar dan suku non Banjar terletak pada atribut kepulenan beras, dimana responden suku Banjar memilih beras pera, sedangkan responden suku non Banjar memilih beras pulen. Urutan atribut beras dari yang paling dipertimbangkan masyarakat secara berurutan adalah kepulenan beras, butir patah beras, dan warna beras. Perbedaan urutan atribut beras antara responden suku Banjar dan suku non Banjar terletak pada atribut warna beras dan butir patah beras, dimana responden suku Banjar lebih mempertimbangkan atribut butir patah beras dibanding warna beras, sedangkan responden suku non Banjar sama-sama mempertimbangkan atribut warna beras dan butir patah beras.

Kata kunci: preferensi, beras, atribut, suku Banjar, suku non Banjar

PENDAHULUAN

Sebagian besar penduduk dunia termasuk penduduk Indonesia menjadikan beras sebagai makanan pokok. Varietas padi yang lebih unggul dengan produktivitas tinggi diperlukan untuk memenuhi tingginya konsumsi beras tersebut. Diketahui pada tahun 2017 bahwa rata-rata konsumsi beras di Indonesia per kapita dalam waktu setahun sebesar 111,58 kg (BPS, 2018: 28).

Menurut BPS tahun 2018, jumlah penduduk Kota Banjarbaru tahun 2017 mencapai 248.423 jiwa yang mencakup Kecamatan Banjarbaru Utara, Banjarbaru Selatan, Landasan Ulin, Cempaka, dan Liang Anggang dengan jumlah rumah tangga sebanyak 73.323 yang terdiri dari beberapa suku bangsa yaitu suku Banjar, suku Jawa, suku Sunda, suku Madura, suku Batak, suku Dayak, suku Bugis, dan lainnya.

Tabel 1. Jumlah dan persentase penduduk menurut suku bangsa di Kota Banjarbaru tahun 2010

No	Suku Bangsa	Jumlah Penduduk (jiwa)	Persentase (%)
1	Banjar	112.135	56,17
2	Jawa	65.429	32,78
3	Sunda	3.419	1,71
4	Madura	2.718	1,36
5	Batak	2.527	1,27
6	Dayak	2.292	1,15
7	Bugis	1.675	0,84
8	Lainnya	9.432	4,72
	Jumlah	199.627	100

Sumber: BPS (2012)

Besarnya jumlah penduduk dan beragamnya suku di Kota Banjarbaru mencerminkan preferensi yang beragam dalam memenuhi kebutuhan pangan pokok yaitu beras, khususnya masyarakat suku Banjar dan masyarakat suku non Banjar.

Persepsi masyarakat di Kota Banjarbaru sampai saat ini menyatakan bahwa masyarakat suku Banjar lebih menyukai nasi pera dibandingkan suku non Banjar yang menyukai nasi pulen, khususnya suku Jawa yang menduduki peringkat kedua suku terbanyak di Kota Banjarbaru. Dalam kenyataannya hal tersebut bertolak belakang dengan apa yang peneliti dapat di lapangan. Oleh karena itu, bagaimana preferensi konsumen suku Banjar dan suku non Banjar yang merupakan masyarakat di Kota Banjarbaru dalam memilih beras untuk dikonsumsi akan dikaji pada penelitian ini.

Tujuan dan Kegunaan

Tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Mengidentifikasi preferensi masyarakat terhadap atribut-atribut beras di Kota Banjarbaru; (2) Mengidentifikasi atribut yang menjadi pertimbangan utama masyarakat di Kota Banjarbaru dalam keputusan pembelian beras.

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan perberasan; (2) Bagi pengusaha dan produsen beras, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan untuk memproduksi dan memasarkan beras yang diminati oleh konsumen; (3) Bagi peneliti lain, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang komoditas beras; (4) Bagi peneliti, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengetahuan dan bekal ilmu yang berguna dimasa mendatang.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Banjarbaru selama 8 bulan yaitu akhir bulan Februari hingga awal bulan Oktober tahun 2019, mulai dari pengumpulan data awal, penyusunan proposal penelitian, pengambilan data penelitian, sampai dengan penyusunan laporan penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara kepada responden menggunakan kuesioner. Data sekunder sebagai pelengkap data yang berasal dari lembaga atau instansi terkait serta literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

Metode Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah rumah tangga di Kota Banjarbaru. Berdasarkan jumlah rumah tangga tahun 2017 di Kota Banjarbaru sebesar 73.323, digunakan metode Slovin untuk menentukan besarnya sampel dengan persamaan sebagai berikut (Burhan, 2010: 105):

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

dengan: n jumlah sampel
N jumlah populasi
ϵ batas toleransi kesalahan

Dengan jumlah rumah tangga sebesar 73.323 dan tingkat kesalahan sebesar 10% maka didapatkan hasil yaitu 99,86 yang dibulatkan menjadi 100, sehingga jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebesar 100 rumah tangga di Kota Banjarbaru.

Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *probability sampling*, yaitu *multistage random sampling*. Pertama peneliti menentukan dua Kecamatan yang ada di Kota Banjarbaru secara acak, kemudian dari dua Kecamatan yang terpilih ditentukan lagi secara acak satu Kelurahan dari masing-masing Kecamatan, setelah itu ditentukan lagi 5 RT dari masing-masing Kelurahan terpilih secara acak yang dilanjutkan dengan pengambilan sampel sebanyak 10 rumah tangga secara acak dari masing-masing RT yang terpilih. Pada 10 rumah tangga yang akan diambil sampelnya akan dibagi lagi menjadi dua sampel yaitu suku Banjar sebanyak 5 rumah tangga dan suku non Banjar sebanyak 5 rumah tangga. Adapun RT yang terpilih menjadi tempat pengambilan sampel yaitu pada RT 2, 7, 17, 18, 35 di Kelurahan Sungai Ulin Kecamatan Banjarbaru Utara dan RT 3 RW 3, RT 4 RW 5, RT 3 RW 5,

RT 1 RW 4, RT 5 RW 3 di Kelurahan Guntung Paikat Kecamatan Banjarbaru Selatan.

Analisis Data

***Chi Kuadrat* (χ^2) Dua Sampel**. Untuk menetapkan atribut dan menguji hipotesis penelitian yang telah dibuat maka peneliti menggunakan metode pengujian *Chi Kuadrat* (χ^2) Dua Sampel. *Chi Kuadrat* (χ^2) Dua Sampel digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel bila sampelnya besar dan datanya berbentuk nominal (Sugiyono, 2015: 49).

Berikut tabel Kontingensi untuk menghitung *Chi Kuadrat* (χ^2) Dua Sampel agar lebih mudah:

Tabel 1. Tabel Kontingensi 2 x 2

Sampel	Frekuensi Pada:		Jumlah
	Objek 1	Objek 2	
Sampel A	a	b	a + b
Sampel B	c	d	c + d
Jumlah	a + c	b + d	n

Sumber: Sugiyono (2015: 50)

Rumus yang digunakan dengan memperhatikan koreksi Yates untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut:

$$\chi^2 = \frac{n\,(|\,ad - bc\,| - {}^1/_2\,n)^2}{(a+b)\,(a+c)\,(b+d)\,(c+d)} \qquad (2)$$

Tabel 2. Tabel Kontingensi 2 x 3

Sampel	Frekuensi pada:			Jumlah
	Objek 1	Objek 2	Objek 3	
Sampel A	O_{11}	O_{12}	O_{13}	n_A
Sampel B	O_{21}	O_{22}	O_{23}	n_B
Jumlah	n_I	n_{II}	n_{III}	N

Sumber: Sugiyono (2015: 50)

Rumus yang digunakan untuk menguji hipotesis jika data disusun dalam tabel b (baris) x k (kolom) tertentu adalah sebagai berikut:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^{b}\sum_{j=1}^{k}\frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \qquad (3)$$

dengan: O_{ij} frekuensi observasi baris i dan kolom j
E_{ij} frekuensi ekspektasi baris i dan kolom j

Hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak dapat diketahui dengan cara membandingkan *Chi Kuadrat* (χ^2) hitung dan *Chi Kuadrat* (χ^2) tabel dengan dk dan taraf kesalahan tertentu. Ketentuan yang berlaku yaitu apabila *Chi Kuadrat* (χ^2) hitung lebih besar atau sama dengan *Chi Kuadrat* (χ^2) tabel maka H_o ditolak, dan apabila lebih kecil maka H_o diterima (Sugiyono, 2015: 22).

Berdasarkan latar belakang dan tujuan penelitian, maka digunakan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H_o : Tidak terdapat perbedaan preferensi responden suku Banjar dan suku non Banjar terhadap atribut-atribut beras yang dikonsumsi.

H_a : Terdapat perbedaan preferensi responden suku Banjar dan suku non Banjar terhadap atribut-atribut beras yang dikonsumsi.

***Chi Kuadrat* (χ^2) Satu Sampel**. *Chi Kuadrat* (χ^2) Satu Sampel digunakan ketika dalam analisis *Chi Kuadrat* (χ^2) Dua Sampel terdapat perbedaan preferensi antara responden suku Banjar dan suku non Banjar, hal itu dilakukan untuk melihat lebih lanjut lagi preferensi masyarakat di Kota Banjarbaru yang sebenarnya ketika sampel dikelompokan menjadi satu sampel, yaitu sebagai masyarakat di Kota Banjarbaru.

Chi Kuadrat (χ^2) Satu Sampel adalah teknik statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis deskriptif bila sampelnya besar, data berbentuk nominal, dan dalam populasi terdiri atas dua atau lebih kelas, , dan (Sugiyono, 2015: 19).

Rumus dasar *Chi Kuadrat* (χ^2) Satu Sampel adalah sebagai berikut:

$$\chi^2 = \sum_{I=1}^{k}\frac{(f_o - f_h)^2}{f_h} \qquad (4)$$

dengan: χ^2 chi kuadrat
f_o frekuensi yang diobervasi
f_h frekuensi yang diharapkan

Model Sikap *Fishbein*. Setelah mendapatkan atribut-atribut yang dipilih oleh konsumen maka hal yang dilakukan selanjutnya adalah mengurutkan atribut mana yang paling dominan dipertimbangkan oleh konsumen dari yang tertinggi hingga terendah. Untuk mengetahuinya akan digunakan analisis dengan Model Sikap *Fishbein*.

Model Sikap *Fishbein* pada prinsipnya akan menghitung A_o (Attitude toward the object), yaitu sikap seseorang terhadap sebuah objek, yang dikenali lewat atribut-atribut yang melekat pada objek tersebut. Adapun rumus pengukuran sikap dilakukan dengan mengukur keseluruhan atribut (Sumarwan, 2011: 177):

$$A_o = \sum_{i=1}^{n} bi \, . \, ei \qquad (5)$$

dengan: A_o sikap konsumen terhadap beras.
bi keyakinan konsumen terhadap atribut i dari beras yang akan dibeli.
ei evaluasi konsumen terhadap atribut i dari beras.

Keyakinan yaitu kepercayaan konsumen terhadap suatu atribut atau penilaian kepercayaan konsumen terhadap atribut beras (*bi*) yang akan dibeli dengan menggunakan skala pengukuran 5 (sangat sesuai), 4 (sesuai), 3 (cukup sesuai), 2 (tidak sesuai), 1 (sangat tidak sesuai).

Evaluasi yaitu seberapa penting atribut beras (*ei*) dimata konsumen dengan menentukan skala pengukuran 5 (sangat penting), 4 (penting), 3 (cukup penting), 2 (tidak penting), 1 (sangat tidak penting).

Indeks sikap konsumen (A_o) yang tertinggi terhadap suatu atribut beras, menunjukkan bahwa atribut tersebut merupakan atribut yang dominan dipertimbangkan oleh konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Preferensi Responden terhadap Atribut-atribut Beras

Preferensi responden terhadap atribut beras adalah pilihan responden terhadap atribut-atribut beras yang dikonsumsi. Preferensi responden suku Banjar dan suku non Banjar di Kota Banjarbaru terhadap atribut-atribut beras dapat diketahui dari frekuensi responden yang memilih atribut-atribut dari beras yang diteliti. Adapun atribut-atribut beras yang diteliti yaitu kepulenan beras (pulen, sedang, pera), warna beras (putih bersih, kusam), dan butir patah beras (sedikit, sedang, banyak).

Berdasarkan atribut-atribut beras yang telah dipilih oleh responden suku Banjar dan suku non Banjar maka dapat dianalisis menggunakan analisis *Chi Kuadrat* (χ^2) Dua Sampel dan Satu Sampel. Dari analisis *Chi Kuadrat* (χ^2) Dua Sampel dapat diketahui bahwa preferensi responden suku Banjar dan suku non Banjar terhadap pembelian beras di Kota Banjarbaru menunjukan hasil seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil analisis *Chi Kuadrat* (χ^2) Dua Sampel

Atribut Beras	χ^2_{hitung}	df	χ^2_{tabel}	Keterangan
Kepulenan	45,048	2	4,605	Tolak H_o
Warna	0,069	1	2,706	Terima H_o
Butir Patah	1,071	2	4,605	Terima H_o

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Tabel 3 menunjukan bahwa dari semua atribut yang diamati dalam penelitian ini terdapat satu atribut yaitu kepulenan beras yang mana χ^2 hitung lebih besar daripada χ^2 tabel yang berarti tolak hipotesis nol (H_o) dan terima hipotesis alternatif (H_a) atau terdapat perbedaan preferensi antara responden suku Banjar dan suku non Banjar terhadap atribut kepulenan beras yang dikonsumsi di Kota Banjarbaru dengan taraf kepercayaan 90%.

Preferensi responden suku Banjar dan suku non Banjar di Kota Banjarbaru dapat diketahui dengan melihat kategori atau kriteria atribut yang paling banyak dipilih oleh responden. Preferensi responden suku Banjar dan suku non Banjar terhadap atribut-atribut beras dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Preferensi responden suku Banjar dan suku non Banjar terhadap atribut-atribut beras di Kota Banjarbaru

Atribut Beras	Suku	
	Banjar	Non Banjar
Kepulenan	Pera	Pulen
Warna	Putih Bersih	Putih Bersih
Butir Patah	Sedikit	Sedikit

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa beras yang dikonsumsi oleh responden suku Banjar dan suku non Banjar di Kota Banjarbaru adalah beras yang berwarna putih bersih dengan butir patah beras yang sedikit, sedangkan pada atribut kepulenan beras terdapat perbedaan preferensi yaitu beras pera untuk suku Banjar dan beras pulen untuk suku non Banjar.

Perberdaan preferensi suku Banjar dan suku non Banjar terhadap atribut kepulenan beras belum bisa menetapkan bagaimana preferensi yang sebenarnya dari masyarakat di Kota Banjarbaru terhadap atribut kepulenan beras, karena diketahui bahwa kedua sampel memiliki preferensi yang berbeda. Oleh karena itu, peneliti menguji kembali preferensi responden suku Banjar dan suku non Banjar dengan analisis *Chi Kuadrat* (χ^2) Satu Sampel, dimana peneliti mengumpulkan responden suku Banjar dan suku non Banjar menjadi satu kelompok atau satu sampel, yaitu sebagai masyarakat di Kota Banjarbaru untuk melihat apakah akan terjadi perubahan hasil yang didapat.

Berdasarkan hasil analisis *Chi Kuadrat* (χ^2) Satu Sampel yang dilakukan dapat diketahui bahwa preferensi masyarakat terhadap atribut kepulenan beras di Kota Banjarbaru menunjukan hasil seperti pada Tabel 5.

Tabel 5. Preferensi masyarakat terhadap atribut kepulenan beras di Kota Banjarbaru

Atribut Beras	χ^2_{hitung}	df	χ^2_{tabel}	Keterangan
Kepulenan	4,460	2	4,605	Terima H_o

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Tabel 5 menunjukan bahwa atribut kepulenan beras ketika sampel dikelompokkan menjadi satu kelompok terjadi perubahan, yaitu χ^2 hitung lebih kecil daripada χ^2 tabel yang berarti terima hipotesis nol (H_o) dan tolak hipotesis alternatif (H_a) atau tidak terdapat perbedaan preferensi masyarakat terhadap atribut kepulenan beras yang dikonsumsi di Kota Banjarbaru dengan taraf kepercayaan 90%. Preferensi masyarakat terhadap pembelian beras di Kota Banjarbaru untuk atribut kepulenan beras yaitu sedang.

Dari hasil analisis *Chi Kuadrat* (χ^2) Satu Sampel dapat diketahui bahwa preferensi masyarakat terhadap pembelian beras di Kota Banjarbaru adalah beras dengan kepulenan yang sedang, butir patah beras yang sedikit, dan beras yang berwarna putih bersih.

Mayoritas responden suku Banjar yang memilih beras pera beralasan karena sudah terbiasa dari kecil dengan beras Banjar yang pera, mereka tidak bisa menggantinya dengan beras yang pulen maupun yang sedang. Jumlah peminat beras pera responden suku Banjar merupakan yang tertinggi pada atribut kepulenan beras, diikuti oleh pemilih beras dengan kepulenan sedang, namun tidak ada satupun responden suku Banjar yang memilih beras dengan kepulenan yang pulen dikarenakan tidak bisa memakan nasi pulen, terlalu lembek, dan membuat perut mual beberapa responden suku Banjar. Responden suku Banjar yang memilih beras dengan kepulenan sedang beralasan karena beras yang pera terlalu mahal, beras sedang pun tidak terlalu beda jauh dengan yang pera, dan responden bisa memakan nasi apa saja asalkan itu beras Banjar. Suku non Banjar lebih memilih beras dengan kepulenan yang pulen dan diikuti oleh pemilih beras kepulenan sedang dengan perbedaan nilai yang sangat sedikit. Alasan responden pemilih beras pulen karena tidak bisa makan beras Banjar karena keras dan kering, dan sudah terbiasa beras pulen dari dulu saat berada di luar pulau Kalimantan. Lalu pemilih beras sedang beralasan bahwa mereka sudah tidak terlalu menyukai beras yang lembek, mereka sendiri tidak bisa menjelaskan kenapa itu bisa terjadi, mereka hanya mencoba beras Banjar dan lalu menyukainya. Sebagian besar responden suku non Banjar pemilih beras kepulenan sedang mencampur beras pulen dengan beras Banjar agar beras tidak terlalu keras dan tidak terlalu lembek. Selain itu terdapat empat responden suku non Banjar pemilih beras pera untuk dikonsumsi, salah satunya untuk dikonsumsi dan berjualan nasi goreng. Responden suku non Banjar pemilih beras dengan kepulenan non pulen pada penelitian ini diasumsikan oleh peneliti terjadi akibat pengaruh lingkungan sekitar, karena ada beberapa responden yang mendapat informasi tetangga atau temannya untuk mencampur beras Jawa dan Banjar agar tercipta beras dengan kepulenan sedang, lalu banyaknya beras Banjar yang beredar di Kota Banjarbaru juga peneliti asumsikan sebagai hal yang mempengaruhi perubahan preferensi responden suku non Banjar dari persepsi masyarakat di Kota Banjarbaru.

Warna beras yang paling diminati masyarakat di Kota Banjarbaru yaitu putih bersih. Sebagian besar beras dengan warna putih bersih menandakan bahwa beras tersebut berkualitas tinggi dengan proses pengolahan yang sangat baik, sehingga sangat indah untuk dilihat dan bisa memberikan kepuasan tersendiri. Masyarakat di Kota Banjarbaru lebih memilih beras dengan warna putih bersih, karena beras dengan warna putih bersih terlihat lebih bagus dan enak untuk dimakan, dimana maksud

responden mungkin membuat responden lebih bersemangat untuk memakannya. Pemilih beras dengan warna kusam juga tidak terlalu sedikit, dengan alasan tidak terlalu mementingkan warna beras karena saat dimasak nasinya juga akan berwarna lebih putih, harga beras dengan warna yang kusam biasanya lebih murah dari pada beras dengan warna putih bersih, bahkan ada yang mengungkapkan ketakutannya terhadap beras yang terlalu putih karena pernah didengar istilah beras plastik.

Butir patah beras merupakan banyaknya butiran patah pada beras yang dibeli. Atribut butir patah beras dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu sedikit, sedang, banyak. Masyarakat di Kota Banjarbaru lebih memilih beras dengan tingkat butir patah beras yang sedikit, dengan alasan berasnya bagus, diasumsikan responden bahwa bila banyak butir beras yang patah berarti beras sudah disimpan lama, dan responden terbiasa dengan beras yang dibeli (beras mahal) yang menyebabkan tidak sadarnya responden sudah memilih beras dengan butir patah yang sedikit dan telah menjadi rutin mengkonsumsi beras tersebut. Responden dengan pilihan butir patah beras yang sedang beralasan bahwa beras dengan butir patah sedang lebih murah, ada yang tidak terlalu mementingkan butir patah beras namun juga tidak ingin beras yang dibeli terdapat terlalu banyak butir beras yang patah karena takut nantinya akan menjadi bubur, dan agar responden masih bersemangat memakan beras tersebut.

Sikap Responden terhadap Atribut-atribut Beras

Sikap responden akan dilihat terlebih dahulu dengan membagi responden menjadi dua kelompok yaitu responden suku Banjar dan responden suku non Banjar untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan sikap antara dua kelompok responden. Agar dapat mengetahui sikap responden, dibutuhkan penilaian responden terhadap atribut-atribut beras yang telah disediakan dalam bentuk keyakinan (*belief*) dan evaluasi (*evaluation*) dengan skala pengukuran tertentu.

Dengan mengalikan nilai keyakinan (*bi*) dan nilai evaluasi (*ei*) responden terhadap atribut beras, maka diperoleh indeks sikap responden (A_o). Angka ini menunjukkan penilaian responden terhadap atribut yang melekat pada beras yang meliputi kepulenan beras, warna beras, dan butir patah beras. Adapun nilai dari indeks sikap responden (A_o) suku Banjar dan suku non Banjar terhadap atribut-atribut beras dapat dilihat pada Tabel 6 dan 7.

Tabel 6. Sikap Responden (A_o) suku Banjar terhadap atribut-atribut beras

Atribut	Belief (*bi*)	Evaluation (*ei*)	Sikap (A_o)	Pering-kat
Kepulenan	2,180	2,340	5,101	I
Warna	2,030	1,690	3,431	III
Butir Patah	1,960	1,770	3,469	II

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Berdasarkan Tabel 6 diketahui nilai indeks sikap responden suku Banjar terhadap atribut yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian beras berturut-turut adalah kepulenan beras, butir patah beras, dan warna beras.

Tabel 7. Sikap responden (A_o) suku non Banjar terhadap atribut-atribut beras

Atribut	Belief (*bi*)	Evaluation (*ei*)	Sikap (A_o)	Pering-kat
Kepulenan	2,130	2,270	4,835	I
Warna	2,000	1,690	3,380	II
Butir Patah	1,930	1,750	3,378	III

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Pada Tabel 7 diketahui nilai indeks sikap responden suku non Banjar terhadap atribut yang dipertimbangkan secara berurutan adalah kepulenan beras, warna beras, dan butir patah beras.

Berdasarkan hasil pada Tabel 6 dan 7 diketahui bahwa atribut kepulenan beras merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh dua kelompok responden dan terdapat perbedaan sikap antara dua kelompok responden pada atribut warna dan butir patah beras. Perbedaan sikap responden suku Banjar dan suku non Banjar belum bisa menetapkan bagaimana sikap masyarakat Kota Banjarbaru yang sebenarnya terhadap atribut-atribut beras. Oleh karena itu, peneliti mengumpulkan responden suku Banjar dan suku non Banjar menjadi satu kelompok atau satu sampel, yaitu sebagai masyarakat di Kota Banjarbaru agar didapat hasil dari keseluruhan responden. Adapun nilai dari indeks sikap responden (A_o) masyarakat di Kota

Banjarbaru terhadap atribut-atribut beras dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Sikap responden (A_o) terhadap atribut-atribut beras

Atribut	Belief (*bi*)	Evaluation (*ei*)	Sikap (A_o)	Pering-kat
Kepulenan	4,31	4,61	19,87	I
Warna	4,03	3,38	13,62	III
Butir Patah	3,89	3,52	13,69	II

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa ketika responden dikelompokkan menjadi satu kelompok responden didapatkan hasil atribut yang paling dipertimbangkan responden yaitu kepulenan beras, kemudian butir patah beras, dan warna beras.

Masyarakat cenderung memilih atribut kepulenan beras sebagai pertimbangan pertama dikarenakan kebiasaan masyarakat dalam mengkonsumsi beras sejak dulu sehingga terbiasa. Apabila kepulenan beras tidak sesuai dengan keinginan dan selera masyarakat, maka beras yang telah dibeli tidak akan dikonsumsi, dengan sebagian besar alasan responden yang mengatakan bahwa akan terjadi efek samping pada tubuh responden ketika memakannya seperti susah menelan dan mual. Oleh karena itu, kepulenan beras menjadi atribut yang sangat dipertimbangkan dalam keputusan pemebelian beras.

Atribut kedua yang dipertimbangkan oleh masyarakat dalam proses pengambilan keputusan pembelian beras adalah butir patah beras. Pemilihan butir patah beras biasanya berkaitan dengan harga beras itu sendiri. Semakin mahal beras maka butir patah pada beras akan semakin sedikit, bisa dikatakan beras tersebut adalah beras premium. Ada beberapa responden yang tidak menyadari butir patah beras yang dibeli, namun responden membeli beras yang berharga tinggi sehingga butir patah pada beras lebih sedikit dan responden sudah terlanjur terbiasa dengan beras tersebut. Responden mempertimbangkan atribut butir patah pada beras agar responden masih tetap bersemangat untuk makan saat beras telah dimasak menjadi nasi. Beras dengan butir patah yang sedikit akan terlihat lebih montok ketika telah dimasak menjadi nasi karena beras jadi lebih besar dan mengembang. Saat atribut kepulenan beras telah ditentukan, responden lalu meraba-raba beras untuk melihat butir beras yang patah, kemudian membandingkan satu beras dengan beras yang lain.

Atribut ketiga yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan pembelian beras adalah warna beras. Sama halnya dengan butir patah beras, biasanya beras dengan warna yang putih bersih berbanding lurus dengan harganya. Warna beras berhubungan langsung dengan indera penglihatan yaitu mata, yang berkaitan langsung dengan daya tarik beras sendiri. Responden cenderung memperhatikan atribut ini karena beras dengan warna putih bersih lebih menggoda, sehingga terlihat enak untuk dimakan. Namun, banyak responden yang tidak memperdulikan warna beras dikarenakan warna beras satu dengan lainnya tidak terlalu jauh berbeda dan tidak mempengaruhi rasa, bahkan ada yang takut dengan beras yang terlalu putih.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan penelitian ini yaitu sebagai berikut: (1) Preferensi responden suku Banjar dan suku non Banjar terhadap pembelian beras di Kota Banjarbaru dominan sama, yaitu memilih atribut beras berwarna putih bersih dengan butir patah beras yang sedikit. Perbedaan preferensi suku Banjar dan suku non Banjar terletak pada atribut kepulenan beras, dimana suku Banjar lebih memilih beras dengan kepulenan yang pera, sedangkan suku non Banjar lebih memilih beras dengan kepulenan yang pulen, yang mana juga membuktikan kebenaran persepsi masyarakat di Kota Banjarbaru tentang preferensi responden suku Banjar dan suku non Banjar. Namun, jika responden suku Banjar dan suku non Banjar dijadikan satu kelompok sampel yaitu sebagai masyarakat di Kota Banjarbaru maka dapat diketahui bahwa atribut kepulenan yang terpilih adalah beras dengan kepulenan sedang; (2) Atribut beras yang menjadi pertimbangan utama responden suku Banjar dan suku non Banjar di Kota Banjarbaru dalam keputusan pembelian beras adalah atribut kepulenan beras. Sedangkan atribut selanjutnya yang menjadi pertimbangan responden suku Banjar dan suku non Banjar terdapat perbedaan, yaitu pada urutan atribut warna beras dan butir patah beras, dimana

responden suku Banjar lebih mempertimbangkan atribut butir patah beras dibandingkan atribut warna beras, sedangkan responden suku non Banjar lebih mempertimbangkan atribut warna beras dibandingkan atribut butir patah beras, setelah responden dikelompokkan menjadi satu kelompok sebagai masyarakat di Kota Banjarbaru urutan atribut mulai dari yang tertinggi adalah kepulenan beras, butir patah beras, dan warna beras.

Saran

Saran yang diberikan berdasarkan penelitian ini yaitu sebagai berikut: (1) Pemasar beras diharapkan bisa lebih memprioritaskan penjualan beras dengan kepulenan sedang, karena preferensi masyarakat di Kota Banjarbaru yang lebih memilih beras dengan kepulenan sedang, tetapi tetap dengan menghiraukan persepsi masyarakat terhadap pemilihan beras konsumen di Kota Banjarbaru; (2) Produsen beras sebaiknya lebih meningkatkan kuantitas dari beras lokal yaitu beras Banjar, karena peminat dari beras Banjar sendiri kian meningkat, yang dapat dilihat dari perubahan perilaku konsumen suku non Banjar yang semakin berubah dari persepi masyarakat; (3) Produsen beras sebaiknya juga lebih meningkatkan kualitas beras Banjar, dikarenakan preferensi masyarakat yang tinggi yaitu beras dengan butir patah yang sedikit dan warna beras yang putih bersih. Berdasarkan kenyataan dilapangan atribut butir patah beras masih belum cukup sesuai dengan preferensi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. 2012. *Profil dan Analisis Hasil Sensus Penduduk 2010 Kota Banjarbaru*. BPS, Banjarbaru

_____. 2018. *Kajian Konsumsi Bahan Pokok Tahun 2017*. BPS, Jakarta

Bungin, Burhan. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers, Jakarta

Sugiyono. 2015. *Statistika Nonparametris untuk Penelitian*. Penerbit Alfabeta, Bandung

Ujang, Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran, Edisi 2*. Ghalia Indonesia, Bogor