

**PREFERENSI DAN KONSUMSI RUMAH TANGGA TERHADAP
BERAS ORGANIK DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

Bagus Gunawan
2014131045



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2024**

ABSTRACT

HOUSEHOLD PREFERENCES AND CONSUMPTION OF ORGANIC RICE IN BANDAR LAMPUNG CITY

By

BAGUS GUNAWAN

The purpose of this study is to analyze preferences, consumption patterns, and factors that influence household consumption of organic rice in Bandar Lampung City. The research method used was a survey. The selection of Bandar Lampung City as the research location was determined using the purposive method. Data collection was conducted in November 2023 - February 2024 with a total of 50 household respondents. Sampling was done by accidental sampling method at A, B, and C supermarkets. The data analysis used is multi attribute fishbein, descriptive analysis, and multiple linear regression. The results showed that household consumers are dominated by housewives aged 33-46 years with the latest education level of undergraduate. The number of family members ranges 3-4 people with an average total household income of IDR 7,610,000 per month. The preference of households in Bandar Lampung City for organic rice are favorable. Most households consume organic brown rice with the Hotel brand. Make purchases 3-4 times a month with the size of the package purchased, which is 2 kg. The frequency of cooking is 7 times a week with an average consumption of 11.24 kg per month. The reason households consume organic rice is because of food safety factors. Factors that significantly affect the amount of household consumption of organic rice in Bandar Lampung City are the price of organic rice, the price of non-organic rice, household income, age, and taste.

Key words: consumption pattern, organic rice, preference

ABSTRAK

PREFERENSI DAN KONSUMSI RUMAH TANGGA TERHADAP BERAS ORGANIK DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

BAGUS GUNAWAN

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis preferensi, pola konsumsi, dan faktor-faktor yang memengaruhi konsumsi rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Pemilihan Kota Bandar Lampung sebagai lokasi penelitian ditentukan dengan menggunakan metode *purposive*. Pengambilan data dilakukan pada November 2023 – Februari 2024 dengan total responden sebanyak 50 rumah tangga. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling* di *supermarket* A, B dan C. Analisis data yang digunakan yaitu multiatribut fishbein, analisis deskriptif, dan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen yang membeli beras organik sebagian besar adalah ibu rumah tangga berusia 33-46 tahun dengan tingkat pendidikan terakhir sarjana. Jumlah anggota keluarga berkisar 3-4 orang dengan rata-rata total pendapatan rumah tangga sebesar Rp7.610.000,00 per bulan. Rumah tangga di Kota Bandar Lampung memiliki preferensi suka terhadap beras organik. Sebagian besar rumah tangga mengonsumsi beras organik jenis beras merah dengan merek Hotel dan melakukan pembelian sebanyak 3-4 kali dalam sebulan dengan ukuran kemasan 2 kg. Frekuensi memasak dilakukan tujuh kali dalam seminggu dengan jumlah konsumsi rata-rata sebesar 11,24 kg per bulan per rumah tangga. Alasan rumah tangga mengonsumsi beras organik yaitu karena faktor keamanan pangan. Faktor-faktor yang memengaruhi jumlah konsumsi rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung yaitu harga beras organik, harga beras nonorganik, pendapatan rumah tangga, usia, dan selera.

Kata kunci: preferensi, pola konsumsi, beras organik

**PREFERENSI DAN KONSUMSI RUMAH TANGGA TERHADAP
BERAS ORGANIK DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

BAGUS GUNAWAN

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN**

Pada

**Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

Judul : **PREFERENSI DAN KONSUMSI RUMAH TANGGA TERHADAP BERAS ORGANIK DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Bagus Gunawan**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2014131045**

Program Studi : **Agribisnis**

Fakultas : **Pertanian**

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing


Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S.
NIP 196008221986032001


Ir. Rabiatul Adawiyah, M.Si.
NIP 196408251990032002

2. Ketua Jurusan Agribisnis


Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP 196910031994031004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S.



Sekretaris : Ir. Rabiatul Adawiyah, M.Si.



**Penguji
Bukan Pembimbing : Dr. Ir. Yaktiworo Indriani, M.Sc.**



2. Dekan Fakultas Pertanian



Dr. b. Kuswanta Futas Hidayat, M.P.
NIP 196411181989021002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 07 Mei 2024

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi dengan judul “Preferensi dan Konsumsi Rumah Tangga terhadap Beras Organik di Kota Bandar Lampung” adalah karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atas karya penulisan lain dengan cara tidak sesuai dengan norma etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut plagiarisme.
2. Pembimbing penulisan skripsi ini berhak mempublikasikan sebagian atau seluruh skripsi ini pada jurnal ilmiah dengan mencantumkan nama saya sebagai salah satu penulisnya.
3. Hak intelektual atas karya ilmiah ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Lampung.

Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya ketidakbenaran, saya bersedia menanggung akibat dan sanksi yang diberikan kepada saya, dan saya bersedia dan sanggup dituntut sesuai hukum yang berlaku.

Bandar Lampung,
Pembuat Pernyataan



Bagus Gunawan
NPM 2014131045

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kota Bandar Lampung, 13 Mei 2002, putra kedua dari pasangan ayah Uyung Helmansyah dan Ibu Dahliyah. Pendidikan dasar diselesaikan pada tahun 2014 di SDN 2 Perumnas Way Halim, pendidikan menengah pertama diselesaikan pada tahun 2017 di MTsN 1 Bandar Lampung, dan pendidikan menengah atas diselesaikan pada tahun 2020 di MAN 1 Bandar Lampung. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2020 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung, penulis pernah aktif menjadi staff *Public Relations* (PR) pada organisasi Koperasi Mahasiswa Unila periode I tahun 2022. Pada tahun 2022 penulis ikut serta dalam kompetisi Program Kreativitas Mahasiswa di bidang Kewirausahaan (PKM-K) dengan produk yang dihasilkan berupa sosis nabati berbahan baku jantung pisang dan tempe. Selain itu, pada tahun tersebut penulis juga mengikuti program magang riset di Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian (PSEKP) di Kota Bogor dalam program hibah PKKMB selama 3 bulan. Pada tahun 2023 penulis menjadi Enemurator mengenai Keberlanjutan Pendidikan Masyarakat Pertanian Kabupaten Way Kanan di Era Revolusi 4.0 dan penelitian terkait Kajian Rantai Pasok Bawang Merah di bawah Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Lampung. Semasa kuliah, penulis juga aktif sebagai anggota bidang II yaitu Pengkaderan dan Pengabdian Masyarakat di Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (Himaseperta) Fakultas Pertanian Universitas Lampung periode tahun 2022-2024. Selain itu, selama berkuliah penulis pernah menjadi asisten dosen mata kuliah, Pengantar Ilmu Ekonomi, Perilaku Konsumen, dan Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim,

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanahu wa ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Preferensi dan Konsumsi Rumah Tangga terhadap Beras Organik di Kota Bandar Lampung”**. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan pernah terwujud tanpa adanya bantuan, arahan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
3. Dr. Yuniar Aviati Syarief, S.P., M.T.A., selaku Sekretaris Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
4. Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S., selaku Dosen Pembimbing pertama dan Dosen Pembimbing Akademik atas ketulusan hati, kesabaran, ilmu, bimbingan, arahan, dukungan dan motivasi yang diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir perkuliahan serta selama proses penyelesaian skripsi.
5. Ir. Rabiatul Adawiyah, M.Si., selaku Dosen Pembimbing kedua atas ketulusan hati, kesabaran, ilmu, bimbingan, arahan, dukungan, motivasi, dan waktu, tenaga, serta pikirannya yang diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi.
6. Dr. Ir. Yaktiworo Indriani, M.Sc., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan masukan dan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi.

7. Teristimewa Ayah dan Ibu tercinta, Drs. Uyung Helmansyah dan Dahliyah, S.Ag., yang memberiku kekuatan hidup serta semangat untuk selalu berjuang, selalu memberikan doa, nasihat dan kasih sayang tiada tara kepada penulis untuk sabar menikmati proses serta memberikan yang terbaik. Terima kasih untuk segala doa dan dukungan yang selalu dicurahkan di sepanjang jalanku. Terima kasih untuk segala dukungan, cinta, kasih sayang, dan doa yang selalu mengiringi sepanjang perjalananku.
8. Abang dan adikku tersayang, abang penulis Arief Ansori, S.E., dan adik penulis Wildan Zaki yang selalu memberikan semangat, motivasi, arahan serta keceriaan kepada penulis.
9. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
10. Seluruh karyawan di Jurusan Agribisnis atas seluruh bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama penulis menjadi mahasiswa.
11. Pihak Supermarket A, B dan C, baik manajer maupun karyawan, yang telah memberikan izin, bantuan, arahan, dan saran serta dukungan dan hiburan selama penulis melakukan turun lapang, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat terkasih, Fatih, Meida, Deni, Syifa, Akbar, Dianita, Rohman, Zalfa, Muti, Rani, Albaar, Catur, Zhafran, Irkhamna, Monica, Nissa, Raihan, Zahara, Adis, dan Aldi. Terima kasih atas dukungan, perhatian, hiburan serta kebersamaan yang telah diberikan kepada penulis sejak di bangku sekolah hingga penulis menduduki bangku perkuliahan dan mampu menyelesaikan skripsi ini.
13. Sahabat “Cagor”, Fadel, Sisilia, Nindi, Ulfa, dan Ajeng. Terima kasih atas bantuan, saran, dukungan, dan hiburan yang telah diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
14. Sahabat seperjuangan di kampus, Hapsoh, Hanif, Arin, Rahul, Tinoer, Bayu, Selbi, Shofi, Adistia, Adrian, Destri, Iqbal, Eka, Yuwen, Novira, Ngab Rizky, Neny, Ridho, Ajeng, Refi, Silva, Jejen, alifira, bagus pulun, diva dan Nisrina. Terima kasih atas masukan, saran, semangat, kerja sama, keceriaan, kesabaran, dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

15. Sahabat “Sosis Veggie”, Ica, Cika, Awe, dan Bibin, yang telah memberikan pengalaman berharga, suka duka, kebersamaan, dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
16. Mba abang terkeren, Bang Haris, Mba Riri, Mba Dila, Mba Puput, Bang Eben, yang telah memberikan semangat, bantuan, dan hiburan serta wejangan kepada penulis selama penulis menyusun skripsi.
17. Keluarga besar Agribisnis 2020 sekaligus teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat serta bantuan semenjak penulis menjadi mahasiswa di program studi Agribisnis, Universitas Lampung.
18. Atu dan Kiyay Agribisnis 2017, 2018, 2019, serta Adik-adik Agribisnis 2021, 2022, dan 2023 yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih atas dukungannya kepada penulis.
19. Keluarga besar Himaseperta yang telah memberikan penulis pengalaman berorganisasi yang sangat berharga dan sangat bermanfaat. Terima kasih atas kebersamaannya selama ini.
20. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi.

Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, akan tetapi semoga karya ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak. Mohon maaf atas segala kesalahan dan kekhilafan selama penulisan skripsi ini.

Bandar Lampung,
Penulis,

Bagus Gunawan

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	11
A. Tinjauan Pustaka.....	11
1. Beras Organik.....	11
2. Preferensi Konsumen	16
3. Pola Konsumsi dan Konsumsi.....	20
4. Teori Permintaan	22
5. Teori Konsumsi	28
6. Penelitian Terdahulu	33
B. Kerangka Pemikiran.....	39
C. Hipotesis	42
III. METODE PENELITIAN	43
A. Metode Dasar, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional	44
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	48
D. Sifat dan Jenis Data.....	51
1. Sifat Data.....	51
2. Jenis Data	52
E. Metode Pengambilan Data.....	52
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	53
G. Metode Analisis Data.....	55

1. Analisis Multiatribut Fishbein.....	56
2. Analisis Deskriptif.....	56
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	61
A. Gambaran Umum Kota Bandar Lampung	61
B. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	65
1. Supermarket A.....	65
2. Supermarket B dan C	66
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	68
A. Karakteristik Konsumen	68
B. Preferensi Konsumen Rumah tangga terhadap Beras Organik di Kota Bandar Lampung.....	75
C. Pola Konsumsi Rumah Tangga terhadap Beras Organik di Kota Bandar Lampung.....	81
D. Faktor-faktor Yang Memengaruhi Konsumsi Rumah Tangga terhadap Beras Organik di Kota Bandar Lampung.....	91
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	103
A. Kesimpulan	103
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah konsumsi beras per kapita di Indonesia 2019-2022	2
2. Produksi beras organik di Indonesia 2019-2022.....	6
3. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian	34
4. Jumlah penduduk usia 15 tahun ke atas dengan pendidikan tertinggi S1/S2/S3 menurut kabupaten/kota di Provinsi Lampung (jiwa).....	44
5. Supermarket yang menjual beras organik di Kota Bandar Lampung.	49
6. Hasil uji validitas tingkat kepentingan terhadap atribut beras organik.....	54
7. Hasil uji validitas tingkat kepercayaan terhadap atribut beras organik	54
8. Hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan dan kepercayaan terhadap atribut beras organik.....	55
9. Jumlah penduduk Kota Bandar Lampung, tahun 2018-2023	63
10. Sebaran usia dan jenis kelamin konsumen yang melakukan pembelian beras organik di Kota Bandar Lampung	69
11. Sebaran pendidikan dan pekerjaan konsumen yang melakukan pembelian beras organik di Kota Bandar Lampung	70
12. Sebaran tingkat jumlah anggota keluarga konsumen yang membeli dan mengonsumsi beras organik di Kota Bandar Lampung.....	72
13. Sebaran tingkat pendapatan rumah tangga yang membeli beras organik di Kota Bandar Lampung	74
14. Skor evaluasi tingkat kepentingan (ei) terhadap atribut beras organik di Kota Bandar Lampung (n==50)	76
15. Skor evaluasi tingkat kepercayaan (bi) terhadap atribut beras organik di Kota Bandar Lampung (n=50)	78

16. Skor sikap (Ao) konsumen terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung (n=50).....	80
17. Skala interval preferensi rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung.....	81
18. Sebaran rumah tangga berdasarkan jenis beras organik yang dikonsumsi di Kota Bandar Lampung	83
19. Sebaran rumah tangga berdasarkan jenis beras organik yang dikonsumsi di Kota Bandar Lampung	84
20. Sebaran rumah tangga berdasarkan ukuran pembelian beras di Kota Bandar Lampung	85
21. Sebaran rumah tangga berdasarkan frekuensi beli beras organik di Kota Bandar Lampung.....	87
22. Sebaran rumah tangga berdasarkan alasan mengonsumsi beras organik di Kota Bandar Lampung	88
23. Sebaran rumah tangga berdasarkan jumlah beras organik yang dikonsumsi rumah tangga per bulan di Kota Bandar Lampung	90
24. Hasil uji multikolinearitas faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi beras organik di Kota Bandar Lampung.....	92
25. Hasil uji heteroskedastisitas faktor yang mempengaruhi konsumsi beras organik di Kota Bandar Lampung	93
26. Hasil analisis regresi faktor-faktor yang memengaruhi konsumsi rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung	94
27. Karakteristik konsumen rumah tangga yang membeli beras organik di Kota Bandar Lampung.....	115
28. Data uji validitas dan reliabilitas tingkat kepentingan konsumen rumah tangga terhadap atribut beras organik di Kota Bandar Lampung...	118
29. Data uji validitas dan reliabilitas tingkat kepercayaan konsumen rumah tangga terhadap atribut beras organik di Kota Bandar Lampung...	119
30. Penilaian tingkat kepentingan konsumen rumah tangga terhadap atribut beras organik di Kota Bandar Lampung.....	122
31. Penilaian tingkat kepercayaan konsumen rumah tangga terhadap atribut beras organik di Kota Bandar Lampung.....	124

32. Hasil analisis tingkat kepentingan (ei) terhadap atribut beras organik di Kota Bandar Lampung (n=50).....	126
33. Hasil analisis tingkat kepercayaan (bi) terhadap atribut beras organik di Kota Bandar Lampung (n=50)	126
34. Hasil analisis sikap (Ao) konsumen terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung (n=50)	126
35. Preferensi konsumen pada masing-masing rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung yang dilihat melalui sikap	127
36. Pola konsumsi beras organik oleh rumah tangga di Kota Bandar Lampung.....	129
37. Faktor-faktor yang memengaruhi konsumsi rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung.....	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Luas lahan organik Indonesia dan luas lahan beras organik Indonesia (hektar).....	4
2. Kurva permintaan.....	23
3. Bagan alir analisis preferensi dan konsumsi rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung.....	41
4. Peta penelitian Kota Bandar Lampung.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Hasil uji validitas tingkat kepentingan menggunakan STATA-64	120
2. Hasil uji validitas tingkat kepercayaan menggunakan STATA-64.....	120
3. Hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan menggunakan STATA-64.....	121
4. Hasil uji reliabilitas tingkat kepercayaan menggunakan STATA-64	121
5. Hasil uji multikolinearitas menggunakan STATA-64	135
6. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan STATA-64	135
7. Hasil analisis regresi linear berganda menggunakan STATA-64.....	136
8. Dokumentasi turun lapang	137

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara agraris karena memiliki lahan pertanian yang luas. Luasnya lahan tersebut menjadikan hampir sebagian besar penduduknya juga bekerja di sektor pertanian. Sektor ini sendiri memiliki peranan yang cukup penting dalam pertumbuhan ekonomi serta pembangunan nasional (Singgih dan Sudirman, 2015). Pertumbuhan ekonomi Indonesia dari tahun ke tahun dapat dilihat dari nilai Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga konstan. Total nilai PDB Indonesia sejak tahun 2018 hingga 2021 menunjukkan tren yang meningkat, meskipun pada tahun 2020 mengalami penurunan akibat adanya pandemi Covid-19. Pada sektor pertanian nilai PDB Indonesia selalu mengalami kenaikan di setiap tahun, seperti pada tahun 2020 dan 2021 yang mengalami kenaikan sebesar 1,77 persen dan 1,84 persen dari tahun sebelumnya sehingga menjadikan sektor ini menjadi salah satu sektor yang mampu bertahan di tengah kondisi pandemi Covid-19 (BPS, 2022). Selain itu, sektor pertanian sendiri memiliki peranan lain yaitu sebagai salah satunya penghasil bahan pangan guna memenuhi konsumsi masyarakat (Nadziroh, 2020).

Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang paling utama karena berfungsi sebagai sumber energi bagi manusia. Pangan memberikan zat-zat penting yang dibutuhkan oleh tubuh agar tetap dalam kondisi yang baik. Oleh karena itu, pemenuhannya sangatlah penting dan menjadi bagian dari hak asasi manusia setiap individu. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012, pangan didefinisikan sebagai segala sesuatu makanan atau minuman yang diperuntukkan dikonsumsi manusia baik melalui proses pengolahan

maupun tidak melalui proses pengolahan yang berasal dari sumber hayati, termasuk bahan tambahan pangan dan bahan baku pangan serta bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan atau pembuatan makanan dan minuman (DPR RI, 2021). Menurut Kementan (2021), Indonesia memiliki beberapa komoditas pangan strategis pertanian yang harus dijaga ketersediaannya salah satunya beras.

Beras merupakan pangan sumber karbohidrat utama yang dikonsumsi hampir seluruh penduduk di dunia. Di Indonesia, beras menjadi makanan pokok yang dikonsumsi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan energi dan nutrisinya yang berasal dari hasil pemanenan padi. Indonesia juga terkenal sebagai salah satu produsen beras terbesar di dunia dengan menduduki posisi ketiga setelah China dan India (Rahayu dan Febriaty, 2019). Berdasarkan data BPS (2022), produksi padi di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 54,75 juta ton gabah kering giling. Produksi tersebut terus mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya. Peningkatan produksi padi sejalan dengan konsumsi masyarakat yang masih tergolong tinggi. Data konsumsi beras dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah konsumsi beras per kapita di Indonesia 2019-2022

No	Tahun	Jumlah (kg/kapita/tahun)	Perkembangan (%)
1	2019	81,66	-
2	2020	81,82	0,20
3	2021	83,91	2,55
4	2022	83,26	-0,77

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

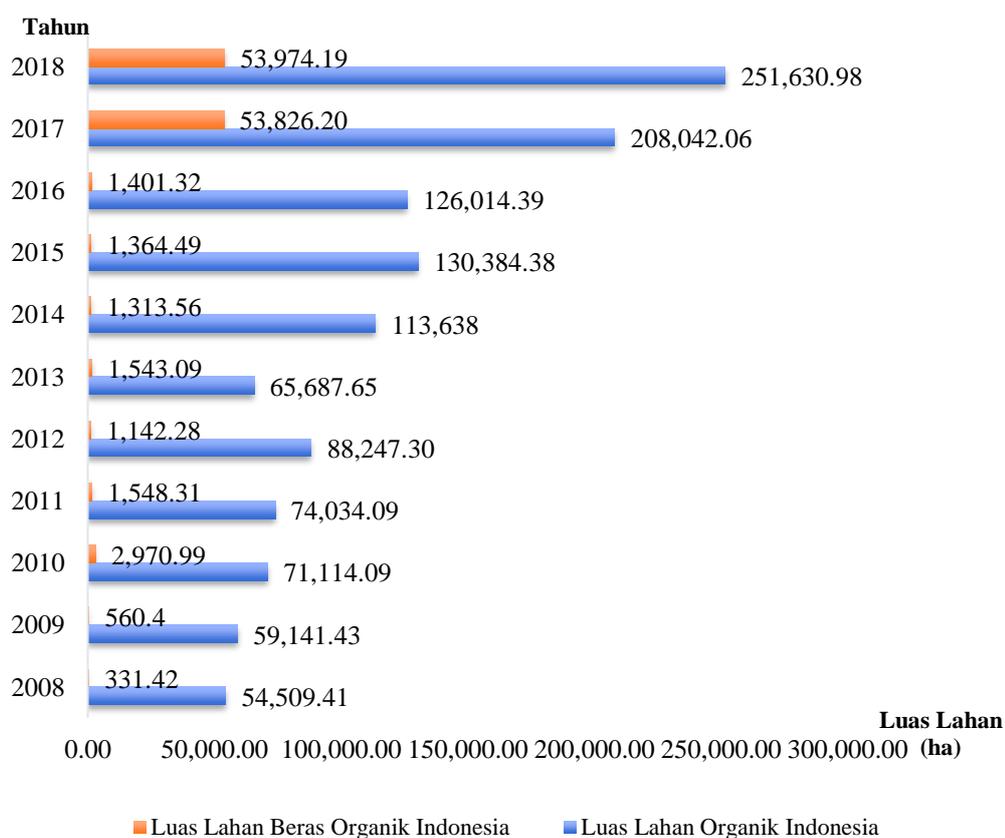
Berdasarkan Tabel 1 jumlah konsumsi beras masyarakat Indonesia per kapita per tahun dari tahun 2019 hingga 2022 cenderung menunjukkan tren yang positif. Konsumsi beras pada tahun 2020 sebanyak 81,82 kg/kapita/tahun meningkat sebesar 0,20 persen jika dibandingkan dengan tahun 2019 sebanyak 81,66 kg/kapita/tahun. Selanjutnya, pada tahun 2021 beras yang dikonsumsi masyarakat Indonesia sebanyak 83,91 kg/kapita/tahun atau meningkat sebesar 2,55 persen dari tahun 2020. Sebaliknya, pada tahun 2022 jumlah konsumsi beras masyarakat Indonesia mengalami penurunan sebesar -0,77 persen menjadi 83,26 kg/kapita/tahun. Namun, penurunan jumlah konsumsi beras

pada tahun 2022 tidak signifikan. Penurunan tersebut menunjukkan bahwa ketergantungan masyarakat Indonesia akan beras yang masih tinggi dan sulit untuk diatasi. Hal tersebut mendorong para petani untuk menggunakan sistem pertanian modern guna meningkatkan hasil produksi beras. Sistem pertanian tersebut menggunakan bahan kimia dalam proses budidayanya sehingga memiliki dampak negatif bagi kesehatan manusia jika dikonsumsi dalam jangka panjang.

Seiring berjalannya waktu sistem pertanian yang digunakan di Indonesia terus berkembang dari pertanian modern atau teknologi revolusi hijau ke pertanian organik. Pertanian modern atau teknologi revolusi hijau sendiri merupakan sistem pertanian yang mampu meningkatkan hasil produksi dibandingkan sistem pertanian yang telah diterapkan sebelumnya. Peningkatan produksi tersebut menjadi dampak positif bagi sektor pertanian karena mampu meningkatkan produktivitas dan efisiensi dalam memproduksi beras. Namun, sistem pertanian jenis ini memberikan dampak negatif terutama bagi lingkungan dan kesehatan manusia. Dampak negatif bagi lingkungan yang dapat dirasakan seperti menurunnya kualitas lahan, terjadinya erosi lahan dan berkurangnya keanekaragaman hayati akibat dari penggunaan bahan kimia secara berlebihan (Fitriah, Marwanti, dan Antriyandati, 2020).

Berdasarkan Peraturan Menteri Pertanian nomor 64 tahun 2013, pertanian organik merupakan sebuah sistem pengolahan dalam pertanian yang dipandang secara utuh sebagai satu kesatuan guna mengembangkan dan memperbaiki ekosistem pertanian seperti kualitas tanah, keanekaragaman hayati, siklus biologi, dan interaksi antar organisme yang ada. Penerapan pertanian organik lebih mengutamakan penggunaan limbah hasil kegiatan budidaya lahan dengan memperhatikan daya adaptasi lahan yang ada. Terdapat beberapa manfaat jangka panjang dalam penerapan pertanian organik seperti meningkatkan kesuburan tanah secara alami, mengendalikan serangan hama dan penyakit pada tanaman tanpa harus merusak lingkungan, menjaga kondisi air agar tetap aman dan bersih, serta menghasilkan produk pangan yang tinggi akan gizi. Selain itu, pertanian organik juga dapat mengurangi biaya input produksi

akibat dari penggunaan sumberdaya yang dimiliki petani dan petani mendapatkan harga jual yang layak (Sutarni, Trisianto, dan Unteawati, 2017). Beberapa manfaat tersebut mendorong banyak petani beralih ke sistem pertanian organik yang menekankan pada praktik pertanian ramah lingkungan dengan menggunakan bahan-bahan alami. Data perkembangan luas lahan organik dan luas lahan beras organik di Indonesia dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Luas lahan organik Indonesia dan luas lahan beras organik Indonesia (hektar)

Sumber: Aliansi Organik Indonesia, 2019

Berdasarkan Gambar 1 luas lahan pertanian organik yang telah tersertifikasi di Indonesia cenderung mengalami peningkatan sejak tahun 2008 sampai 2018, meskipun pada tahun 2013 dan 2016 luas lahan organik Indonesia mengalami penurunan sebesar 25,60 persen dan 3,40 persen. Penurunan tersebut disebabkan oleh beberapa operator yang tidak memperpanjang sertifikasinya serta terdapat banyak panen liar pada beberapa komoditas yang menjadi

primadona. Namun, untuk beras organik sendiri perkembangan luas lahannya mengalami peningkatan yang sangat pesat hal tersebut terlihat pada tahun 2017 dan 2018 yang mencapai 53.000 hektar. Angka tersebut sangat jauh berbeda dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya yaitu hanya mencapai kurang dari 1.600 hektar (AOI, 2019). Hal tersebut mengindikasikan bahwa telah terjadi peningkatan minat para petani untuk mengolah dan mengembangkan pertanian berbasis organik khususnya beras.

Beras organik sendiri berbeda dengan beras nonorganik, hal tersebut dapat dilihat dari proses produksinya. Beras organik merupakan jenis beras yang ditanam dengan menggunakan metode pertanian organik yang ramah lingkungan. Proses produksi beras organik bergantung pada kesuburan tanah sebagai kunci keberhasilannya dengan mempertimbangkan kemampuan alami tanah, tanaman, dan hewan untuk menghasilkan produk pertanian yang berkualitas. Hal tersebut sangat berbeda jika dibandingkan dengan beras nonorganik. Beras nonorganik sendiri merupakan beras yang ditanam dengan menggunakan teknik pertanian secara konvensional seperti masih menggunakan pupuk dan pestisida kimia dalam proses produksinya (Sarah, 2018). Disisi lain, sekarang banyak masyarakat yang menyadari bahwa makanan yang sehat merupakan makanan yang berasal dari pertanian organik karena tidak menggunakan bahan kimia dalam proses pengolahannya (Fitriah dkk, 2020).

Seiring berjalannya waktu, telah terjadi pergeseran pola konsumsi beras di kalangan masyarakat dari konsumsi beras nonorganik menjadi beras organik. Pergeseran tersebut dapat dilihat dari perkembangan produksi beras organik di Indonesia yang cenderung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Meskipun, pada tahun 2020 produksi beras organik mengalami penurunan yang diduga disebabkan oleh covid-19, akan tetapi kembali mengalami peningkatan di tahun-tahun berikutnya. Peningkatan produksi tersebut sejalan dengan tingginya permintaan akan beras organik di Indonesia. Permintaan beras organik tersebut menjadikan beras organik yang berada di posisi ketiga teratas di antara produk organik lainnya. Perkembangan jumlah

produksi beras organik di Indonesia tahun 2019-2022 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Produksi beras organik di Indonesia 2019-2022

No	Tahun	Jumlah produksi (ton)
1	2019	32.550,94
2	2020	44.477,77
3	2021	35.420,18
4	2022	40.376,58

Sumber: Aliansi Organik Indonesia, 2023

Tingginya permintaan terhadap beras organik dapat terjadi karena disebabkan oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan serta keamanan pangan. Keamanan pangan menjadi isu penting karena akan berdampak pada kesehatan manusia. Apabila pangan yang dikonsumsi masyarakat tidak baik, maka akan menimbulkan permasalahan kesehatan di kemudian hari. Permasalah kesehatan dapat terjadi jika manusia secara rutin mengonsumsi beras yang masih terdapat sisa kandungan bahan kimia yang menempel pada beras. Kandungan tersebut dapat berasal dari pestisida dan pupuk kimia yang digunakan pada saat proses produksinya. Terlepas dari itu, penggunaan bahan kimia secara berlebihan dapat menyebabkan terjadinya pencemaran lingkungan (Utami, 2011).

Perilaku konsumen dalam membeli beras organik merupakan salah satu bentuk kepedulian konsumen terhadap kesehatan dan kelestarian lingkungan. Namun, jika dilihat dari sisi produsen masih terdapat beberapa permasalahan dalam penerapan sistem pertanian organik ini seperti masih sedikitnya masyarakat yang mengetahui terkait dengan adanya produk beras organik tersebut. Selain itu, mahalnya harga beras organik menjadi salah satu masalah bagi konsumen yang ingin membeli beras jenis ini (Sulistiyana, Mulyo, dan Jamhari, 2014). Harga jual beras organik di pasaran mencapai 2-3 kali lipat dari harga beras nonorganik, sehingga hanya kalangan tertentu dengan tingkat pendapatan menengah atas dan atau memiliki pendidikan yang relatif tinggi yang bersedia membeli beras organik dengan harga yang lebih mahal. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen beras organik sudah mulai sadar akan

kesehatan dan mengetahui keunggulan beras organik (Risty, Iskandarini, dan Ginting, 2012). Oleh karena itu, preferensi atau minat konsumen terhadap produk beras organik perlu diamati. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai faktor penentu segmentasi pasar produk beras organik ini (Sutarni dkk, 2017).

Preferensi didefinisikan sebagai pilihan konsumen terhadap suatu produk. Preferensi menggambarkan tingkat kesukaan konsumen terhadap atribut yang terdapat pada suatu produk. Atribut merupakan karakteristik yang dijadikan pilihan konsumen untuk membeli suatu produk dan menjadi bagian dari preferensi konsumen. Pilihan konsumen terhadap produk biasanya ditentukan dari kualitas dari produk itu sendiri (Azmansyah dan Arief, 2017). Harga jual pada beras organik yang relatif lebih mahal dibandingkan dengan beras nonorganik mengharuskan terjaminnya kualitas beras organik yang dijual. Selain itu, produsen beras organik harus mengetahui kombinasi atribut beras organik yang sesuai dengan selera konsumen. Atribut-atribut beras organik yang tepat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi permintaan konsumen. Permintaan tersebut akan mendorong konsumen untuk mengonsumsi beras organik. Oleh karena itu, para produsen harus memperhatikan minat konsumen terhadap atribut-atribut yang ada pada beras organik agar dapat mendorong permintaan konsumen untuk mengonsumsi beras organik dan meningkatkan pangsa pasar serta keberlanjutan bisnis produsen.

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan sebelumnya, maka perlu adanya penelitian terkait dengan preferensi dan konsumsi rumah tangga terhadap beras organik terkhusus di Kota Bandar Lampung untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumen terhadap produk beras organik dan bagaimana pola rumah tangga dalam mengonsumsi beras organik serta faktor-faktor apa saja yang memengaruhi konsumsi konsumen rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung.

B. Rumusan Masalah

Semakin berkembangnya teknologi, konsumen semakin peduli dan sadar akan pentingnya kesehatan. Konsumen harus cermat dalam memilih makanan yang akan dikonsumsi salah satunya beras. Beras merupakan salah satu makanan pokok yang dikonsumsi masyarakat Indonesia dengan persentase paling tinggi yaitu sebanyak 98,00 persen. Namun, beras yang biasa dikonsumsi oleh hampir kebanyakan masyarakat rentan membawa residu kimia yang membahayakan kesehatan jika dikonsumsi secara terus-menerus. Hal tersebut disebabkan oleh penggunaan bahan-bahan kimia yang berlebihan dalam proses produksinya.

Beras organik merupakan salah satu jenis beras yang dapat dijadikan alternatif bagi konsumen. Beras organik dihasilkan dari pemanenan tanaman padi dengan menggunakan bahan-bahan alami atau tidak menggunakan bahan-bahan kimia dalam proses budidayanya. Sistem budidaya beras yang berbeda antara beras organik dengan beras nonorganik akan berpengaruh terhadap produk beras yang akan dihasilkan. Perbedaan tersebut akan memengaruhi preferensi konsumen dalam pembelian beras organik. Preferensi didapatkan dari hasil evaluasi konsumen terhadap beberapa atribut yang ada pada beras organik. Atribut tersebut akan menjadi prioritas bagi konsumen dalam menentukan produk mana yang mereka inginkan. Terdapat beberapa atribut beras organik seperti harga, kemasan, kepulenan, kebersihan, warna, aroma, daya tahan nasi, cita rasa beras, bulir beras, dan kandungan gizi. Karakteristik yang tepat akan atribut beras organik yang dikonsumsi oleh konsumen akan memengaruhi pola konsumsi rumah tangga. Sedikit banyaknya beras organik yang dikonsumsi rumah tangga akan memengaruhi permintaan konsumen untuk mengonsumsi beras organik. Oleh karena itu, preferensi konsumen terhadap beras organik yang dijual di Kota Bandar Lampung akan berpengaruh terhadap konsumsi rumah tangga akan beras organik itu sendiri.

Selera menjadi salah satu faktor yang memengaruhi permintaan konsumen akan beras organik. Ketepatan atribut yang dirasakan akan menjadi pendorong

konsumen untuk mengonsumsi beras organik. Selain selera permintaan konsumsi akan beras organik di Kota Bandar Lampung juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor lainnya baik dari faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor-faktor tersebut seperti jumlah anggota keluarga, pendapatan rumah tangga, harga beras organik, harga barang-barang substitusi, harga barang-barang komplementer, hingga lamanya pendidikan. Untuk memastikan apa saja faktor-faktor yang secara nyata memengaruhi konsumsi rumah tangga terhadap beras organik yang dijual di Kota Bandar Lampung, maka peneliti tertarik untuk menganalisis lebih lanjut. Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana preferensi konsumen rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung?
- 2) Bagaimana pola konsumsi rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung?
- 3) Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi konsumsi rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan, maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk:

- 1) Menganalisis preferensi konsumen rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung.
- 2) Menganalisis pola konsumsi rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung.
- 3) Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi konsumsi rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

- 1) Bagi pemangku kebijakan, sebagai informasi dan bahan pertimbangan dalam menyusun kajian khususnya mengenai komoditas beras organik.

- 2) Bagi pelaku usaha beras organik, sebagai bahan informasi dan bahan pertimbangan dalam menjalankan dan mengembangkan kegiatan usahanya.
- 3) Bagi peneliti dan akademisi, sebagai bahan informasi dan bahan pertimbangan dalam rangka pengembangan penelitian sejenis.

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Beras Organik

Beras organik merupakan beras hasil budidaya tanaman padi yang menerapkan sistem pertanian organik. Sistem pertanian jenis ini dilakukan secara organik atau tanpa menggunakan bahan-bahan kimia dalam proses produksinya. Pada proses produksi beras organik, penggunaan bahan kimia seperti pupuk dan pestisida kimia digantikan dengan menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan seperti pupuk organik dan pestisida hayati. Hal tersebut menunjukkan bahwa beras organik lebih aman dikonsumsi jika dibandingkan dengan beras nonorganik karena tidak mengandung residu atau zat kimia sisa hasil dari proses produksi yang dapat membahayakan kesehatan tubuh jika dikonsumsi secara terus menerus. Kandungan beras organik sangat baik dikonsumsi oleh tubuh karena mengandung nutrisi dan mineral yang tinggi serta kandungan glukosa, karbohidrat dan proteinnya mudah terurai sehingga aman untuk dikonsumsi penderita diabetes dan baik untuk program diet.

Keunggulan beras organik lainnya terdapat pada warna dan rasa beras setelah dimasak. Warna nasi terlihat lebih putih dan memiliki tekstur yang lebih empuk, pulen dan memiliki daya simpan yang lebih lama dibandingkan nasi biasanya (Surdianto dan Sutrisna, 2015). Selain itu, beras organik memiliki aroma yang lebih wangi dibandingkan dengan beras nonorganik (Abdillah, 2017).

Terdapat beberapa jenis beras organik, antara lain:

- 1) Beras Rojolele
- 2) Beras Pandan Wangi Putih dan Coklat
- 3) Beras Mentik Susu
- 4) Beras Sintanur Putih dan Coklat
- 5) Beras Ciherang Putih dan Coklat
- 6) Beras Mentik Wangi
- 7) Beras Merah

Untuk menghasilkan beras organik terdapat beberapa perbedaan dengan beras nonorganik dalam proses budidayanya seperti dalam penggunaan varietas benih, pupuk dan obat-obatan (Surdianto dan Sutrisna, 2015). Berikut hal-hal yang harus diperhatikan dalam budidaya padi organik dan pemasaran beras organik:

- 1) Penggunaan varietas

Benih merupakan salah satu faktor penting dalam sistem pertanian organik. Dalam sistem pertanian organik murni, benih yang digunakan untuk menghasilkan produk beras organik harus berasal dari benih organik juga. Benih yang dipilih dalam proses budidaya padi organik sendiri berasal dari benih tanaman nonhibrida dengan varietas alami yang memiliki ketahanan yang baik dari hama dan penyakit. Secara teknis benih jenis ini memungkinkan untuk dibudidayakan secara organik. Beberapa jenis varietas padi yang dapat ditanam secara organik yaitu Rojolele, Pandan, Mentik, dan Lestari. Namun, perlu diperhatikan kembali benih yang digunakan merupakan benih yang sudah mendapatkan sertifikat organik dari lembaga yang berwenang.

- 2) Penggunaan lahan

Lahan sebagai media tanam yang digunakan sebagai tempat budidaya harus dilakukan pada lahan yang tepat. Penyiapan lahan dilakukan agar jenis tanaman budidaya tumbuh secara optimal. Dalam pertanian organik, untuk menghasilkan beras organik maka lahan budidaya yang akan

digunakan harus terbebas residu-residu kimia seperti pupuk dan obat-obatan sintetis, sehingga dibutuhkan waktu 1 sampai 3 tahun untuk pindah dari sistem pertanian konvensional ke sistem organik sampai lahan benar-benar siap untuk digunakan. Selain itu, lingkungan di sekitar lahan perlu diperhatikannya dari pencemaran lingkungan agar tidak merusak sistem pertanian organik yang telah dibangun. Pencemaran tersebut dapat terjadi akibat dari penggunaan bahan-bahan kimia oleh lahan tetangga atau limbah rumah tangga yang berpindah lewat air dan udara. Setelah lahan siap tanam maka selanjutnya dilakukan penanaman untuk bibit persemaian yang telah memenuhi syarat.

3) Penggunaan pupuk

Pada proses produksi padi organik pupuk yang digunakan berasal dari pupuk organik seperti pupuk kandang, pupuk kompos, pupuk hijau, dan pupuk organik lainnya. Pupuk organik tersebut dapat membantu dalam memperbaiki sifat fisik tanah seperti struktur tanah, porositas tanah, permeabilitas tanah, dan daya menahan air sehingga dapat meningkatkan kesehatan tanah (Roidah, 2013). Hal tersebut berbeda jika dibandingkan dengan proses budidaya beras nonorganik yang menggunakan pupuk kimia yang dapat menyebabkan kerusakan lahan.

4) Penggunaan air untuk irigasi

Pengairan yang digunakan pada proses budidaya padi organik harus sangat diperhatikan. Pengairan dengan menggunakan air yang jernih dan tidak tercemar dengan bahan kimia sintetis. Biasanya aliran air dari lahan konvensional yang masuk ke lahan organik masih terdapat kandungan bahan kimia akibat dari penggunaan pupuk dan obat kimia. Hal tersebut dapat diatasi dengan cara mencari lahan budidaya yang dekat dengan sumber mata air atau dapat dengan menyalurkan air dari irigasi yang cukup besar. Selain itu, dapat dilakukan dengan menanam eceng gondok (*Eichhornia crassipes*) di saluran masuknya air guna mensterilkan bahan kimia yang masuk ke lahan organik.

5) Pengendalian hama dan penyakit

Pengendalian hama terpadu merupakan cara yang digunakan untuk mengendalikan serangan hama dan penyakit pada proses budidaya padi organik. Pengendalian tersebut dilakukan dengan menggunakan pestisida organik atau tanpa menggunakan obat-obatan kimia seperti pestisida, fungisida, dan lainnya dengan memperhatikan budidaya, biologi, dan fisik di lahan. Pestisida organik tersebut memiliki peran yang sama penting dengan pestisida kimia dalam pengaplikasiannya di lahan. Bahan dasar pestisida organik sendiri mudah didapatkan dan dibuat karena terbuat dari bahan-bahan alami yang terdapat di sekitar kita seperti hewan maupun tumbuhan (daun dan buah-buahan).

6) Proses pemanenan dan pasca panen

Proses panen dan pasca panen padi organik tidak beda dengan padi umumnya yaitu perontokkan, pengeringan, penggilingan dan penyimpanan gabah. Namun, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan seperti pada tahap pengemasan dan pengangkutan disarankan menggunakan plastik atau karung goni yang baik, kuat, bersih, dan bebas hama, menggunakan lumbung atau gudang yang bebas dari hama dengan sirkulasi udara yang baik sebagai tempat penyimpanan serta memperhatikan kadar air guna menghasilkan beras yang berkualitas.

7) Pemasaran

Di Indonesia penggunaan produk organik hingga saat ini masih sangat kecil dibandingkan dengan produk nonorganik, dimana konsumen beras organik masih terbatas pada kalangan menengah dan atas. Hal tersebut disebabkan oleh harga produk pangan organik masih tergolong mahal. Selain itu, kurangnya informasi terkait dengan pentingnya mengonsumsi produk organik bagi kesehatan di masyarakat dan tidak ada jaminan mutu serta standar kualitas untuk produk organik itu sendiri (Surdianto dan Sutrisna, 2015). Terbatasnya segmen pasar tersebut menyebabkan sulitnya dalam menjual produk organik salah satunya beras organik. Oleh karena itu, pemasaran beras organik harus didasarkan pada karakteristik dan

perilaku konsumen (Setiawan, Zakaria, dan Indriani, 2016). Disisi lain, tempat jual beras organik juga memiliki peranan penting dalam memfasilitasi aksesibilitas konsumen terhadap produk-produk pertanian organik.

Pemasaran beras organik di beberapa wilayah masih sangat terbatas meskipun saat ini sudah tersedia berbagai *platform e-commerce* yang menjual beras organik. Namun, terdapat beberapa konsumen yang lebih memilih untuk berbelanja langsung di toko fisik. Di Kota Bandar Lampung, beras organik hanya dapat dijumpai pada toko khusus yang menjual produk organik atau toko swalayan seperti pada beberapa *supermarket* atau *department store*. Salah satu perbedaan mencolok antara toko organik dan toko swalayan adalah dalam hal variasi merek beras organik yang ditawarkan.

Toko beras organik khusus hanya menawarkan satu merek beras organik tertentu, sementara di toko swalayan, konsumen memiliki pilihan lebih dari satu merek beras organik. Beberapa merek beras organik yang ditemukan di pasaran antara lain RI 1, Suta Organik, MD Organik, Hotel Quality Brand, Mentariku, Pure Green Organic, Bionic Farm, Holistic Bio Organik, Selma Organik, Tip Top dan Dewa Tunggal Abadi. Setiap merek yang dijual memiliki beberapa jenis beras organik seperti beras putih, beras merah, beras hitam, dan beras coklat hingga beras campuran dengan varian kupas kulit ataupun pecah kulit. Selain itu, beras organik di jual dengan berbagai varian ukuran mulai dari ukuran yang kecil hingga besar. Di Kota Bandar Lampung beras organik dijual dengan ukuran kemasan sebesar 800 gram, 1 kilogram, 2 kilogram, 2,5 kilogram dan 5 kilogram. Ukuran tersebut berbeda-beda pada setiap mereknya.

8) Lembaga penunjang

Produk pertanian organik Indonesia memiliki kelemahan dalam melakukan pemasarannya yaitu terkait dengan standarisasi beras organik. Standarisasi produk dapat dicapai dengan adanya sertifikasi produk

organik agar petani dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, sertifikasi membuat produk lebih berharga sehingga dapat memengaruhi nilai jual atas produk (Novita, 2015). Di Indonesia, semua produk dengan klaim organik harus mencantumkan logo Organik Indonesia yang telah disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Organik (LSO). Pensertifikatan organik Indonesia mengacu pada SNI 6729:2016, Permentan No.64/2013 dan Perka BPOM No.1/2017 (ICERT, 2022). Di Kota Bandar Lampung hampir semua produk beras organik yang dijual di pasaran telah mencantumkan logo Organik Indonesia.

2. Preferensi Konsumen

Preferensi berasal dari kata "*Preference*" dalam bahasa Inggris yang memiliki arti sesuatu yang lebih diminati atau pilihan utama yang merupakan bagian dari prioritas. Disisi lain, preferensi konsumen merupakan suatu pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari beberapa pilihan produk yang ada. Konsep preferensi menyatakan bahwa jika seseorang mengatakan lebih menyukai A daripada B, maka segala kondisi di bawah A tersebut disukai daripada kondisi di bawah B (Zikhri, 2016). Menurut Nugrahani (2019), preferensi konsumen menggambarkan tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk yang dilihat dari atribut-atribut pada produk atau jasa yang menunjukkan manfaat dari produk tersebut bagi konsumen. Atribut produk merujuk pada unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen sehingga menjadi dasar dalam pengambilan keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller dalam Lutfi (2020), preferensi konsumen merupakan suatu sikap konsumen terhadap satu pilihan merek produk yang terbentuk melalui evaluasi atas berbagai macam merek dalam berbagai pilihan yang tersedia. Disisi lain, Putri dan Iskandar (2014), menyatakan bahwa preferensi menjadi bagian dari proses keputusan pembelian yaitu pada tahap evaluasi alternatif. Tahap ini terbentuk setelah konsumen melakukan pencarian informasi terkait dengan produk yang ingin di beli. Pada tahap evaluasi

alternatif tersebut konsumen dihadapkan dengan berbagai macam pilihan produk maupun jasa dengan berbagai macam atribut yang berbeda-beda. Informasi terkait dengan atribut-atribut yang ada pada produk nantinya akan dijadikan sebagai pilihan dalam menentukan produk mana yang dibutuhkan oleh konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa preferensi sebagai pilihan yang diambil oleh konsumen akan berbagai macam atribut yang tersedia yang nantinya akan membentuk sikap konsumen untuk memilih suatu produk.

Menurut Sumarwan (2015), sikap didefinisikan sebagai ungkapan perasaan suka tidak suka konsumen terhadap suatu objek. Selain itu, sikap juga mencerminkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai karakteristik dan manfaat dari suatu objek sehingga objek yang diamati harus jelas.

Kepercayaan konsumen tersebut terbentuk dari salah satu komponen dalam membentuk sikap. Komponen tersebut terdiri dari kognitif, afektif dan konatif. Komponen kognitif menggambarkan pengetahuan konsumen yang diperoleh dari pengalaman yang akan membentuk kepercayaan (*belief*) dan komponen afektif menunjukkan perasaan dan emosi yang ditunjukkan dari penilaian suka tidak suka terhadap suatu produk serta komponen konatif yang merujuk pada tindakan yang diambil individu terhadap objek sikap seperti tindakan pembelian. Ketiga komponen tersebut terikat dengan konsep atribut produk.

Menurut Azmansyah (2017), atribut merupakan karakteristik dari suatu produk yang akan dijadikan pilihan bagi konsumen untuk membeli suatu produk.

Adanya karakteristik pada suatu produk menjadikan pembeda antara produk satu dengan produk lainnya sehingga dengan pengetahuan yang dimiliki konsumen dapat memengaruhi keputusan dalam membeli produk tersebut.

Semakin banyak pengetahuan konsumen terkait dengan atribut yang terkandung pada produk akan semakin mempermudah konsumen dalam memilih produk yang disukai dan diminati. Menurut Sanzo dkk dalam Fandos dan Flavian (2006), terdapat 2 dimensi atribut yaitu atribut intrinsik dan atribut ekstrinsik. Atribut intrinsik merupakan atribut-atribut spesifik yang berhubungan dengan aspek fisiknya seperti kualitas produk yang

memungkinkan untuk diukur secara objektif. Atribut insik terdiri dari kandungan gizi, kelezatan, rasa, aroma, warna, tekstur dan bentuk. Atribut ekstrinsik merupakan segala aspek yang berhubungan dengan produk tetapi tidak menjadi bagiannya secara fisik. Atribut ekstrinsik terdiri dari merek, label, harga, desain, kemasan, bersih, kemudahan memperoleh dan polusi terhadap lingkungan.

Beras organik sendiri memiliki berbagai macam atribut baik atribut intrinsik maupun ekstrinsik, mulai dari atribut aroma, kepulenan, daya tahan, keawetan, keseragaman bulir, harga, warna, rasa, kandungan gizi, kemasan, label, kebersihan, ketersediaan, keaslian hingga atribut promosi. Dari banyaknya atribut beras organik tersebut pada penelitian ini atribut yang digunakan merupakan atribut hasil adopsi dari beberapa penelitian terdahulu.

Berdasarkan hasil penelitian Abdillah (2017) mengenai preferensi konsumen terhadap keputusan dalam membeli beras organik di *supermarket* di Kota Medan atribut beras organik yang digunakan pada penelitian tersebut meliputi atribut kepulenan, aroma, daya tahan, kemasan, harga dan jarak lokasi. Selain itu, atribut beras organik yang digunakan pada penelitian Adrianto (2018) mengenai sikap konsumen terhadap atribut beras organik terdiri dari atribut kepulenan, kebersihan, warna, aroma, daya tahan nasi, cita rasa beras, dan kandungan gizi beras, sedangkan atribut yang digunakan pada penelitian Arrozi, Masithoh, dan Miftah (2020) mengenai persepsi konsumen terhadap produk beras organik yaitu harga, rasa, aroma, warna, kandungan gizi, ketersediaan, keawetan, keaslian, dan sertifikasi. Oleh karena itu, atribut yang digunakan pada penelitian ini meliputi kepulenan, aroma, warna, kandungan gizi dan harga.

Analisis preferensi konsumen sangat penting guna menentukan apa yang di sukai dan tidak disukai konsumen terhadap suatu produk serta dapat menunjukkan urutan kesukaan dari atribut yang dimiliki suatu produk. Oleh karena itu, pada penelitian ini preferensi yang diukur berupa sikap sukai atau tidak sukai terhadap suatu produk. Untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumen metode analisis yang digunakan yaitu multiatribut Fishbein.

Berdasarkan hasil penelitian Sari, Soedarto, dan Wijayati (2023), analisis multiatribut Fishbein memberikan gambaran terkait dengan preferensi konsumen yang berupa sikap, persepsi dan penilaian suka atau tidak suka serta penilaian positif dan negatif dari produk. Menurut Sumarwan (2015), model multiatribut Fishbein diukur melalui dua komponen yaitu kepercayaan konsumen terhadap atribut suatu produk dan evaluasi tingkat kepentingan terhadap atribut suatu produk. Komponen kepercayaan menggambarkan keyakinan konsumen bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu yang melekat di dalamnya, sedangkan evaluasi tingkat kepentingan menggambarkan urutan prioritas atribut suatu produk dari yang paling diprioritaskan hingga kurang diprioritaskan oleh konsumen. Rumus multiatribut Fishbein dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$A_o = \sum_{t=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan:

A_o = Sikap konsumen terhadap produk

b_i = Kekuatan dan kepercayaan terhadap atribut-1

e_i = Evaluasi konsumen terhadap atribut- i

n = Jumlah atribut yang dimiliki produk

i = Atribut dan ciri

Menurut Sumarwan (2015), secara singkat model tersebut menyatakan bahwa atribut pada suatu objek akan menentukan sikap konsumen terhadap suatu objek. Komponen e_i digunakan untuk mengukur evaluasi kepentingan atribut-atribut yang dimiliki oleh objek tersebut, sedangkan komponen b_i digunakan untuk mengukur kepercayaan konsumen terhadap atribut yang dimiliki oleh masing-masing merek. Dari kedua komponen tersebut terdapat perbedaan dalam pengukuran model, dimana ketika mengevaluasi tingkat kepentingan atribut, konsumen belum memperhatikan merek dari suatu produk. Namun, ketika mengevaluasi tingkat kepercayaan terhadap atribut konsumen harus memperhatikan merek dari suatu produk.

3. Pola Konsumsi dan Konsumsi

Pola konsumsi adalah konsep yang terdiri dari dua kata, yaitu “pola” dan “konsumsi”. Secara individual, “pola” mengacu pada susunan atau tata letak yang memiliki keteraturan atau struktur yang tetap, sedangkan “konsumsi” mengacu pada pengeluaran yang dilakukan oleh individu atau rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan harian mereka yang dapat berupa barang ataupun jasa (Asminingsih, 2017). Dalam konteks tersebut, konsumsi merujuk pada pembelian dan penggunaan barang dan jasa oleh individu atau rumah tangga sebagai bagian dari kegiatan ekonomi sehari-hari. Selain itu, konsumsi juga dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan guna memperoleh manfaat atau nilai guna dari suatu barang atau jasa dengan cara mengurangi atau menghabiskannya seperti kegiatan makan dan minum guna memenuhi kebutuhan gizi tubuh manusia.

Menurut Indriani (2019), pola konsumsi merupakan cara yang merujuk pada bagaimana seseorang memilih dan mengonsumsi makanan sebagai respons terhadap berbagai pengaruh, seperti fisiologis, psikologis, sosial, dan budaya yang memengaruhi mereka. Disisi lain, menurut lampiran Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia (2016), pola konsumsi adalah susunan makanan rata-rata per orang per hari yang mencakup jumlah dan jenis bahan makanan yang umum dikonsumsi masyarakat dalam jangka waktu tertentu. Selain itu, pola konsumsi juga mencakup frekuensi dan waktu makan yang secara kuantitas menentukan tinggi rendahnya makanan yang dikonsumsi (Tarawan dkk, 2020). Oleh karena itu, pola konsumsi dapat diartikan sebagai gambaran informasi mengenai jenis, jumlah dan frekuensi bahan makanan yang dikonsumsi atau dimakan setiap hari oleh kelompok masyarakat tertentu. Definisi-definisi ini secara keseluruhan membentuk pemahaman yang lebih luas tentang bagaimana manusia membuat keputusan dalam memilih makanan yang sesuai dengan beragam pengaruh dan kebutuhan mereka, serta bagaimana pola ini tercermin dalam kebiasaan konsumsi masyarakat.

Pada dasarnya, dalam mengonsumsi barang atau jasa, konsumen dibatasi oleh suatu kemampuan yang utamanya ditentukan oleh pendapatan rumah tangga dan harga barang yang diinginkan. Ketika terjadi perubahan jumlah pendapatan yang dapat dibelanjakan, maka jumlah barang yang diminta akan berubah. Begitu pula ketika terjadi perubahan harga barang yang diinginkan. Hal ini menjadi kendala bagi rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan konsumsi mereka. Keterbatasan pendapatan yang dimiliki oleh setiap rumah tangga membuat tingkat konsumsi akan suatu barang menjadi beragam. Hal tersebut akan membentuk pola konsumsi yang berbeda antar rumah tangga (Widianis, 2014). Oleh karena itu, dapat tarik kesimpulan bahwa pola konsumsi dapat menggambarkan bagaimana setiap rumah tangga memenuhi kebutuhannya terkhusus makanan dengan membelanjakan pendapatannya.

Menurut Dadas, Yamin, dan Lifianthi (2022), terdapat 3 pola konsumsi rumah tangga dalam mengonsumsi beras organik yaitu tidak rutin, campuran dan rutin. Perbedaan pola konsumsi tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor yang memengaruhinya seperti konsumsi rumah tangga, jumlah pengeluaran pangan per bulan, lama konsumsi beras organik, alasan memilih beras organik, jumlah anggota keluarga, dan intensitas membeli beras organik. Perbedaan 3 pola konsumsi tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pola konsumsi tidak rutin atau kadang-kadang, pola ini menunjukkan bahwa konsumen rumah tangga masih sering mengonsumsi beras nonorganik dibandingkan dengan beras organik.. Biasanya konsumen yang mengonsumsi beras tersebut hanya sebagian dari anggota rumah tangga yang memiliki tujuan tertentu seperti diet. Selain itu, menurut Sulistyana dkk (2014), pola konsumsi jenis ini umumnya dilakukan ketika persediaan beras organik habis atau agar lebih menghemat pengeluaran.
- 2) Pola konsumsi campuran, pola ini menunjukkan bahwa konsumen rumah tangga masih mencampur konsumsi beras organik dengan beras nonorganik sebagai makanan pokoknya sehari-hari. Hal tersebut dapat disebabkan beberapa faktor seperti selera, penghematan pengeluaran tetapi

tetap sehat hingga ketidakpedulian anggota rumah tangga akan jenis beras yang dikonsumsi.

- 3) Pola konsumsi rutin, pola ini menunjukkan bahwa konsumen rumah tangga telah menjadikan beras organik menjadi makan pokoknya sehari-hari. Konsumen sudah secara rutin mengonsumsi beras organik tanpa mencampur dengan beras nonorganik yang akan membentuk kebiasaan.

Menurut Pane (2022), untuk menggambarkan kebiasaan seseorang dalam mengonsumsi suatu barang atau jasa dapat dilihat dari beberapa aspek seperti frekuensi konsumsi, jumlah pembelian dan tempat pembelian. Frekuensi konsumsi menggambarkan keteraturan konsumen untuk mengonsumsi suatu barang dalam satu periode, baik dalam satu periode hari, minggu, bulan, dan tahun. Jumlah pembelian dilihat dari seberapa banyak konsumen membeli barang dalam kurun waktu tertentu guna memenuhi kebutuhannya. Tempat pembelian merupakan tempat konsumen mendapatkan barang yang ingin dibeli. Selain itu, pola konsumsi juga dapat dilihat dari cara memperoleh, cara mengolah, cara mengonsumsi dan alasan mengonsumsi makanan tersebut (Hendaris, Zakaria, dan Kasymir, 2013).

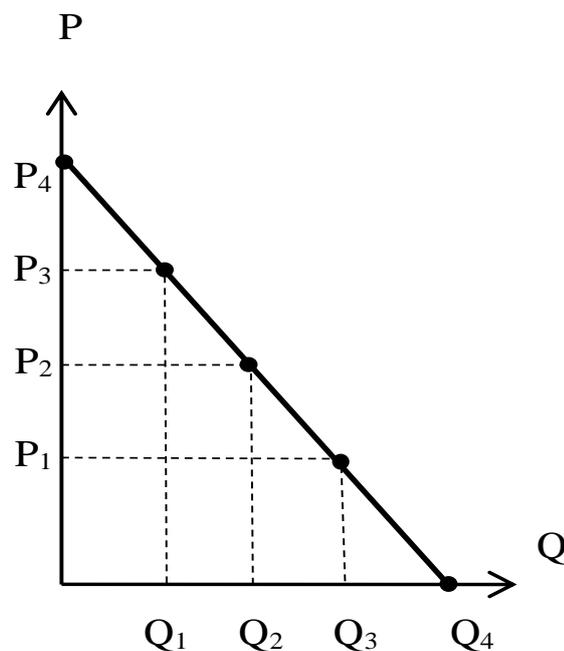
Berdasarkan uraian diatas, pada penelitian ini beberapa indikator yang digunakan penulis terkait dengan pola konsumsi yaitu jenis beras, merek beras, jumlah pembelian, frekuensi masak, frekuensi pembelian dan ukuran pembelian hingga alasan mengonsumsi makanan tersebut.

4. Teori Permintaan

Menurut Lipsey (1993), permintaan mengacu kepada hubungan antara harga dan jumlah barang secara keseluruhan. Menurut Hidayati (2019), permintaan menunjukkan keterkaitan antara jumlah barang yang diminta pada tingkat harga tertentu selama periode waktu tertentu. Jumlah barang yang diminta menunjukkan jumlah total barang yang ingin dan mampu dibeli oleh rumah tangga (Mankiw, 2003). Hal tersebut sejalan dengan pendapat beberapa ahli

ekonomi dalam analisis sederhananya yang mengatakan bahwa, harga suatu barang atau jasa memengaruhi permintaan akan suatu barang atau jasa.

Dalam teori permintaan yang dianalisis merupakan keterkaitan antara jumlah permintaan suatu barang atau jasa terhadap harga barang atau jasa itu sendiri, dimana faktor-faktor lain dianggap tetap (*ceteris paribus*). Selain itu, dalam hukum permintaan dijelaskan sifat permintaan akan suatu barang atau jasa terhadap harganya. Dalam hipotesanya hukum permintaan mengatakan bahwa “semakin rendah harga suatu barang, maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya semakin tinggi harga barang tersebut, maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut, dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap tetap (*ceteris paribus*)”. Jadi, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan harga barang berkorelasi negatif (berlawanan arah) dengan anggapan bahwa hal-hal lain dianggap konstan pada berbagai kemungkinan harga (Nuraini, 2016). Hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan tingkat harga suatu barang, dimana hal-hal lain dianggap tetap dapat dilihat melalui sebuah kurva yang disebut sebagai kurva permintaan atau *demand curve*.



Gambar 2. Kurva permintaan
Sumber: Mankiw, 2003

Menurut Mankiw (2003), terdapat beberapa faktor-faktor yang memengaruhi permintaan pembeli terhadap suatu barang, antara lain:

a. Harga barang itu sendiri

Harga barang itu sendiri memengaruhi permintaan konsumen. Ketika terjadi kenaikan harga suatu barang atau jasa, maka akan terjadi penurunan jumlah barang yang diminta oleh pembeli, begitupun sebaliknya. Hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan harga dinamakan sebagai hukum permintaan (*law of demand*), dimana semakin rendah atau murah harga suatu barang, maka permintaan terhadap barang tersebut cenderung akan meningkat dengan anggapan bahwa faktor lainnya bernilai tetap (*ceteris paribus*). Sebaliknya, semakin tinggi atau mahal harga suatu barang, maka permintaan terhadap barang tersebut cenderung akan mengalami penurunan dengan anggapan bahwa faktor lainnya bernilai tetap (*ceteris paribus*) (Mankiw, 2003). Pada penelitian ini harga barang itu sendiri adalah harga beras organik.

b. Harga barang lain

Terdapat hubungan yang sangat erat antara barang satu dengan barang yang lainnya. Harga barang lain yang ditawarkan akan memengaruhi permintaan terhadap barang tersebut. Menurut Sumarsono (2007), hubungan antara barang tersebut dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu:

1) Harga barang substitusi

Barang substitusi atau barang pengganti merupakan suatu barang yang memiliki fungsi untuk menggantikan secara sempurna fungsi dari barang yang lain. Apabila terjadi penurunan harga barang substitusi, maka konsumen akan mengurangi permintaan akan barang tersebut. Sebaliknya, apabila terjadi kenaikan harga barang substitusi, maka konsumen akan meningkatkan permintaan barang tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan suatu barang memiliki hubungan yang berbanding lurus atau positif dengan harga barang substitusinya. Contoh barang substitusi dari beras organik yaitu beras nonorganik, jagung, mie dan lain-lain.

2) Harga barang komplementer

Barang komplementer atau barang pelengkap merupakan suatu barang yang memiliki fungsi untuk melengkapi secara sempurna fungsi dari barang yang lain. Apabila terjadi kenaikan harga barang komplementer, maka konsumen akan menurunkan permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, apabila terjadi penurunan harga barang komplementer, maka konsumen akan meningkatkan permintaan terhadap barang tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan suatu barang memiliki hubungan yang berbanding terbalik atau negatif dengan harga barang komplementernya.

3) Barang netral

Barang netral merupakan barang yang tidak memiliki hubungan antara satu barang dengan barang lainnya. Barang netral tidak memiliki fungsi baik untuk menggantikan atau melengkapi barang lainnya. Apabila terjadi kenaikan atau penurunan terhadap harga suatu barang, maka tidak akan memengaruhi permintaan terhadap barang tersebut.

Pada penelitian ini harga barang lain yang digunakan penulis yaitu harga beras nonorganik sebagai barang substitusi dari beras organik.

c. Pendapatan konsumen

Daya beli konsumen dapat ditunjukkan dari tingkat pendapatan konsumen sehingga pendapatan konsumen dapat memengaruhi permintaan. Semakin tinggi tingkat pendapatan, maka semakin tinggi permintaan terhadap suatu barang tersebut, begitu pula sebaliknya. Namun, hanya jenis barang tertentu yang akan mengalami kenaikan permintaan ketika terjadinya kenaikan pendapatan (Parkin, 2017). Menurut Sumarsono (2007), apabila terjadi perubahan pendapatan maka dapat terjadi perubahan permintaan terhadap suatu barang. Berdasarkan jenis barang tersebut dibedakan menjadi empat golongan yaitu:

1) Barang Inferior

Barang inferior merupakan jenis barang yang apabila terjadi peningkatan pendapatan, maka barang jenis ini akan mengalami penurunan permintaan.

Konsumen akan merubah pembelian barang dengan kualitas yang lebih baik. Barang jenis ini banyak diminati konsumen yang berpendapatan rendah.

2) Barang Mewah

Barang mewah merupakan jenis barang yang dibeli setelah terpenuhinya kebutuhan pokok konsumen. Barang jenis ini biasanya dikonsumsi oleh konsumen yang berpendapatan relatif tinggi. Contoh barang mewah yaitu perhiasan, mobil mewah, atau barang branded lainnya.

3) Barang Esensial

Barang esensial merupakan barang penting dalam kehidupan sehari-hari. Contoh barang ini misalnya kebutuhan pokok seperti sandang, pangan, papan.

4) Barang Normal

Barang normal merupakan jenis barang yang akan mengalami kenaikan permintaan apabila terjadi peningkatan pendapatan.

Dari definisi tersebut maka beras organik dapat dikatakan sebagai barang normal dan barang esensial. Beras organik dapat dikatakan barang esensial apabila konsumen telah memprioritaskan beras ini sebagai makanan pokoknya karena mengutamakan aspek kesehatan dan lingkungan. Namun, beras organik sebagai barang normal apabila konsumen cenderung beralih ke produk organik apabila pendapatan konsumen meningkat. Hal tersebut disesuaikan dengan persepsi konsumen beras organik. Pada penelitian kali pendapatan yang digunakan yaitu pendapatan seluruh anggota rumah tangga yang berkontribusi dalam rumah tangga.

d. Ekspektasi di masa depan

Ekspektasi atau perkiraan di masa yang akan datang memengaruhi permintaan terhadap suatu barang. Ekspektasi dapat dilihat dari berbagai sisi seperti ekspektasi akan harga barang atau jasa, tingkat pendapatan, dan

ketersediaan dari barang atau jasa itu di masa mendatang. Namun, pada penelitian kali ini penulis tidak menggunakan variabel ekspektasi untuk mengukur permintaan rumah tangga terhadap beras organik.

e. Selera

Selera atau kebiasaan dapat memengaruhi permintaan terhadap suatu barang. Selera individu akan berbeda dengan selera rumah tangga begitupun dengan selera masyarakat. Jika selera masyarakat terhadap suatu barang berubah dari barang A ke barang B, maka permintaan terhadap barang A akan mengalami penurunan dan barang B akan mengalami peningkatan permintaan. Dalam penelitian ini preferensi konsumen mewakili variabel selera.

f. Jumlah penduduk

Menurut Parkin (2017), permintaan bergantung pada ukuran dan struktur usia penduduk. Semakin besar jumlah penduduk suatu wilayah, maka semakin tinggi permintaan terhadap suatu barang. Sebaliknya, semakin kecil jumlah penduduk di suatu wilayah, maka semakin rendah pula permintaan atas suatu barang atau jasa. Dengan demikian disimpulkan bahwa jumlah barang yang diminta oleh pasar bergantung kepada jumlah pembeli di pasar (Mankiw, 2003). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa jumlah penduduk memiliki hubungan yang positif terhadap permintaan suatu barang. Dalam penelitian ini, jumlah penduduk berada pada batasan rumah tangga yaitu jumlah anggota keluarga yang termasuk dalam tanggungan rumah tangga.

Secara matematis hubungan antara permintaan dengan faktor-faktor yang memengaruhinya dapat dilihat melalui fungsi permintaan. Fungsi permintaan menjelaskan hubungan antara terikat dengan variabel-variabel bebas. Dari uraian di atas, maka secara umum fungsi permintaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$D_x = f(P_x, P_{y_n}, Y, Eks, Sel, Pen, E)$$

Keterangan:

D_x = Jumlah barang X yang diminta

P_x = Harga barang X

P_{y_n} = Harga barang Y

Y = Pendapatan

E_{ks} = Ekspektasi

S_{el} = Selera

P_{en} = Penduduk

E = Faktor-faktor lain yang tidak dapat dibahas satu demi satu

5. Teori Konsumsi

Pada dasarnya tingkat konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh pendapatan, dimana terdapat korelasi yang positif antara pendapatan dan konsumsi (Rahardja dan Manurung, 2002). Menurut Keynes setiap penambahan pendapatan yang terjadi dalam masyarakat akan digunakan untuk menambah konsumsinya, tetapi besarnya kecenderungan konsumsi itu tidak pernah negatif dan lebih besar dari satu. Teori tersebut menyimpulkan bahwa tidak seorangpun yang akan mengonsumsi seluruh kenaikan pendapatannya. Fungsi konsumsi menurut hipotesis Keynes adalah sebagai berikut:

$$C = a + bY$$

Keterangan:

C = Tingkat konsumsi

a = Konsumsi rumah tangga ketika pendapatan nasional adalah 0

b = Kecenderungan konsumsi marginal

Y = Tingkat pendapatan nasional

Menurut Rahardja dan Manurung (2002), faktor-faktor yang memengaruhi tingkat konsumsi rumah tangga dibagi menjadi tiga yaitu:

a. Faktor Ekonomi

Terdapat 4 faktor ekonomi yang memengaruhi konsumsi rumah tangga yaitu:

1) Pendapatan Rumah Tangga

Pendapatan memiliki pengaruh yang amat besar terhadap tingkat konsumsi rumah tangga. Ketika pendapatan rumah tangga meningkat akan memengaruhi kemampuan rumah tangga untuk membeli aneka kebutuhan konsumsi menjadi semakin besar, setidaknya konsumen akan meningkatkan kualitas konsumsi rumah tangga.

2) Kekayaan Rumah Tangga

Kekayaan rumah tangga mencakup kekayaan riil dan finansial. Kekayaan riil seperti rumah tanah dan mobil, sedangkan finansial seperti deposito berjangka, saham, dan surat-surat berharga. Kekayaan tersebut dapat meningkatkan konsumsi karena akan menambahkan pendapatan disposibel.

3) Jumlah Barang Tahan Lama Dalam Masyarakat

Konsumsi juga dipengaruhi oleh jumlah barang-barang tahan lama. Pengaruh terhadap tingkat konsumsi bisa bersifat positif dan negatif.

4) Tingkat Suku Bunga

Tingkat suku bunga memengaruhi konsumsi karena dapat mengerem atau mengurangi keinginan konsumsi konsumen. Ketika tingkat suku bunga tinggi akan menyebabkan biaya ekonomi dari kegiatan konsumsi akan semakin mahal sehingga konsumen lebih memilih untuk menunda atau mengurangi konsumsinya.

b. Faktor Demografi

Faktor demografi atau faktor kependudukan mencakup jumlah dan komposisi penduduk.

1) Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk yang besar akan memperbesar pengeluaran konsumsi secara menyeluruh, walaupun pengeluaran rata-rata per orang relatif rendah.

2) Komposisi penduduk

Komposisi penduduk suatu negara dapat dilihat dari beberapa klasifikasi, diantaranya usia (produktif dan tidak produktif), pendidikan (rendah, menengah, tinggi), wilayah tinggal (perkotaan dan perdesaan). Penjelasan pengaruh komposisi secara sederhana akan dijabarkan, sebagai berikut:

- a) Semakin banyak penduduk dengan usia kerja produktif (15-54), maka semakin besar tingkat konsumsinya, terutama jika mereka mendapat kesempatan kerja yang tinggi dengan upah yang baik.
- b) Semakin tinggi tingkat pendidikan masyarakat, akan meningkatkan konsumsinya karena kebutuhan hidup yang semakin banyak. Kebutuhan ini bukan hanya sekedar makan dan minum, akan tetapi kebutuhan informasi, pergaulan masyarakat yang lebih baik serta kebutuhan akan pengakuan orang lain terhadap dirinya.
- c) Semakin banyak penduduk yang tinggal di perkotaan, maka akan semakin tinggi pengeluaran konsumsi. Hal tersebut disebabkan karena pola hidup penduduk kota lebih konsumtif dari penduduk desa.

c. Faktor Nonekonomi

Faktor-faktor nonekonomi yang memengaruhi besarnya konsumsi adalah faktor sosial dan budaya masyarakat. Misalnya ketika terjadi perubahan pola kebiasaan makan, perubahan etika dan tata nilai karena ingin meniru masyarakat lain yang dianggap lebih ideal. Contohnya berubahnya kebiasaan penggunaan beras dari beras nonorganik menjadi beras organik

disebabkan alasan tertentu dari alasan kesehatan hingga mengikuti trend yang sedang berkembang.

Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi konsumsi rumah tangga, dalam penelitian ini penulis tidak hanya menggunakan teori konsumsi melainkan memadukan antara teori permintaan dan teori konsumsi. Kedua teori ini memfokuskan pada faktor-faktor yang memengaruhi bagaimana individu dan rumah tangga mengalokasikan pendapatan mereka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu, terdapat hubungan yang erat antara faktor-faktor yang memengaruhi permintaan dan variabel-variabel yang memengaruhi konsumsi. Sebagai contoh, jika pendapatan konsumen naik, ini dapat meningkatkan permintaan terhadap berbagai barang dan juga akan mendorong konsumsi yang lebih tinggi. Demikian pula, jika harga barang terkait turun, maka akan menunjukkan permintaan yang mungkin meningkat, yang juga bisa memengaruhi keputusan konsumen untuk meningkatkan konsumsi barang tersebut. Oleh karena itu, pada penelitian ini faktor-faktor yang memengaruhi permintaan dikombinasikan dengan faktor-faktor yang memengaruhi konsumsi sehingga variabel yang digunakan merupakan variabel gabungan antara teori permintaan dan teori konsumsi.

Variabel teori permintaan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu harga beras organik, harga beras nonorganik, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, dan dummy selera, sedangkan variabel teori konsumsi yang digunakan yaitu pendapatan, jumlah anggota keluarga, lama Pendidikan, dan usia. Selain daripada itu, penentuan variabel-variabel penelitian yang digunakan ditentukan dengan mengadopsi variabel penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu Fitriah dkk (2020) dan Risty dkk (2012) terkait permintaan dan konsumsi beras organik. Variabel-variabel yang diadopsi dipilih dengan didasarkan pada kedua teori tersebut. Dengan demikian, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi harga beras organik, harga beras nonorganik, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, lama Pendidikan, usia dan dummy selera.

Untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi konsumsi maka analisis yang dapat digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan antara satu variabel terikat (dependen) dengan beberapa variabel bebas (independen). Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa analisis regresi linear berganda merupakan lanjutan dari analisis regresi sederhana, perbedaannya terdapat pada jumlah variabel bebas atau variabel independennya. Analisis regresi sederhana hanya memiliki satu variabel bebas (independen), sedangkan analisis regresi linear berganda memiliki lebih dari satu variabel bebas (independen). Oleh karena itu, analisis ini dapat menerapkan konsep regresi sederhana untuk mengetahui korelasi secara parsial antara variabel satu dengan variabel lainnya dan regresi berganda untuk mengetahui korelasi beberapa variabel independen secara simultan terhadap satu variabel dependen. Uji regresi linear berganda tidak berdiri sendiri, tetapi terdapat beberapa uji yang mendukung dan berhubungan seperti uji koefisien determinasi, uji t dan uji F. Namun, sebelum dilakukan uji regresi linear berganda, peneliti harus melakukan asumsi klasik terlebih dahulu agar model regresi tidak memberikan hasil yang bias (Riyanto dan Hatmawan, 2020). Model persamaan yang digunakan untuk analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = B_0 + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + B_4 X_4 + B_5 X_5 + B_6 X_6 + B_7 D_1 + e$$

Keterangan:

Y = Konsumsi beras organik (kg/bulan)

X₁ = Harga beras organik (Rp/kg)

X₂ = Harga beras nonorganik (Rp/kg)

X₃ = Pendapatan rumah tangga (Rp/bulan)

X₄ = Jumlah anggota keluarga (orang)

X₅ = Lama pendidikan (tahun)

X₆ = Usia (tahun)

D₁ = Selera (1: Suka, 0: Tidak suka)

B₀ = Konstanta

e = Error

B = Koefisien Regresi

6. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan berbagai macam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang memiliki topik serupa dengan judul yang dibuat oleh penulis. Penelitian tersebut dapat dijumpai dalam bentuk skripsi ataupun jurnal ilmiah. Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan dengan hasil penelitian sebelumnya guna meningkatkan pengetahuan dan melengkapi penulisan peneliti saat ini. Adapun penelitian terdahulu yang digunakan penulis sebagai bahan acuan saat ini mengenai preferensi, pola konsumsi, dan permintaan beras organik di Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian

No	Judul dan Peneliti	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Karakteristik Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Beras Organik (Abdillah, 2017)	Metode survei	Deskriptif dan Analisis konjoin dengan skala likert.	Karakteristik sosial ekonomi konsumen beras organik di <i>supermarket</i> brastagi didominasi oleh pendapatan menengah yaitu Rp 2.000.000 – Rp5.000.000 sebanyak 46,7%. Unsur yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam keputusan membeli beras organik adalah aroma, harga dan jarak lokasi.
2	Preferensi Konsumen Beras Organik Di Marketplace Tokopedia (Dewi, Hidayat, dan Yektiningsih, 2022)	Metode survei	Importance and Performance Analysis (IPA)	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. Oleh karena itu, 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.
3	Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Beras Delanggu Oleh Rumah Tangga Di Kecamatan Delanggu Kabupaten Klaten (Kusumawati, Kusnandar, dan Adi,	Metode Survei	Chi Square dan Multiatribut Fishbein	Terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut yang ada pada beras Delanggu di Kecamatan Delanggu Kabupaten Klaten. Dimana responden rumah tangga yang berada di Kecamatan Delanggu Kabupaten Klaten mempunyai kesukaan masing-masing dari setiap atribut yang melekat pada beras Delanggu. Atribut tersebut meliputi harga beras, kelebihan beras, derajat keputihan,

Tabel 3. Lanjutan

No	Judul dan Peneliti	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				aroma, keutuhan butir beras, bentuk, dan kepulenan.
4	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Mengonsumsi Beras Organik Di Kota Palembang (Dadas, Yamin, dan Lifianthi, 2022)	Metode Survei	Metode deskriptif dan analisis regresi logistik.	Pola konsumsi beras organik oleh konsumen rumah tangga di Kota Palembang masih didominasi oleh pola konsumsi campuran sebanyak 16 responden dengan persentase sebanyak 40% disusul dengan pola tidak rutin dan rutin. Selanjutnya, untuk faktor yang berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen dalam memilih beras organik atau nonorganik untuk makanan pokok sehari-harinya adalah pendapatan konsumen beras (X1), lama pendidikan konsumen beras (X3) dan jenis kelamin konsumen beras (D1) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 pada taraf kepercayaan 95%, sedangkan jumlah anggota keluarga (X2) dan umur konsumen (X3) tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen untuk mengonsumsi beras organik di Kota Palembang.
5	Analisis Permintaan Beras Organik Di Kota Surakarta (Fitriah, Marwanti, dan Antriyandati, 2020)	Metode deskriptif dan analitis dengan teknik survei	Analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga beras organik, harga beras nonorganik, harga telur ayam, lama pendidikan, pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan selera secara bersama-sama terhadap permintaan beras organik. Adapun faktor yang secara individu atau parsial berpengaruh nyata terhadap permintaan beras organik di Kota

Tabel 3. Lanjutan

No	Judul dan Peneliti	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				Surakarta adalah harga beras organik, harga beras nonorganik, harga telur ayam, dan pendapatan. Permintaan beras organik bersifat inelastis. Terkait dengan elastisitas pendapatan, beras organik termasuk barang normal. Terkait dengan elastisitas silang, beras nonorganik merupakan barang substitusi sedangkan telur ayam merupakan barang komplementer.
6	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Pembelian Beras Organik (Studi Kasus di Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar) (Zamrodah, 2021)	Metode studi kasus	Deskriptif dan Analisis Regresi Linear berganda.	Hasil Analisa data ditemukan bahwa nilai variabel beras nonorganik, pendidikan, gaya hidup, dan kesehatan sangat berpengaruh terhadap pembelian beras organik karena nilai signifikansinya kurang dari 0,05, sedangkan variabel harga beras organik, pendapatan, pekerjaan, selera konsumen, akses pembelian tidak berpengaruh terhadap pembelian beras organik. Hasil uji t menunjukkan bahwa Sebagian variabel memiliki angka positif dan Sebagian variabel memiliki angka negatif, sedangkan uji F secara simultan menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan.
7	Elastisitas Permintaan Beras Organik Di Kabupaten Hulu Sungai Utara (Zaini,	Metode Survei	Metode analisis regresi linear berganda dengan metode OLS	Hasil analisis data menyatakan bahwa variabel tingkat pendidikan, pendapatan, selera/kebiasaan, jumlah tanggungan, harga beras organik, dan harga barang lain (beras nonorganik) berpengaruh secara

Tabel 3. Lanjutan

No	Judul dan Peneliti	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Sitanggang, dan Royensyah, 2019)		<i>(Ordinary Least Square)</i>	serempak terhadap permintaan beras organik. Elastisitas permintaan untuk model statis berdasarkan elastisitas harga, harga beras organik bersifat elastis ($7,32 > 1$). Berdasarkan elastisitas silang, harga barang lain (beras organik) bersifat elastis ($5,27 > 1$). Berdasarkan elastisitas pendapatan, pendapatan responden bersifat elastis ($702.615 > 1$).
8	Elastisitas Permintaan Beras Organik di Kota Medan (Risty, Iskandarini, dan Ginting, 2012)	Metode Survei	Analisis regresi berganda log-linear dengan metode OLS <i>(Ordinary Least Square)</i>	Peneliti mengajukan hipotesis bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan beras organik di Kota Medan adalah harga beras organik, Pendapatan, Usia, Jumlah Tanggungan, Lama Pendidikan dan Selera. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan beras organik secara parsial adalah harga beras organik, pendapatan, dan jumlah tanggungan. Berdasarkan nilai elastisitas, nilai elastisitas harga bersifat elastis sedangkan pada variabel pendapatan, usia, jumlah tanggungan dan lama pendidikan bersifat inelastis. Berdasarkan golongan jenis barang, beras organik merupakan barang normal.
9	Konsumsi Beras Organik Pada Tingkat	Metode Survei	Deskriptif tabel, deskriptif kualitatif,	Pola konsumsi beras organik pada tingkat rumah tangga di Kota Yogyakarta terdapat 3 kategori yaitu

Tabel 3. Lanjutan

No	Judul dan Peneliti	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Rumah Tangga di Kota Yogyakarta (Sulistiyana, Mulyo, dan Jamhari, 2014)		dan analisis regresi linear berganda	secara rutin, campuran, dan kadang-kadang. Varietas beras organik yang dikonsumsi rumah tangga di Kota Yogyakarta yaitu mentik wangi sebanyak 40%. Konsumsi beras organik dipengaruhi secara positif oleh harga beras nonorganik, harga mie instan, faktor kesehatan dan secara negatif oleh harga tempe dan harga tahu. Beras nonorganik dan mie instan merupakan barang substitusi, sedangkan tempe dan tahu barang komplementer dari beras organik.
10	Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pepaya (Carica Papaya L.) Lokal Di Pasar Tradisional Kota Bogor (Ahar, Yoesdiarti, dan Arsyad, 2023)	Metode Survei	Multiatribut Fishbein	Preferensi konsumen dapat diketahui melalui atribut yang terdapat pada buah Pepaya lokal seperti rasa, warna kulit, ukuran, bentuk, kandungan air (juiciness), warna daging, ketebalan daging, tekstur daging dan tekstur kulit buah Pepaya. Atribut yang paling mempengaruhi preferensi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian adalah atribut warna daging dan atribut rasa dari buah Pepaya lokal.

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap suatu produk dapat diukur dengan menggunakan beberapa metode seperti metode analisis konjoin, *Chi Square*, *Importance and Performance Analysis* (IPA) dan multiatribut Fishbein. Untuk pola konsumsi dapat dianalisis dengan metode deskriptif, sedangkan metode regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan dan konsumsi rumah tangga terhadap beras organik. Oleh karena itu, penelitian ini menerapkan beberapa metode analisis dan variabel yang relevan untuk digunakan. Alat analisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

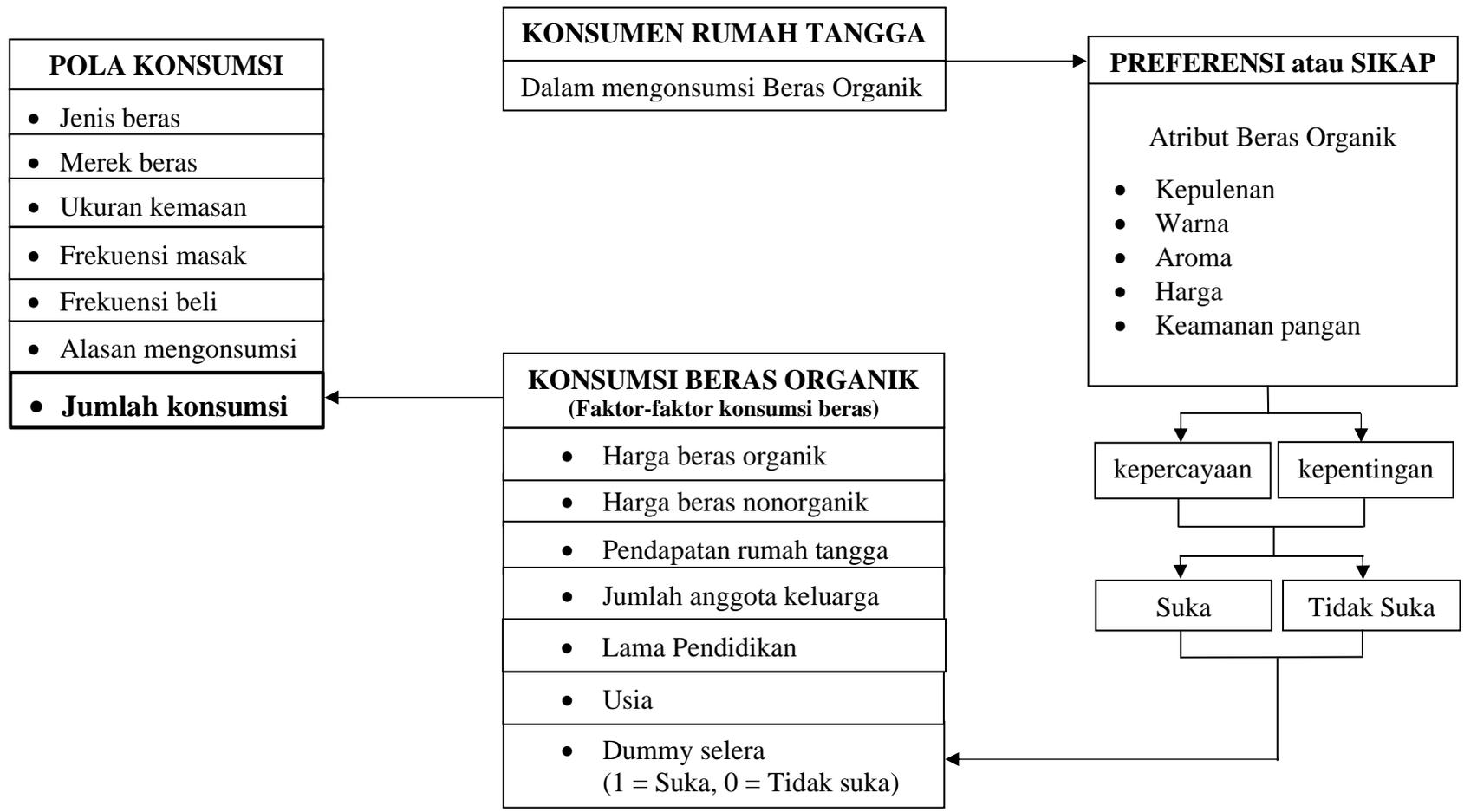
- 1) Analisis multiatribut Fishbein yang digunakan untuk melihat bagaimana preferensi konsumen rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung.
- 2) Analisis deskriptif kuantitatif yang digunakan untuk melihat bagaimana pola konsumsi rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung.
- 3) Analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi konsumsi rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung.

B. Kerangka Pemikiran

Beras organik merupakan salah satu pangan sumber karbohidrat yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Karakteristik yang dimiliki beras organik berbeda dengan karakteristik yang dimiliki beras nonorganik sehingga setiap konsumen memiliki preferensi dalam mengonsumsi beras organik. Preferensi konsumen tersebut akan menggambarkan tingkat kesukaan konsumen yang dilihat melalui sikap konsumen terhadap produk beras organik. Sikap konsumen diukur melalui tingkat kepentingan dan kepercayaan terhadap beberapa atribut yang dapat mewakili produk beras organik. Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan terkait dengan produk beras organik terdapat beberapa atribut yang digunakan pada penelitian ini yaitu kepulenan, warna, aroma, harga dan keamanan pangan. Ketepatan atribut yang dirasakan konsumen akan menjadi pendorong untuk konsumen mengonsumsi beras

organik. Apabila karakteristik beras organik tidak sesuai dengan selera konsumen, maka konsumen akan mengurangi atau bahkan tidak akan mengonsumsi produk beras organik. Hal tersebut akan berdampak pada sedikit banyaknya jumlah beras organik yang dikonsumsi sehingga akan menyebabkan perbedaan pola konsumsi beras organik oleh masing-masing rumah tangga. Pola konsumsi yang dilakukan oleh konsumen rumah tangga biasanya berkaitan dengan jenis, merek, ukuran pembelian, frekuensi pembelian, frekuensi masak, alasan mengonsumsi beras organik hingga jumlah konsumsi.

Jumlah beras organik yang dikonsumsi rumah tangga akan berbeda-beda. Hal tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor baik faktor eksternal maupun internal. Faktor-faktor tersebut seperti harga barang itu sendiri, harga barang lain (substitusi dan komplementer), pendapatan, selera dan lainnya. Variabel-variabel tersebut diasumsikan dapat memengaruhi keputusan konsumen rumah tangga dengan didasari pada teori permintaan dan teori konsumsi. Untuk melihat faktor apa saja yang memengaruhi konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi beras organik variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini meliputi harga beras organik, harga beras nonorganik, lama pendidikan, pendapatan, jumlah anggota keluarga, usia dan dummy selera (1= suka, 0 = tidak suka). Bagan alir analisis preferensi dan konsumsi rumah tangga terhadap beras organik dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Bagan alir analisis preferensi dan konsumsi rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung

C. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah diduga harga beras organik, harga beras nonorganik, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, lama pendidikan, usia dan selera berpengaruh terhadap konsumsi konsumen rumah tangga dalam pembelian beras organik di Kota Bandar Lampung.

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Dasar, Lokasi dan Waktu Penelitian

Metode dasar yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei. Metode survei merupakan metode penelitian yang menggunakan populasi baik besar maupun kecil dengan menggunakan sampel dari suatu populasi yang diteliti untuk diamati (Abubakar, 2020). Tujuan dari metode ini yaitu untuk mengetahui perilaku, karakteristik, dan membuat deskripsi serta generalisasi yang ada dalam populasi. Pendekatan yang digunakan pada metode penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif agar informasi yang didapatkan dari sampel mewakili populasi. Data dan informasi yang diperoleh dilakukan dengan wawancara menggunakan instrumen berupa kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya (Sugiyono, 2013).

Lokasi penelitian yang dipilih pada penelitian ini yaitu Kota Bandar Lampung. Pemilihan Kota Bandar Lampung sebagai lokasi penelitian ditentukan dengan menggunakan metode *purposive*. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan Kota Bandar Lampung sebagai tempat penelitian dipilih dengan mempertimbangkan bahwa Kota Bandar Lampung merupakan pusat pemerintahan di Provinsi Lampung dan mayoritas masyarakat sudah mulai sadar akan kesehatan karena memiliki tingkat pendidikan tertinggi di Provinsi Lampung. Berdasarkan data usia 15 tahun ke atas penduduk Kota Bandar Lampung yang menamatkan jenjang Sarjana sampai Doktor berjumlah 89.320 jiwa atau 27,85 persen (BPS, 2020). Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah penduduk usia 15 tahun ke atas dengan pendidikan tertinggi S1/S2/S3 menurut kabupaten/kota di Provinsi Lampung (jiwa)

No	Kabupaten/kota	Jumlah (jiwa)	%
1	Bandar Lampung	89.320	27,85
2	Lampung Timur	36.763	11,46
3	Lampung Tengah	30.239	9,43
4	Lampung Selatan	26.546	8,28
5	Lampung Utara	22.658	7,06
6	Metro	18.582	5,79
7	Pringsewu	16.509	5,15
8	Tulangbawang	13.668	4,26
9	Pesawaran	13.522	4,22
10	Way Kanan	12.312	3,84
11	Tanggamus	11.339	3,54
12	Lampung Barat	10.427	3,25
13	Tulang Bawang Barat	9.377	2,92
14	Pesisir Barat	5.994	1,87
15	Mesuji	3.473	1,08
Provinsi Lampung		320.729	100,00

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020

Waktu pengambilan data dilaksanakan pada bulan November 2023 sampai dengan April 2023.

B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional merupakan pengertian dari variabel-variabel yang akan diukur atau digunakan dalam suatu penelitian. Konsep dan definisi tersebut dijadikan sebagai batasan penelitian yang dilakukan dengan memberikan arti atau spesifikasi kegiatan. Konsep dasar yang digunakan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai berikut.

Beras organik merupakan beras yang dihasilkan dari proses penggilingan gabah padi yang dibudidayakan tanpa menggunakan bahan-bahan kimia mulai dari proses produksi sampai proses pengolahannya.

Preferensi merupakan sikap suka atau tidak suka konsumen terhadap produk beras organik yang diukur melalui tingkat kepercayaan dan evaluasi tingkat kepentingan terhadap atribut-atribut yang terdapat pada beras organik.

Atribut beras organik merupakan karakteristik yang melekat dan secara objektif menggambarkan beras organik. Adapun atribut yang diteliti adalah kepulenan, warna, aroma, keamanan pangan, dan harga.

Kepentingan menggambarkan seberapa penting suatu atribut yang terdapat pada produk beras organik bagi konsumen. Evaluasi tingkat kepentingan terhadap atribut-atribut beras organik diukur menggunakan skala likert yaitu: sangat penting (5), penting (4), cukup penting (3), tidak penting (2), dan sangat tidak penting (1).

Kepercayaan menggambarkan seberapa besar konsumen yakin bahwa beras organik memiliki atribut kepulenan, warna, aroma, kandungan gizi, dan harga yang melekat di dalamnya. Kepercayaan diukur menggunakan skala likert 1 sampai 5, nilai tertinggi diberi skor 5 dan nilai terendah diberi skor 1.

Kepulenan merupakan tekstur lembut walaupun sudah dingin dan lengket setelah dimasak akan tetapi tidak selengket ketan. Kepercayaan terhadap atribut kepulenan digambarkan melalui penilaian konsumen terhadap tekstur nasi organik yang diukur menggunakan skala likert yaitu: sangat pulen (5), pulen (4), cukup pulen/biasa saja (3), tidak pulen (2), dan sangat tidak pulen (1).

Warna merupakan atribut visual yang dapat diidentifikasi oleh mata manusia. Kepercayaan terhadap atribut warna digambarkan melalui warna nasi yang tampak setelah beras dimasak. Atribut warna diukur menggunakan skala likert yaitu: sangat cerah (5), cerah (4), cukup cerah/biasa saja (3), tidak cerah (2), dan sangat tidak cerah (1).

Aroma merupakan sifat yang dapat dirasakan oleh indra penciuman. Kepercayaan terhadap atribut aroma dinilai dari tingkat keharuman beras setelah dimasak menjadi nasi. Atribut aroma diukur menggunakan skala likert yaitu: sangat harum (5), harum (4), Cukup harum/biasa saja (3), tidak harum (2), dan sangat tidak harum (1).

Keamanan pangan merupakan jaminan terhadap produk beras organik sehingga produk tersebut tidak akan berdampak buruk pada kesehatan atau membahayakan konsumen dalam jangka pendek maupun jangka panjang jika diolah dan/atau dikonsumsi sesuai dengan peruntukannya. Kepercayaan terhadap atribut keamanan pangan digambarkan melalui penilaian konsumen secara umum produk beras organik aman untuk dikonsumsi. Atribut keamanan pangan diukur menggunakan skala likert yaitu: sangat aman (5), aman (4), cukup aman/biasa saja (3), tidak aman (2), dan sangat tidak aman (1).

Harga merupakan besaran uang yang dikeluarkan konsumen untuk membeli beras organik. Kepercayaan terhadap atribut harga digambarkan melalui penilaian konsumen terhadap harga beras organik. Atribut harga diukur menggunakan skala likert yaitu: sangat murah (5), murah (4), cukup murah/biasa saja (3), mahal (2), dan sangat mahal (1).

Pola Konsumsi merupakan cara rumah tangga memilih dan mengonsumsi beras organik yang dilihat dari jenis beras, merek beras, ukuran kemasan, frekuensi masak, frekuensi pembelian, alasan mengonsumsi dan jumlah konsumsi beras organik.

Merek beras merupakan tanda yang dikenakan oleh perusahaan sebagai pembeda dengan perusahaan lain. Merek beras organik seperti RI 1, Suta Organik, MD Organik, Hotel Quality Brand, Mentariku, Pure Green Organic, Bionic Farm, Holistic Bio Organik, Selma Organik, Tip Top dan Dewa Tunggal Abadi.

Jenis beras merupakan variasi nama dari merek beras organik yang dilabelkan oleh produsen. Jenis beras pada setiap merek beras organik berbeda-beda. Jenis beras organik pada merek beras organik biasanya meliputi beras putih, beras merah, beras hitam, beras coklat dan lainnya.

Ukuran kemasan merupakan besaran ukuran bungkus beras organik yang secara umum sering dibeli oleh rumah tangga. Ukuran kemasan beras organik meliputi 800 gram, 1 kilogram, 2 kilogram, 2,5 kilogram, dan 5 kilogram.

Frekuensi masak merupakan ukuran jumlah berapa kali rumah tangga memasak beras organik dalam satu minggu. Frekuensi masak dinyatakan dalam kali per minggu.

Frekuensi pembelian merupakan ukuran jumlah berapa kali rumah tangga melakukan pembelian beras organik dalam satu bulan. Frekuensi pembelian dinyatakan dalam kali per satu bulan.

Alasan mengonsumsi merupakan sebab atau pertimbangan konsumen dalam mengganti konsumsi beras dari beras nonorganik ke beras organik. Alasan mengonsumsi beras organik meliputi faktor kesehatan, rasa beras, mengikuti perkembangan jaman (trend) dan lain sebagainya.

Konsumsi merupakan jumlah beras organik yang dibeli dan dikonsumsi rumah tangga dalam periode satu bulan.

Jumlah konsumsi merupakan banyaknya beras organik yang dibeli dan dikonsumsi rumah tangga dalam periode satu bulan. Jumlah konsumsi dinyatakan dalam kilogram per bulan.

Variabel yang memengaruhi konsumsi merupakan berbagai variabel yang diduga berpengaruh terhadap jumlah beras organik yang dikonsumsi oleh rumah tangga. Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu harga beras organik, harga beras nonorganik, pendapatan, jumlah anggota keluarga, lama pendidikan, usia, dan selera.

Harga beras organik merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan beras organik. Harga beras organik dinyatakan dalam rupiah per gram.

Harga beras nonorganik merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan beras nonorganik. Harga beras nonorganik dinyatakan dalam rupiah per kilogram.

Pendapatan rumah tangga merupakan total penghasilan seluruh anggota rumah tangga yang berkontribusi dalam konsumsi rumah tangga. Pendapatan rumah tangga dinyatakan dalam rupiah per bulan.

Jumlah anggota keluarga merupakan banyaknya jiwa yang termasuk dalam tanggungan rumah tangga baik yang mengonsumsi maupun yang tidak mengonsumsi beras organik dalam rumah tangga. Jumlah anggota keluarga dinyatakan dalam satuan jiwa.

Lama pendidikan merupakan waktu pendidikan yang ditempuh oleh responden yang membeli beras organik di Kota Bandar Lampung dan berperan sebagai salah satu pengambilan keputusan dalam membeli dan mengonsumsi beras organik rumah tangga. Lama pendidikan dinyatakan dalam satuan tahun.

Usia merupakan umur responden yang membeli beras organik di Kota Bandar Lampung dan berperan sebagai salah satu pengambilan keputusan dalam membeli dan mengonsumsi beras organik rumah tangga. Usia dinyatakan dalam satuan tahun.

Selera merupakan sikap suka atau tidak suka konsumen rumah tangga terhadap beras organik. Selera dinyatakan dalam variabel dummy (1: Suka dan 0: tidak suka)

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2013), populasi merupakan suatu konsep yang mencakup sekumpulan objek atau subjek yang dapat dipelajari dan ditarik kesimpulan dengan memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti. Sampel merupakan sebagian dari jumlah populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan karakteristik populasi yang telah ditentukan sebelumnya. Sampel yang digunakan dalam penelitian harus mewakili populasi sehingga penentuan sampel harus dilakukan dengan cara tertentu dengan didasarkan pada karakteristik yang telah ditentukan sebelumnya. Pada penelitian ini populasi yang digunakan yaitu rumah tangga

yang mengonsumsi beras organik di Kota Bandar Lampung baik seluruh maupun sebagian anggota keluarga dalam rumah tangga.

Lokasi pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan di *supermarket* yang menjual beras organik di Kota Bandar Lampung. Pemilihan *supermarket* sebagai tempat penelitian mempertimbangkan bahwa segmentasi konsumen beras organik merupakan kalangan menengah ke atas. Selain itu, beras organik juga belum dijual bebas di pasar atau toko beras pada umumnya. Penentuan *supermarket* dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan didasarkan pada jumlah merek beras organik yang dijual di *supermarket*. Dalam penelitian ini, diambil tiga lokasi *supermarket* terbanyak yang menjual merek beras organik. Ketiga *Supermarket* tersebut yaitu *Supermarket A*, *Supermarket B*, dan *Supermarket C* dengan jumlah merek beras organik yang dijual secara berurutan sebanyak 10, 8 dan 6 merek. Data *supermarket* yang menjual beras organik di Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Supermarket yang menjual beras organik di Kota Bandar Lampung.

No	Toko atau <i>Supermarket</i>	Jumlah Merek (buah)
1	A	10
2	B	8
3	C	6
4	D	6
5	E	5
6	F	5
7	G	4
8	H	4
9	I	4
10	J	2
11	K	2
12	L	2
13	M	2
14	N	2
15	O	1
16	P	1
17	Q	1
18	R	1

Sumber: Hasil pra survei, 2023 (tidak dipublikasikan)

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* melalui *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2013), *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dijadikan sebagai sampel. Metode tersebut cocok digunakan pada penelitian ini karena populasi yang akan diteliti, baik jumlah maupun identitas anggota populasi, tidak diketahui sebelumnya. Sementara itu, teknik *accidental sampling* adalah penentuan sampel yang dilakukan secara kebetulan atau dalam menentukan sampel yang akan digunakan tidak mengalami perencanaan sebelumnya, jika dipandang sampel yang ditemui sesuai dengan kriteria untuk dijadikan sebagai sumber data maka sampel tersebut dapat digunakan (Sugiyono, 2013). Sampel yang digunakan pada penelitian ini berasal dari beberapa rumah tangga yang mengonsumsi beras organik, dimana dari masing-masing rumah tangga diambil satu anggota rumah tangga yang dijadikan sebagai responden guna memberikan informasi yang dibutuhkan penulis. Responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu responden yang secara kebetulan sedang membeli produk beras organik di *supermarket A*, *supermarket B*, dan *supermarket C*.

Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 50 orang. Penentuan jumlah sampel tersebut didasarkan pada teori Malhotra (2005) dalam Devita, Sayekti, dan Adawiyah (2021), yang menjelaskan bahwa banyaknya jumlah sampel diperoleh sekurang-kurangnya 4 sampai 5 kali jumlah variabel yang ada. Jumlah variabel yang dianalisis pada penelitian ini sebanyak 12 variabel yang terdiri dari 7 variabel faktor-faktor yang memengaruhi konsumsi dan 5 variabel dari atribut produk beras organik, sehingga jumlah sampel yang baik untuk digunakan pada penelitian ini berjumlah antara 48 sampai 60 responden. Oleh karena itu, dengan didasarkan teori tersebut maka jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 50 responden.

Kriteria yang harus dimiliki oleh responden dalam penelitian ini adalah:

- 1) Anggota rumah tangga yang memiliki peranan dalam pengambilan keputusan rumah tangga untuk membeli dan mengonsumsi beras,
- 2) Berusia minimal 18 tahun dengan pertimbangan bahwa usia tersebut sudah cukup matang dan mampu berfikir dewasa sehingga dapat memberikan informasi,
- 3) Sudah atau pernah membeli dan mengonsumsi produk beras organik minimal satu kali, dan
- 4) Berdomisili di Kota Bandar Lampung.

Waktu pengumpulan data dilaksanakan pada bulan November 2023 sampai dengan Februari 2024.

D. Sifat dan Jenis Data

1. Sifat Data

Pada penelitian kali ini data yang digunakan yaitu data yang bersifat kualitatif dan kuantitatif.

- a. Data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Dalam penelitian ini data kualitatif seperti nama responden, pendidikan terakhir responden, pekerjaan responden dan beberapa data terkait pola konsumsi (alasan mengonsumsi beras organik, jenis dan merek beras organik yang dikonsumsi) serta data komponen tingkat kepercayaan dan evaluasi tingkat kepentingan responden terhadap atribut beras organik.
- b. Data kuantitatif, yaitu data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung. Dalam penelitian ini data kuantitatif seperti data pendapatan responden, usia responden, jumlah anggota keluarga dan beberapa data terkait pola konsumsi (jumlah, frekuensi masak, frekuensi pembelian, ukuran kemasan hingga harga beras organik dan nonorganik yang dibeli dan dikonsumsi).

2. Jenis Data

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis data sebagai berikut:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya dan diamati serta dicatat untuk pertama kalinya. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan berupa data hasil observasi penulis dan hasil wawancara dengan responden. Data hasil observasi penulis meliputi jenis dan merek beras organik hingga lokasi toko yang menjual beras organik di Kota Bandar Lampung. Untuk data hasil wawancara dengan responden meliputi data identitas responden (pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, lama pendidikan responden, dan usia), data preferensi konsumen terhadap beras organik (data tingkat kepercayaan dan evaluasi tingkat kepentingan terhadap atribut-atribut beras organik), dan data terkait dengan konsumsi dan pola konsumsi rumah tangga (jenis, merek, ukuran kemasan, frekuensi masak, frekuensi pembelian, alasan mengonsumsi dan jumlah konsumsi terhadap beras organik hingga harga beras organik dan nonorganik yang dibeli dan dikonsumsi).
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada guna mendukung hasil penelitian penulis seperti data dari lembaga atau instansi terkait, jurnal, skripsi, buku, publikasi dan pustaka lainnya yang terkait dan relevan dengan penelitian ini.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara secara langsung kepada responden. Teknik ini digunakan penulis untuk memperoleh lebih dalam informasi yang diberikan oleh responden dengan menggunakan alat bantu berupa kuesioner yang telah ditentukan sebelumnya. Kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan yang telah disusun untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini informasi yang dibutuhkan penulis berupa data preferensi

konsumen, pola konsumsi dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung. Data sekunder yang digunakan berasal dari koleksi berbagai referensi seperti buku, jurnal dan laporan penelitian sejenis serta data dari beberapa instansi terkait seperti Badan Pusat Statistika, Dinas Pertanian dan Kementerian Pertanian.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2013), sebelum kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data, maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada kuesioner dengan skala likert. Skala likert dalam penelitian ini merupakan variabel ordinal yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama mengenai preferensi konsumen terhadap beras organik yang dilihat dari tingkat kepercayaan dan evaluasi tingkat kepentingan atribut-atribut beras organik. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak sebuah kuesioner atau instrumen penelitian yang digunakan. Menurut Darma (2021), uji validitas digunakan sebagai alat ukur yang digunakan untuk mengukur seberapa tepat suatu uji dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pengukuran uji validitas pada setiap pertanyaan yang dilakukan dengan menghubungkan antara total nilai tanggapan dari setiap variabel pertanyaan yang digunakan dengan total nilai dari masing-masing pertanyaan. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *software* STATA-64 dengan membandingkan nilai *r* hitung (*Pearson Correlation*) dan *r* tabel. Nilai *r* tabel diperoleh dari kolom *df* dengan rumus $N - 2$, *N* sebagai jumlah responden yang dilakukan uji validitas. Kriteria yang digunakan dalam uji validitas yaitu apabila *r* hitung $>$ *r* tabel, maka instrumen tersebut valid, begitu pun sebaliknya.

Setelah dilakukan uji validitas, maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa besar data yang dihasilkan bersifat tangguh atau dapat diandalkan. Jika kuesioner itu handal, maka jawaban responden bersifat tetap terpercaya dan konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *software* STATA-64 dengan membandingkan nilai *Cronbach Alpha* dengan

taraf signifikansi yang digunakan mulai dari 0,6, 0,7, dan 0,8. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,6, maka instrumen dapat dikatakan reliabel (Darma, 2021). Untuk lebih lanjut hasil uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk menguji tingkat keakuratan dari kuesioner yang digunakan dalam penelitian dengan cara menghitung nilai korelasi (*r*) antara data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total. Uji validitas ini dilakukan pada evaluasi tingkat kepentingan dan tingkat kepercayaan terhadap atribut yang ada pada beras organik. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan kepada 30 responden. Pertanyaan dianggap valid jika hasil nilai nilai korelasi (*r*) lebih besar daripada nilai *r*-tabel. Nilai *r*-tabel yang didapat adalah 0,361. Hasil pengujian validitas pertanyaan tentang preferensi konsumen dapat dilihat pada Tabel 6 dan Tabel 7.

Tabel 6. Hasil uji validitas tingkat kepentingan terhadap atribut beras organik

No	Variabel	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Kepulenan	0,600	0,361	Valid
2	Warna	0,533	0,361	Valid
3	Aroma	0,835	0,361	Valid
4	Keamanan pangan	0,699	0,361	Valid
5	Harga	0,497	0,361	Valid

Tabel 7. Hasil uji validitas tingkat kepercayaan terhadap atribut beras organik

No	Variabel	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Kepulenan	0,791	0,361	Valid
2	Warna	0,847	0,361	Valid
3	Aroma	0,707	0,361	Valid
4	Keamanan pangan	0,510	0,361	Valid
5	Harga	0,549	0,361	Valid

Berdasarkan Tabel 6 dan Tabel 7 dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang diberikan kepada responden terkait preferensi konsumen yang dilihat

melalui tingkat kepentingan dan tingkat kepercayaan terhadap atribut-atribut yang ada pada beras organik adalah valid karena seluruh nilai r -hitung memiliki angka korelasi $\geq 0,361$ (r -tabel) dengan nilai signifikansi sebesar 95 persen. Dengan demikian, seluruh pertanyaan yang diajukan pada kuesioner dinyatakan valid dan layak digunakan. Secara lebih lengkap, hasil uji validitas dapat dilihat pada Lampiran X.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan terhadap kuesioner untuk mengukur konsistensi suatu alat ukur yang dilakukan dalam penelitian. Hasil pengujian reliabilitas kuesioner dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan dan kepercayaan terhadap atribut beras organik

No	Variabel	<i>Cronbach' Alpha</i>	Keterangan
1	T. Kepentingan	0,614	Reliabel
2	T. Kepercayaan	0,738	Reliabel

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 8 dapat disimpulkan bahwa kuesioner preferensi konsumen yang dilihat melalui tingkat kepentingan dan tingkat kepercayaan terhadap atribut-atribut yang ada pada beras organik adalah reliabel atau sudah konsisten karena memiliki nilai α yang lebih besar dari 0,600. Jadi, kuesioner yang digunakan tanpa bias (bebas kesalahan) dan mampu memberikan kekonsistenan jawaban jika dilakukan beberapa kali pengukuran. Secara lengkap, hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Lampiran X (Lampiran).

G. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Metode yang digunakan untuk menganalisis preferensi konsumen beras organik digunakan metode analisis multiatribut Fishbein, analisis deskriptif dengan tabulasi untuk mengetahui pola konsumsi konsumen beras organik, sedangkan metode analisis regresi

linier berganda digunakan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang memengaruhi permintaan beras organik.

1. Analisis Multiatribut Fishbein

Untuk menjawab tujuan pertama terkait dengan preferensi konsumen, metode analisis yang digunakan yaitu multiatribut Fishbein. Model ini menggambarkan bahwa preferensi konsumen terhadap produk yang ditentukan dari tingkat kepercayaan terhadap atribut beras organik (b_i) dan evaluasi tingkat kepentingan atribut beras organik (e_i). Pengukuran atribut dalam penelitian ini diukur menggunakan skala likert 1 sampai 5. Alat analisis yang digunakan untuk menganalisis preferensi yaitu statistik deskriptif. Atribut yang digunakan pada penelitian ini yaitu kepulenan, warna, aroma, kandungan gizi dan harga. Rumus model Multiatribut Fishbein sebagai berikut:

$$A_o = \sum_{t=1}^n e_i \cdot b_i$$

Keterangan:

A_o = Sikap konsumen terhadap produk

b_i = Kekuatan dan kepercayaan terhadap atribut-1

e_i = Evaluasi konsumen terhadap atribut- i

n = Jumlah atribut yang dimiliki produk

i = Atribut dan ciri

2. Analisis Deskriptif

Dalam menjawab tujuan kedua terkait dengan pola konsumsi, metode analisis yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan tabulasi. Metode deskriptif merupakan metode yang bertujuan untuk menggambarkan, mendeskriptifkan atau menginterpretasikan data baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Pada penelitian ini, metode deskriptif digunakan untuk mengukur pola konsumsi rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung seperti jenis beras yang dikonsumsi, jumlah pembelian

dan frekuensi masak. Alat analisis data yang digunakan untuk menganalisis pola konsumsi rumah tangga yaitu dengan menggunakan statistik deskriptif.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam menjawab tujuan ketiga yaitu faktor-faktor yang memengaruhi konsumsi beras organik maka dilakukan dengan menggunakan analisis regresi. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Adapun persamaannya yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 D_1 + e$$

Keterangan:

Y	= Konsumsi beras organik (kg/bulan)
X ₁	= Harga beras organik (Rp/kg)
X ₂	= Harga beras nonorganik (Rp/kg)
X ₃	= Pendapatan rumah tangga (Rp/bulan)
X ₄	= Jumlah anggota keluarga (orang)
X ₅	= Lama pendidikan (tahun)
X ₆	= Usia (tahun)
D ₁	= Selera (1: suka, 0: tidak suka)
β ₀	= Konstanta
e _i	= Error
β _{1, ..., β₆}	= Koefisien Regresi.

Beberapa uji yang dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi permintaan beras organik.

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji yang dilakukan pada uji regresi dengan metode Ordinal Least Square guna memenuhi prasyarat sebelum melakukan uji statistika. Jika uji asumsi klasik ini terpenuhi, maka akan memberikan hasil *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Asumsi yang harus terpenuhi sebagai berikut:

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menyatakan bahwa variabel bebas (independen) dalam model regresi tidak terdapat korelasi yang signifikan antara variabel bebas (independen). Untuk menguji ada tidaknya multikolinieritas antar variabel dapat dilihat melalui nilai VIF masing-masing variabel independen. Dengan hipotesis, jika nilai VIF yang didapat bernilai lebih dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat multikolinearitas pada data yang digunakan. Sebaliknya, jika nilai VIF yang didapat bernilai kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada data yang digunakan. Apabila masih terdapat multikolinearitas dapat diatasi dengan menghilangkan variabel yang terdapat multikolinearitas dalam model (Nugraha, 2022).

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Pada penelitian ini, uji yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas pada model persamaan yaitu dengan melakukan uji *glejser*. Uji *glejser* memiliki kesamaan dalam pengambilan keputusan yaitu dengan melihat nilai signifikansi dari variabel bebasnya. Apabila nilai signifikansinya lebih besar sama dengan 0,05, maka dapat disimpulkan data regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat gejala heteroskedastisitas pada data (Riyanto dan Hatmawan, 2020).

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh variabel independen (bebas) dapat menjelaskan variabel dependen (terikat) dalam model. Nilai R^2 berada di antara nol hingga satu. Semakin kecil nilai koefisien determinasi (R^2) atau mendekati 0, maka semakin terbatasnya informasi yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (bebas).

Sebaliknya, semakin besar nilai koefisien determinasi (R^2) atau mendekati 1, maka semakin besar pula informasi yang dapat dijelaskan oleh model regresi. Oleh karena itu, model yang baik adalah suatu model yang memiliki nilai koefisien determinasi yang tinggi (mendekati 1), karena variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen.

c. Uji F

Uji F yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen atau bebas secara bersama-sama dapat memengaruhi variabel dependen atau terikat. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) $H_0 : \beta_i = 0$, artinya variabel harga beras organik, harga beras nonorganik, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, lama pendidikan, usia dan selera secara bersama-sama tidak berpengaruh dan signifikan terhadap permintaan beras organik.
- 2) $H_0 : \text{minimal satu } \beta_i \neq 0$, artinya variabel harga beras organik, harga beras nonorganik, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, lama pendidikan, usia dan selera secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap permintaan beras organik.

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh yang signifikan variabel harga beras organik, harga beras nonorganik, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, lama pendidikan, usia dan selera secara bersama-sama terhadap permintaan beras organik.
- 2) Jika $F \text{ hitung} \geq F \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan variabel harga beras organik, harga beras nonorganik, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, lama pendidikan, usia dan selera secara bersama-sama terhadap permintaan beras organik.

Selain dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , dapat pula dilihat melalui nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansinya $> 0,05$, maka H_0 diterima. Sebaliknya, jika nilai signifikansinya $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak (Riyanto dan Hatmawan, 2020).

d. Uji t

Uji t atau uji parsial digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh secara parsial atau sendiri-sendiri antara variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) $H_0 : \beta_i = 0$ artinya variabel harga beras organik, harga beras nonorganik, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, lama pendidikan, usia dan selera secara parsial tidak berpengaruh dan signifikan terhadap permintaan beras organik.
- 2) $H_0 : \beta_i \neq 0$ artinya variabel harga beras organik, harga beras nonorganik, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, lama pendidikan, usia dan selera secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap permintaan beras organik.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh dan signifikan variabel harga beras organik, harga beras nonorganik, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, lama pendidikan, usia dan selera terhadap permintaan beras organik secara parsial,
- 2) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh dan signifikan antara variabel harga beras organik, harga beras nonorganik, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, lama pendidikan, usia dan selera terhadap permintaan beras organik secara parsial.

Selain dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , dapat pula dilihat melalui nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansinya $> 0,05$, maka H_0 diterima. Sebaliknya, jika nilai signifikansinya $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak (Riyanto dan Hatmawan, 2020).

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

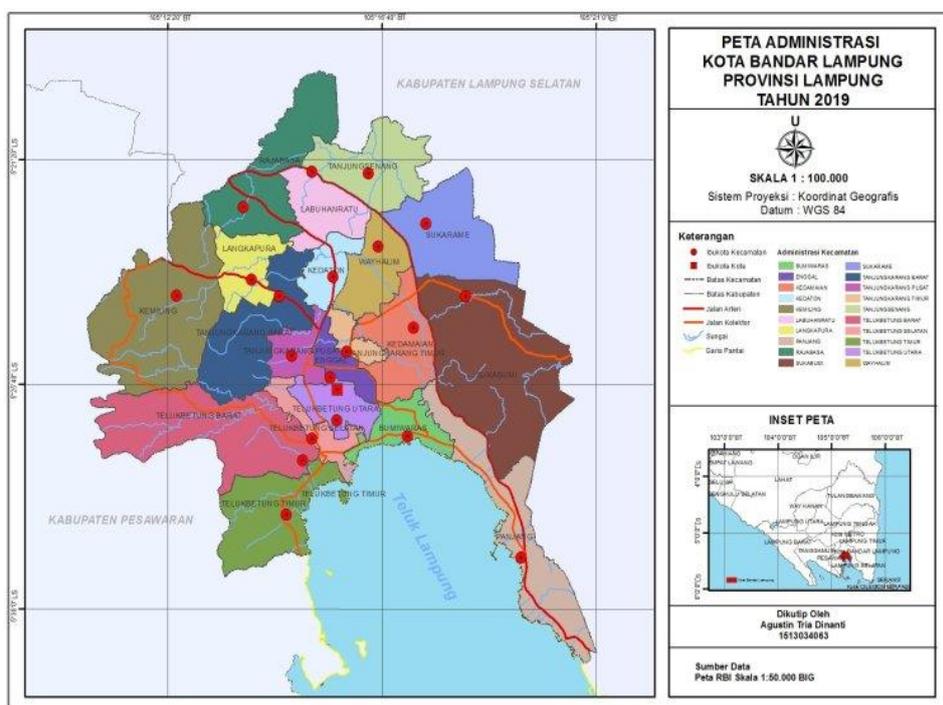
A. Gambaran Umum Kota Bandar Lampung

Kota Bandar Lampung merupakan Ibu Kota Provinsi Lampung, sehingga dapat diartikan bahwa Kota Bandar Lampung memiliki peranan sebagai pusat kegiatan pemerintahan, sosial, politik, kebudayaan dan pendidikan. Fokus utama kota ini yaitu sebagai pengambilan keputusan dan pelaksanaan program-program strategis di tingkat provinsi. Kota Bandar Lampung memiliki letak lokasi yang strategis yang memberikan peranan signifikan terhadap perekonomian daerah Lampung, karena letaknya sebagai daerah transit kegiatan perekonomian antara Pulau Sumatera dan Pulau Jawa. Peranan tersebut yaitu sebagai pusat logistik dan distribusi barang dan jasa antar pulau. Disisi lain, kota ini juga memiliki banyak potensi alam yang dapat dimanfaatkan seperti potensi sumber daya alam laut dan kehutanan serta potensi pariwisata baik wisata alam maupun buatan.

Secara geografis dan demografis, Kota Bandar Lampung berada pada 5°20' sampai dengan 5°30' lintang selatan dan 105°28' sampai dengan 105° 37' bujur timur dengan luas wilayah mencapai 197,22 km² dengan kepadatan penduduk per km² sebanyak 6.135 jiwa. Luas wilayah Kota Bandar Lampung terbagi menjadi 20 kecamatan yang terdiri 126 kelurahan. Kedua puluh kecamatan tersebut meliputi Teluk Betung Barat, Teluk Betung Timur, Teluk Betung Selatan, Bumi Waras, Panjang, Tanjung Karang Timur, Kedamaian, Teluk Betung Utara, Tanjung Karang Pusat, Enggal, Tanjung Karang Barat, Kemiling, Langkapura, Kedaton, Kedaton, Rajabasa, Tanjung Senang, Labuhan Ratu, Sukarame, dan Way Halim yang dapat dilihat pada Gambar 4.

Kecamatan Tanjung Karang Timur menjadi kecamatan dengan tingkat kepadatan penduduk paling besar atau sebesar 22.018 jiwa/km², sedangkan yang terkecil berasal dari Kecamatan Sukabumi sebesar 3.336 jiwa/km². Disisi lain, secara administratif batas daerah Kota Bandar Lampung adalah:

- (1) Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.
- (2) Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran dan Kecamatan Katibung serta Teluk Lampung.
- (3) Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Gedong Tataan dan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran.
- (4) Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan



Gambar 4. Peta penelitian Kota Bandar Lampung
Sumber: Rozadi, 2019

Berdasarkan hasil sensus penduduk oleh Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung pada tahun 2022, diketahui bahwa jumlah penduduk Kota Bandar Lampung sebanyak 1.209.937 jiwa yang terdiri dari 615.871 jiwa laki-laki

atau sebesar 51,90 persen dan 594.066 jiwa perempuan atau sebesar 48,10 persen. Dengan demikian sex ratio penduduk Kota Bandar Lampung sebesar 104, yang artinya 104 penduduk laki-laki berbanding dengan 100 penduduk perempuan. Hal tersebut menunjukkan jumlah penduduk laki-laki relatif seimbang dengan jumlah penduduk perempuan. Untuk melihat laju jumlah penduduk di Kota Bandar Lampung dari tahun 2018-2022 menurut jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Jumlah penduduk Kota Bandar Lampung, tahun 2018-2023

No	Tahun	Laki-laki (jiwa)	Perempuan (jiwa)	Jumlah	Persentase
1	2018	520.078	513.725	1.033.803	-
2	2019	528.804	522.696	1.051.500	1,71
3	2020	594.292	571.774	1.166.066	10,89
4	2021	603.532	581.417	1.184.949	1,62
5	2022	615.871	594.066	1.209.937	2,11
	Rata-rata	585.625	567.488	1.153.113	

Sumber: BPS Kota Bandar Lampung 2023

Berdasarkan Tabel 9 terlihat bahwa telah terjadi peningkatan jumlah penduduk di Kota Bandar Lampung setiap tahunnya. Peningkatan terbesar terjadi pada tahun 2020 yang mencapai 10,89 persen, sedangkan pada tahun 2018-2019 dan 2021-2022 pertumbuhannya tidak tergolong tinggi atau hanya sekitar satu hingga dua persen. Peningkatan penduduk yang tinggi memiliki dampak baik positif maupun negatif bagi pemerintah Kota Bandar Lampung.

Pertumbuhan penduduk di Kota Bandar Lampung yang semakin meningkat setiap tahunnya, sehingga mengharuskan pemerintah melakukan inovasi dalam menciptakan kebijakan yang mampu menangani permasalahan tersebut. Kebijakan yang dibuat diharapkan mampu menekan dampak negatif akibat peningkatan jumlah penduduk yang tidak terkendali terhadap sumber daya alam, lingkungan dan kualitas hidup seperti tingkat pengangguran yang tinggi hingga ketidakcukupan fasilitas kesehatan yang tersedia. Oleh karena itu, kenaikan jumlah penduduk seharusnya dapat dijadikan sebagai investasi sumber daya manusia bagi pemerintah dalam membangun Kota Bandar Lampung dengan komposisi jumlah penduduk yang masih didominasi oleh penduduk dengan usia kerja atau termasuk ke dalam Angkatan kerja (15-64

tahun) mencapai 69,90 persen. Disisi lain, jika dilihat dari lapangan usaha penduduk di Kota Bandar Lampung terbagi menjadi tiga sektor lapangan usaha yaitu sektor pertanian sebanyak 11.846 jiwa atau sebesar 2,27 persen, sektor manufaktur sebesar 107.648 atau sebesar 20,61 persen, dan sektor jasa 402.672 atau sebesar 77,12 (BPS Kota Bandar Lampung, 2023).

Tinjauan ekonomi Kota Bandar Lampung tidak dapat diabaikan dari kondisi pasar yang menjadi salah satu indikator penting aktivitas ekonomi harian. Dengan sejumlah pasar yang tersebar di berbagai wilayah Kota Bandar Lampung yang mencerminkan dinamika perdagangan yang melibatkan berbagai sektor ekonomi. Kota Bandar Lampung memiliki dua jenis pasar yaitu pasar tradisional dan modern. Pasar tradisional yang masih mendominasi sebagian besar daerah memainkan peran kunci dalam mempertahankan identitas budaya dan ekonomi masyarakat setempat. Selain itu, keberadaan pasar modern dan pusat perbelanjaan menunjukkan adanya perkembangan ekonomi dan pergeseran pola konsumsi di kalangan penduduk. Kedua jenis pasar tersebut memiliki perbedaan yang signifikan mulai dari teknologi yang digunakan, jenis produk yang dipasarkan, harga yang ditawarkan, dan dampak bagi perekonomian Kota Bandar Lampung. Meskipun demikian, kedua jenis pasar ini memiliki peran masing-masing dalam perekonomian yang saling melengkapi bagi kehidupan sehari-hari masyarakat.

Jika dilihat berdasarkan jumlah pasar, pada tahun 2023 Kota Bandar Lampung memiliki 77 unit pasar yang terdiri dari 44 unit pasar tradisional dan 33 unit pasar modern yang tersebar di berbagai wilayah di Kota Bandar Lampung (BPS Kota Bandar Lampung, 2024). Jumlah tersebut meningkat dari tahun 2022 yang hanya memiliki 66 unit pasar yang terdiri dari 33 unit pasar tradisional dan 33 unit pasar modern (BPS Kota Bandar Lampung, 2023). Peningkatan jumlah pasar tersebut akan membantu meningkatkan perekonomian Kota Bandar Lampung seperti akan mengurangi pengangguran dengan terciptanya lapangan kerja.

B. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Supermarket A

Supermarket A merupakan badan usaha perseorangan yang lingkup bisnisnya berada di area retail yaitu pasar swalayan. *Supermarket A* mulanya memiliki konsep layanan pesan antar saja, namun seiring bertambahnya pelanggan bisnis ini mulai merambah konsep pertokoan pada tahun 1957 dengan lokasi gerai pertama di Jalan Falatehan, Jakarta. Setelah meraih kesuksesan, kemudian *Supermarket A* membuka beberapa cabang di berbagai kota di Indonesia, salah satunya di Kota Bandar Lampung. Lokasi *Supermarket A* di Kota Bandar Lampung terletak di Jalan Jendral Sudirman No. 11-15 Kecamatan Enggal dan menjadi salah satu pasar modern yang cukup terkenal di Kota Bandar Lampung karena terdapat restoran cepat saji yaitu KFC dan memiliki produk olahan mereka sendiri seperti roti dan saus yang sering digunakan oleh KFC. *Supermarket A* beroperasi setiap hari dari senin sampai minggu mulai pukul 08.00-22.00 WIB. Pasar swalayan ini menjual berbagai produk kebutuhan pokok dan sembako seperti mencari beras, ikan, ayam, telur, sayur mayur, bawang, cabe, terigu, gula, garam, dan lainnya.

Supermarket A memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam membeli barang-barang, baik kebutuhan pokok maupun sekunder dari dalam maupun luar negeri salah satunya pangan organik. *Supermarket* ini memiliki tempat khusus dalam menjual pangan organik, sehingga konsumen dapat berbelanja berbagai kebutuhan pangan organik hanya dengan satu tempat saja. Salah satu pangan organik yang dijual yaitu beras organik. Beras organik yang dijual terdiri dari beberapa merek, yang terdiri dari merek Hotel, MD, Mentariku, Pure Green, Suta, Selma, Bionic Farm, dan R1 dalam berbagai ukuran kemasan mulai dari kecil sedang dan besar dengan harga jual per kilogram mulai dari Rp25.700,00 hingga Rp47.950,00. Disisi lain, *supermarket* ini memiliki kelebihan yaitu lokasi yang strategis karena berada di tengah kota yaitu Kecamatan Enggal, sehingga mempermudah konsumen beras organik yang ingin berbelanja setelah pulang bekerja.

2. Supermarket B an C

Supermarket B dan C merupakan bagian dari Perusahaan Z yang bergerak di bidang retail dan menjadi perusahaan terbaik serta terbesar karena memiliki banyak cabang di berbagai daerah di Provinsi Lampung terkhusus di Kota Bandar Lampung. *Supermarket* Perusahaan Z di Kota Bandar Lampung dibagi menjadi dua jenis yaitu *superstore* yang berjumlah 4 cabang dan *swalayan* yang berjumlah 30 cabang yang tersebar di berbagai kecamatan yang ada di Kota Bandar Lampung. Dalam penelitian ini *supermarket* Perusahaan Z yang digunakan sebagai lokasi penelitian yaitu *Supermarket* B dan *Supermarket* C.

Perjalanan karir Perusahaan Z di Kota Bandar Lampung berawal dari pembukaan *Supermarket* C pada tahun 1984 di Jalan Ikan Bawal No. 29 Kelurahan Pesawahan dan menjadi tempat perbelanjaan besar pada masanya. *Supermarket* ini memiliki 5 lantai yang terdiri dari *foodcourt* dan parkir di lantai pertama, *swalayan* di lantai kedua, departemen store di lantai ketiga, tempat bermain anak-anak di lantai keempat, dan di lantai terakhir digunakan sebagai gudang penyimpanan barang. *Supermarket* C beroperasi setiap hari atau mulai dari senin hingga minggu mulai dari pukul 09.00-21.30 WIB pada hari senin sampai kamis dan 09.00-22.00 pada hari *weekend* atau hari jumat sampai minggu.

Setelah sukses membangun *Supermarket* C, perusahaan Z memperluas jaringan usahanya dengan membangun *Supermarket* B yang terletak di Jalan Hayam Wuruk - Pemuda No. 1 Kelurahan Sawah Lama, dimana pada tanggal 7 Januari 1998 *Supermarket* B resmi dibuka, namun hanya bagian *swalayan* terlebih dahulu, kemudian pada tanggal 15 November 1999 bagian departemen store resmi dibuka untuk melengkapi *Superstore supermarket* B. *Supermarket* B beroperasi setiap hari mulai dari pukul 08.00-21.30 WIB. Selain itu, lokasinya yang berada di tengah kota menjadikan ini *Supermarket* B memiliki lokasi yang cukup strategis dan mudah dijangkau konsumen karena berada di tengah-tengah kota yaitu berada di Kecamatan Tanjung Karang Timur.

Namun, jika dilihat dari produk yang dijual, *supermarket* B dan C menjual berbagai kebutuhan konsumen dengan produk yang berkualitas, segar, dan lengkap mulai dari perlengkapan rumah tangga hingga kebutuhan pokok seperti beras salah satunya beras organik. Beras organik yang dijual diletakkan berdekatan dengan beras nonorganik di bagian belakang toko. Namun, jika dilihat dari jumlah merek yang dijual pada kedua tempat tersebut memiliki jumlah merek yang beragam. Hanya saja yang membedakan terdapat pada ukuran kemasan yang disediakan *Supermarket* B jauh lebih beragam dibandingkan C. Beras organik yang dijual di *Supermarket* C didominasi dengan ukuran kecil, sedangkan *Supermarket* B seimbang antara ukuran besar maupun kecil. Jika dilihat dari segi harga yang ditawarkan *Supermarket* C menawarkan beras organik mulai dari kisaran harga Rp32.350,00 per kilogram untuk beras putih dengan merek MD organic hingga Rp46.500,00 per kilogram untuk beras mix dengan merek Puregreen, sedangkan pada *Supermarket* B harga yang ditawarkan mulai dari kisaran Rp35.400,00 untuk beras putih merek Holistik hingga beras putih *free sugar* merek hotel dengan harga Rp58.500,00.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- 1.** Konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung memiliki preferensi suka terhadap beras organik.
- 2.** Pola konsumsi rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung sebagian besar meliputi rumah tangga yang mengonsumsi beras organik jenis beras merah dengan merek Hotel. Pola pembelian beras organik oleh konsumen rumah tangga dilakukan sebanyak 3-4 kali dalam sebulan dengan ukuran kemasan yang dibeli yaitu ukuran 2 kg. Frekuensi memasak beras organik rumah tangga dilakukan setiap hari atau 7 kali dalam seminggu dengan jumlah konsumsi rata-rata sebesar 11,24 kg per bulan, dimana konsumen rumah tangga memilih untuk mengonsumsi beras organik karena alasan keamanan pangan.
- 3.** Faktor-faktor yang memengaruhi jumlah konsumsi rumah tangga terhadap beras organik di Kota Bandar Lampung adalah harga beras organik, harga beras nonorganik, pendapatan rumah tangga, usia, dan selera.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang dapat peneliti berikan yaitu:

1. Bagi pemerintah, perlunya dilakukan sosialisasi kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui bahwa terdapat beras sehat di pasaran sehingga akan lebih banyak masyarakat yang mengonsumsi beras yang baik dan sehat tersebut. Mengingat tingginya konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung yang mengonsumsi beras organik untuk seluruh anggota keluarga atau sebanyak 60% yang termasuk dalam masyarakat dengan ekonomi menengah atas. Selain itu, masih banyak masyarakat yang salah persepsi akan beras organik, dimana masyarakat berpersepsi bahwa beras organik memiliki kandungan gizi lebih tinggi dibandingkan beras nonorganik. Oleh karena itu, dibutuhkan peran pemerintah dalam melakukan penyuluhan kepada masyarakat terutama masyarakat kelas menengah atas yang berkaitan dengan beras organik.
2. Bagi para petani padi organik agar dapat memproduksi beras putih organik yang rendah gula atau *low sugar*. Hal tersebut didasarkan pada hasil penelitian yang menunjukkan bahwa beras putih merek Hotel dengan varian rendah gula atau *low sugar* lebih banyak peminatnya dibandingkan beras putih dengan merek lainnya, dimana beras putih organik rendah gula hanya dijual pada satu merek yaitu Hotel.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar dapat meneliti lebih dalam terkait dengan variabel pengetahuan konsumen terhadap keamanan pangan dalam membeli dan mengonsumsi beras organik di Kota Bandar Lampung. Hal tersebut didasarkan pada hasil penelitian ini yang mendapatkan bahwa atribut keamanan pangan menjadi atribut yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi beras organik dengan perolehan skor tertinggi baik pada tingkat kepentingan maupun tingkat kepercayaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. R. 2017. *Karakteristik Dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Membeli Beras Organik*. Skripsi. UMSU. Medan.
<http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/13308>. Diakses pada 26 Juni 2023.
- Abubakar, R. 2020. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Suka-Press UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta. Diakses pada 15 Juli 2023.
- Adrianto, R. 2018. Sikap Konsumen Terhadap Atribut Beras Organik. *Jurnal Parsimonia*, 4(3):321-328.
<https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jmagr/article/view/7883>. Diakses pada 31 Oktober 2022.
- Ahar, H., Yoesdiarti, A., dan Arsyad. 2022. Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pepaya (*Carica Papaya L.*) Lokal Di Pasar Tradisional Kota Bogor. *Jurnal AgribiSains*, 8(1):1-12.
<https://doi.org/10.30997/jagi.v8i1.5601>. Diakses pada 13 Juni 2023.
- Alamsyah, D. P. 2016. Kepercayaan Konsumen Pada Produk Organik. *Jurnal Ecodemica*, 4(2):146-155. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.822> Diakses pada 1 Februari 2024.
- Aliansi Organik Indonesia (AOI). 2023. *Statistik Pertanian Organik Indonesia 2023*. Bogor. <https://aoi.ngo/spoi-2023/>. Diakses pada 15 Mei 2024.
- Aliansi Organik Indonesia (AOI). 2019. *Statistik Pertanian Organik Indonesia 2019*. Bogor. <https://aoi.ngo/spoi-2019/>. Diakses pada 25 Oktober 2023.
- Ar-Rozi, M. F., Masithoh, S., dan Miftah, H. 2020. Analisis Persepsi Konsumen Beras Organik dan Faktor-faktor Yang mempengaruhinya (Kasus Orang Tua Siswa Sekolah Alam Indonesia – Studio Alam, Depok). *Jurnal Agribisains*, 6(2):89-100, oktober 2020.
<https://doi.org/10.30997/jagi.v6i2.3514>. Diakses pada 13 Februari 2024.
- Asminingsih, F. 2017. *Pola Konsumsi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang Dalam Penggunaan Uang Saku Untuk Kebutuhan Pangan (Atribut Selera Konsumen)*. Skripsi. Fakultas Pertanian Peternakan Univeritas Muhammadiyah Malang. Malang.

<https://eprints.umm.ac.id/34949/13/jiptumpp-gdl-fitriayuas-47735-3-babii.pdf>. Diakses pada 16 Juli 2023.

Azmansyah dan Arief, E. 2017. Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Sumber Finansial Di Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru Riau. *Jurnal Ekonomi Kiat I*, 28(02):81–91.
[https://doi.org/10.25299/kiat.2017.vol28\(2\).2897](https://doi.org/10.25299/kiat.2017.vol28(2).2897). Diakses pada 24 Juli 2023.

Badan Pusat Statistik (BPS). 2020. *Jumlah Penduduk 15 Tahun Ke Atas Menurut Kabupaten/Kota Dan Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan Di Provinsi Lampung (Jiwa)*.
<https://lampungselatankab.bps.go.id/indicator/6/285/1/jumlah-penduduk-15-tahun-ke-atas-menurut-kabupaten-kota-dan-pendidikan-tertinggi-yang-ditamatkan-di-provinsi-lampung.html>. Diakses pada 18 Juli 2023.

Badan Pusat Statistik (BPS). 2020. *Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulanan 2018-2022*. BPS RI. Jakarta.
<https://www.bps.go.id/publication/2022/10/10/8cc1ae509d93e0f7a1f8f6d7/produk-domestik-bruto-indonesia-triwulanan-2018-2022.html>. Diakses pada 20 Juli 2023.

Badan Pusat Statistik (BPS). 2022. *Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Padi Menurut Provinsi 2020-2022*.
<https://www.bps.go.id/indicator/53/1498/1/luas-panen-produksi-dan-produktivitas-padi-menurut-provinsi.html>. Diakses pada 12 November 2022.

Badan Pusat Statistik (BPS). 2024. *Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Padi-Padian Per Kabupaten/kota (Satuan Komoditas), 2021-2023*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjA5NCMy/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-padi-padian-per-kabupaten-kota.html>. Diakses pada 5 Maret 2024.

Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. 2023. *Kota Bandar Lampung Dalam Angka 2022*.
<https://bandarlampungkota.bps.go.id/publication/2023/02/28/a0d8c9198a74bfc98bd0902/kota-bandar-lampung-dalam-angka-2023.html>. Diakses pada 16 Februari 2024.

Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. 2024. *Kota Bandar Lampung Dalam Angka 2023*.
<https://bandarlampungkota.bps.go.id/publication/2024/02/28/46948a7ffb72878250da731f/kota-bandar-lampung-dalam-angka-2024.html>. Diakses pada 3 Maret 2024.

Dadas, B. M., Yamin, M., dan Lifianthi. 2022. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Mengonsumsi Beras Organik

- Di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 6(1):105-115. <https://jepa.ub.ac.id/index.php/jepa/article/view/881/424>. Diakses pada 26 Juni 2023.
- Darma, B. 2021. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia. Jakarta. <https://play.google.com/books/reader?id=acpLEAAAQBAJ&pg=GBS.PA6&hl=id>. Diakses pada 23 Juni 2023.
- Devita, R., Sayekti, W. D., dan Adawiyah, R. 2021. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembelian Konsumen Terhadap Roti Kamura Bakery Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 9(3):485-492. <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v9i3.5341>. Diakses pada 28 Agustus 2023.
- Dewi, R. C., dan Hayati, M. 2021. Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Beras Merah Organik. *Jurnal Agriscience*, 2(2):125-131. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v2i2.11412>. Diakses pada 1 Februari 2024.
- DPR RI. 2021. *Laporan Pemantauan dan Peninjauan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan*. Badan Legislasi DPR RI. Jakarta. <https://www.dpr.go.id/doksetjen/dokumen/persipar-Laporan-AKD-Buku-Laporan-Badan-Legislati-DPR-RI-thd-Pemantauan-dan-Peninjauan-Undang-Undang-Nomor.-18-Tahun-2012-tentang-Pangan-1631075526.pdf>. Diakses pada 21 Oktober 2022.
- Fandos, C., dan Flavian, C. 2006. Intrinsic and extrinsic quality attributes, loyalty and buying intention: An analysis for a PDO product. *British Food Journal*, 108(8):646-662. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00070700610682337/full/html>. Diakses pada 24 Juli 2023.
- Fitriah, D., Marwanti, S., dan Antriandati, E. 2020. Analisis Permintaan Beras Organik Di Surakarta. *Jurnal Sea*, 9(2):81-91. <http://dx.doi.org/10.26418/j.sea.v9i2.43004>. Diakses pada 24 Januari 2024.
- Hendaris, T., Zakaria, W., dan Kasymir, E. 2013. Pola Konsumsi Dan Atribut-Atribut Beras Siger Yang Diinginkan Konsumen Rumah Tangga Di Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. *JIIA*, 1(3):232-237. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/578/540>. Diakses pada 30 Agustus 2023.
- Herista, M. S. H. 2019. Analisis Multiatribut Model Fishbein Terhadap Buah Jeruk (Studi Kasus Kota Bandar Lampung Provinsi Lampung). *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 4(2):32-44. <https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/552/84>. Diakses pada 25 Juli 2023.

- Hidayati, S. 2019. *Teori Ekonomi Mikro*. Unpam Press. Banten. Diakses pada 30 Agustus 2023.
- ICERT. 2022. *Sertifikasi Organik Indonesia*. <https://icert.id/wp-content/uploads/2022/04/Sertifikasi-Organik-Nasional.pdf>. Diakses pada 26 Juli 2023.
- Iksan, M., Taridala, S. A. T., dan Budiyanto. 2021. Analisis Permintaan Beras Merah Di Kota Baubau. *Jurnal Sosio Agribisnis (Jsa)*, 6(1):1-10. <http://dx.doi.org/10.33772/jsa.v6i1.10440>. Diakses pada 24 Januari 2024.
- Indriani, Y. 2019. *Gizi dan Pangan*. CV. Anugrah Utama Raharja (AURA). Bandar Lampung. Diakses pada 25 Agustus 2023.
- Kementan. 2021. *Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 484/KPTS/RC/020/M/8/2021 Tentang Rencana Strategis Kementerian Pertanian Tahun 2020-2024*. Salinan Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia 1–161. [https://rb.pertanian.go.id/upload/file/RENSTRA%20KEMANTAN%202020-2024%20REVISI%20%20\(26%20Agt%202021\).pdf](https://rb.pertanian.go.id/upload/file/RENSTRA%20KEMANTAN%202020-2024%20REVISI%20%20(26%20Agt%202021).pdf). Diakses pada 22 Juni 2023.
- Kusumawati, F., Kusnandar, dan Adi, R. 2021. Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Beras Delanggu oleh Rumah Tangga di Kecamatan Delanggu Kabupaten Klaten. *Jurnal AGRISTA* , 9(3):96-106. <https://jurnal.uns.ac.id/agrista/article/view/56550/33450>. Diakses pada 30 Juli 2023.
- Lipsey, R. G. 1993. *Pengantar Mikro Ekonomi*. Binarupa Aksara. Jakarta. Diakses pada 26 Agustus 2023.
- Listiyani, Tri. 2021. *Efektivitas Beras Merah (Oryza Nivara) Dalam Menurunkan Kadar Gula Darah Penderita Diabetes Mellitus Tipe 2: Literature Review*. Universitas Aisyah Yogyakarta. Yogya. <http://digilib.unisayogya.ac.id/id/eprint/6230>. Diakses pada 26 Januari 2024.
- Lutfi, B. A. 2020. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Dalam Memilih Hotel Berbasis Syariah Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6657/5772>. Diakses pada 15 September 2023.
- Mankiw, G. N. 2003. *Pengantar Ekonomi Jilid I, Edisi Ketiga, Alih Bahasa: Wisnu Chandra Kritiaji*. Erlangga. Jakarta. Diakses pada 15 Agustus 2023.
- Mazwan, M. Z., Imran, Mustain, I. I., dan Ningsih, G. M. 2022. Selera Penduduk Kota Terhadap Fast Food (Studi Kasus Konsumen 7sevenchicken Malang, Indonesia). *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 10(2):289-298.

<https://doi.org/10.29244/jai.2022.10.2.289-298>. Diakses pada 28 Januari 2024.

Nadziroh, M. R. 2020. Peran Sektor Pertanian Dalam Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Magetan. *Jurnal AGRISTAN*, 2(1): 52-60.
<https://jurnal.unsil.ac.id/index.php/agristan/article/view/2348/1455>. Diakses pada 20 Oktober 2022.

Novita. 2015. Peran Sertifikasi Organik bagi Petani Berskala Kecil dengan Jangkauan Pasar Lokal. *Jurnal Magister Manajemen*, 8(2): 58-91.
<http://dx.doi.org/10.30813/jbam.v8i2.847>. Diakses pada 26 Juli 2023.

Nugraha, B. 2022. *Pengembangan Uji Statistik : Implementasi Metode Regresi Linear Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Pradina Pustaka. Sukoharjo. Diakses pada 3 September 2023.

Nugrahani, F. S. 2019. *Preferensi Konsumen Rumah Tangga Dalam Pembelian Daging Sapi Di Pasar Tradisional Kota Bogor*. Skripsi. IPB. Bogor.
<https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/100576>. Diakses pada 24 Juli 2023.

Nuraini, I. 2016. *Pengantar Teori Ekonomi Edisi 7*. UMM Press. Malang.
https://www.google.co.id/books/edition/PENGANTAR_EKONOMI_MIKRO/BwBmDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Nuraini,+I.+2016.+Pengantar+Teori+Ekonomi+Edisi+7.+UMM+Press.+Malang.&printsec=frontcover. Diakses pada 4 Agustus 2023.

Nuryani. 2013. Potensi Substitusi Beras Putih Dengan Beras Merah Sebagai Makanan Pokok Untuk Perlindungan Diabetes Melitus. *Media Gizi Masyarakat Indonesia*, 3(3):157-168.
<https://journal.unhas.ac.id/index.php/mgmi/issue/download/279/39>. Diakses pada 10 Februari 2024.

Pane, P. S. M. 2022. *Analisis Preferensi, Pola Konsumsi, dan Permintaan Beras Tingkat Rumah Tangga di Kota Bandar Lampung*. Skripsi. Universitas Lampung. Lampung. Diakses pada 26 Juli 2023.

Parkin, M. 2017. *Ekonomi Mikro*. Salemba Empat. Jakarta. Diakses pada 29 Juli 2023.

Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia. 2013. *Peraturan Menteri Pertanian Nomor: 381/Kpts/OT.140/10/2005 Tentang Pedoman Sertifikasi Nomor Kontrol Veteriner Unit Usaha Pangan Asal Hewan*. Peraturan Menteri Pertanian. <https://peraturan.bpk.go.id/Download/153944/Permentan-Nomor-11-Tahun-2020.pdf>. Diakses pada 24 Oktober 2022.

Permentan Republik Indonesia. 2016. *Pedoman Gerakan Percepatan Penganekaragaman Konsumsi Pangan (P2KP)*. Bogor. Tersedia pada:

[https://badanpangan.go.id/storage/app/media/informasi%20publik/Pedoman/PERMENTAN_P2KP_2016\(1\).pdf](https://badanpangan.go.id/storage/app/media/informasi%20publik/Pedoman/PERMENTAN_P2KP_2016(1).pdf). Diakses pada 13 Agustus 2023.

- Purwaningsih, R., Utami, L T., Widharto, Y., Susanto, N. 2020. Redesain Tata Letak Produk Di Supermarket Berdasarkan Perilaku Pembelian Dengan Metode Market Basket Analysis. *Jurnal Teknik Industri*, 5(3)-196-202. <https://doi.org/10.14710/jati.15.3.196-202>. Diakses pada 28 Januari 2024.
- Putri, N. E., dan Iskandar, D. 2014. Analisis Preferensi Konsumen Dalam Penggunaan Social Messenger Di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(2):110-126. <https://journals.telkomuniversity.ac.id/ijm/article/view/356/252>. Diakses pada 24 Juli 2023.
- Rahardja, P., dan Manurung, M. 2002. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi) Edisi Ketiga*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta. Diakses pada 13 Agustus 2023.
- Raharja, S. J. dan Arifianti, R. (2013). Analisis Saluran Distribusi Hypermarket Di Kota Bandung. *Jurnal Sosiohumaniora*, 15(2):119-129. <https://pustaka.unpad.ac.id/archives/132915>. Diakses pada 30 januari 2024.
- Rahayu, S. E., dan Febriaty, H. 2019. Analisis Perkembangan Produksi Beras di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1):219–26. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3613>. Diakses pada 21 Oktober 2022.
- Rahayuningsih, P., Prasetyowati, K., Suswadi., dan Mahananto. 2016. Analisis Permintaan Beras Organik Di Kabupaten Boyolali. *Jurnal Agrineca*, 16(2):48-62. 10.36728/afpv16i2.554. Diakses pada 1 Januari 2024.
- Rahmawati. 2013. *Analisis Proses Keputusan Pembelian Beras Pada Carrefour Permata Hijau*. Skripsi. IPB. Bogor. <http://repository.ipb.ac.id:8080/handle/123456789/64176?show=full>. Diakses pada 25 Januari 2024.
- Rangkuti, F. P., 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Beras Organik Mentik Susu (Studi Kasus: Outlet Pamor, Bogor, Jawa Barat)*. Skripsi. IPB. Bogor. https://repository.ipb.ac.id/jspui/handle/123456789/96/browse?type=author&sort_by=1&order=ASC&rpp=80&etal=5&value=Adhi%2C+Andriyono+Kilat&offset=0. Diakses pada 25 Januari 2024.
- Risty, C., Iskandarini., dan Ginting, R. 2012. Elastisitas Permintaan Beras Organik Di Kota Medan. *Journal on Social Economic of Agriculture and Agribusiness*, 2(2):1-10. <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/ceress/article/view/7818>. Diakses pada 26 Juni 2023.

- Riyanto, S., dan Hatmawan, A. A. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. CV. Budi Utami. Yogyakarta.
https://books.google.co.id/books/about/Metode_Riset_Penelitian_Kuantitatif_Pene.html?id=W2vXDwAAQBAJ&redir_esc=y. Diakses pada 13 Agustus 2023.
- Roidah, I. S. 2013. Manfaat Penggunaan Pupuk Organik Untuk Kesuburan Tanah. *Jurnal Universitas Tulungagung BONOROWO*, 1(1):30-42.
<https://journal.unita.ac.id/index.php/bonorowo/article/view/5>. Diakses pada 15 Juli 2023.
- Rozadi, M. 2019. *Peta Administrasi Kota Bandar Lampung*. Wordpress. Link :
<https://muhammadrozadi.wordpress.com/2019/08/25/peta-administrasi-kota-bandar-lampung/>. Diakses pada 19 Februari 2024.
- Sarah, S. H. 2018. Kajian Peningkatan Kualitas Beras Merah (*Oryza Nivara*) Instan Dengan Cara Fisik. *Pasundan Food Technology Journal*, 5(1):84-90.
<https://journal.unpas.ac.id/index.php/foodtechnology/article/view/842/480>. Diakses pada 26 Oktober 2022.
- Sari, A. R., Martono, Y., dan Rondonuwu, F. S. 2020. Identifikasi Kualitas Beras Putih (*Oryza sativa* L.) Berdasarkan Kandungan Amilosa dan Amilopektin di Pasar Tradisional dan “Selepan” Kota Salatiga. *Jurnal Ilmiah Multi Sciences*, 12(1):24-30. <https://doi.org/10.30599/jti.v12i1.599>. Diakses pada 1 Februari 2024.
- Sari, V. A., Soedarto, T., dan Wijayati, P. D. 2023. Analisis Preferensi Konsumen Buah Kiwi Pada Hypermart Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, 22(2) : 82-92. <https://eprints.umm.ac.id/36704/3/jiptumpp-gdl-fenianggra-48979-3-babii.pdf>. Diakses pada 13 Agustus 2023.
- Setiawan, A., Zakaria, W. A., dan Indriani, Y. 2016. Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik. *JIAA*, 4(2):192-199.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIAA/article/view/1237/1134>. Diakses pada 20 Oktober 2023.
- Sinaga, I. M. (2010). *Analisis Sikap, Persepsi Konsumen Dan Rentang Harga Pada Beras Organik Sae (Sehat Aman Enak) Pada Gapoktan Silih Asih Desa Ciburuy Kabupaten Bogor Jawa Barat*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
<https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/27296>. Diakses pada 31 Januari 2024.
- Singgih, V. A., dan Sudirman, I. W. 2015. Pengaruh Produksi, Jumlah Penduduk, PDB dan Kurs Dollar Terhadap Impor Jagung Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 4(2):71-

79. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/10587>. Diakses pada 20 Oktober 2022.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. CV. Alfabeta. Bandung. Diakses pada 5 Agustus 2023.
- Sulistiyana, P., Mulyo, J. H., dan Jamhari. 2014. Konsumsi Beras Organik Pada Tingkat Rumah Tangga di Kota Yogyakarta. *Agro Ekonomi*, 24(1): 25–34. <https://jurnal.ugm.ac.id/jae/article/view/17357/11304>. Diakses pada 26 Juni 2023.
- Sumarsono, S. 2007. *Ekonomi Mikro : Teori dan Soal Latihan*. Graha Ilmu. Yogyakarta. Diakses pada 20 Oktober 2023.
- Sumarwan, U., Noviandi, A., dan Kirbrandoko, K. 2013. Analisis Proses Keputusan Pembelian, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Beras Organik Di Jabotabek. *Jurnal Pangan*, 22(2):19-35. <https://doi.org/10.33964/jp.v22i2.81>. Diakses pada 26 Januari 2024.
- Surdianto, Y dan Sutrisna, N. 2015. *Petunjuk Teknis Budidaya Padi Organik*. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP). Jawa Barat. Diakses pada 26 Juli 2023.
- Sutarni., Trisnanto, T. B., dan Unteawati, B. 2017. Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Produk Sayuran Organik di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 17(3):203-211. <https://doi.org/10.25181/jppt.v17i3.337> Diakses pada 1 Februari 2024.
- Tampubolon, E. U. 2022. *Analisis Konsumsi Beras Merah Organik Rumah Tangga di Kota Palembang*. Skripsi. Universitas Sriwijaya : Sumatera Selatan. <http://repository.unsri.ac.id/id/eprint/67750>. Diakses pada 13 Februari 2024.
- Tarawan, V. M., Lesmana, R., Gunawan, H., dan Gunadi, J. W. 2020. Hubungan Antara Pola Konsumsi Dan Tingkat Pengetahuan Mengenai Gizi Seimbang Pada Warga Desa Cimenyan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2):57–59. <http://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/26851/13823>. Diakses pada 28 Juli 2023.
- Utami, D. P. 2011. Analisis Pilihan Konsumen Dalam Mengonsumsi Beras Organik Di Kabupaten Sragen. *Jurnal Mediagro*, 7(1):41–58. <https://www.publikasiilmiah.unwahas.ac.id/index.php/Mediagro/article/view/566>. Diakses pada 26 Oktober 2022.
- Widianis, Dwi. 2014. *Pola Konsumsi Pangan Rumah Tangga Miskin di Provinsi Nusa Tenggara Timur*. Tesis. Institut Pertanian Bogor. Bogor. <https://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/87181/H16nde.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Diakses pada 19 Juli 2023.

- Yuliana, D. A., Adawiyah, R., dan Kasymir, E. 2023. Sikap, Pola Konsumsi, Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Konsumen Restaurant Cepat Saji (Fast Food) Di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 11(3):166-172. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/issue/view/454>. Diakses pada 24 januari 2024.
- Zaini, M., Sitanggang, M. R., dan Royensyah, R. V. 2019. Elastisitas Permintaan Beras Organik Di Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Jurnal Sains STIPER Amuntai*, 9(1):9-15. <https://doi.org/10.36589/rs.v9i1.92>. Diakses pada 26 Juni 2023.
- Zamrodah, Y. 2021. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Pembelian Beras Organik (Studi Kasus di Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar). *Journal Viabel Pertanian*, 15(2):132-140. <https://doi.org/10.35457/viabel.v15i2.1771>. Diakses pada 26 Juni 2023.
- Zikhri, M. 2016. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Susu Kedelai Dan Faktor Yang Memengaruhi*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/86795>. Diakses pada 24 Juli 2023.