

PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP KONSUMSI

BAWANG MERAH TUK-TUK

(Studi Kasus di Desa Torongrejo Kota Batu)

Fani Nur Idris ¹, Moch. Noerhadi Sudjoni ², Dwi Susilowati ³

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email : Faniidris12@gmail.com

²Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email : dwi_s@unisma.ac.id Email : mns@unisma.ac.id

Abstract

This study aims to analyze consumer preferences for the Tuk-Tuk variety of shallots and identify the product attributes most considered by consumers. The study was conducted in Torongrejo Village, Batu City, with 60 respondents selected using an accidental sampling method. Data were analyzed using conjoint analysis using SPSS 21 software. The results showed that color was the most dominant factor in consumer preference for Tuk-Tuk shallots, with an importance value of 30.865. Consumer characteristics were predominantly female, aged 31–40, with a bachelor's degree, and the majority were farmers. This study provides recommendations for farmers to focus on producing shallots with consumer-preferred colors to increase product competitiveness in the market.

Keywords: consumer preferences, Tuk-Tuk shallots, conjoint analysis, product attributes

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi masyarakat terhadap konsumsi bawang merah varietas Tuk-Tuk dan mengidentifikasi atribut produk yang paling dipertimbangkan oleh konsumen. Penelitian dilakukan di Desa Torongrejo, Kota Batu, dengan jumlah responden sebanyak 60 orang yang diambil menggunakan metode accidental sampling. Data dianalisis menggunakan metode analisis konjoin melalui perangkat lunak SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut warna merupakan faktor yang paling dominan dalam preferensi konsumen terhadap bawang merah Tuk-Tuk dengan nilai kepentingan sebesar 30,865. Karakteristik konsumen didominasi oleh perempuan berusia 31–40 tahun, berpendidikan sarjana, dan mayoritas berprofesi sebagai petani. Studi ini memberikan rekomendasi bagi petani untuk fokus pada produksi bawang merah dengan warna yang disukai konsumen guna meningkatkan daya saing produk di pasar.

Kata Kunci: preferensi konsumen, bawang merah Tuk-Tuk, analisis konjoin, atribut produk

PENDAHULUAN

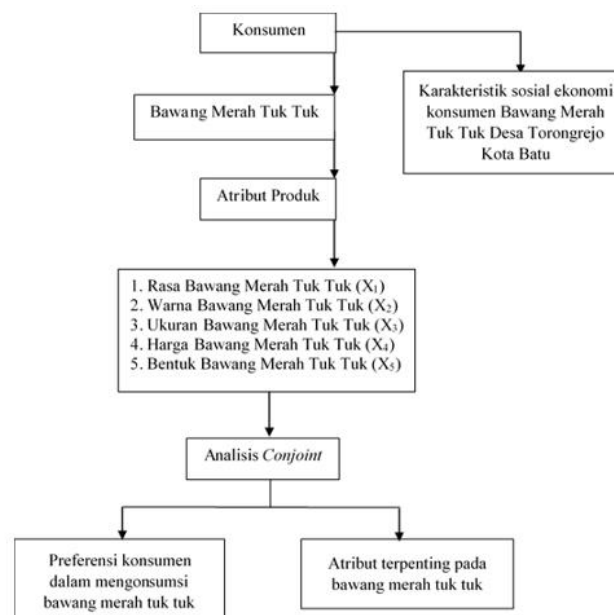
Indonesia merupakan negara agraris dengan potensi hortikultura yang besar, termasuk komoditas bawang merah (*Allium cepa* var. *aggregatum*). Salah satu varietas unggulan adalah bawang merah Tuk-Tuk, yang dikenal dengan efisiensi biaya dan masa panen yang cepat (Sitepu et al., 2013). Meskipun produksinya tinggi, tidak semua produk terserap optimal di pasar. Oleh karena itu, penting untuk memahami preferensi masyarakat terhadap atribut bawang merah agar produksi sesuai dengan keinginan konsumen.

Preferensi konsumen adalah kecenderungan individu dalam memilih suatu produk berdasarkan atribut tertentu seperti rasa, warna, bentuk, ukuran, dan harga (Kotler & Keller, 2007; Rohmah & Subari, 2021). Dengan mengetahui preferensi tersebut, strategi pengembangan produk dapat diarahkan secara tepat sasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian ditentukan secara purposive di Desa Torongrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu. Sampel berjumlah 60 responden dipilih melalui teknik accidental sampling.

Data primer diperoleh melalui kuesioner yang memuat kombinasi atribut produk bawang merah Tuk-Tuk. Atribut yang dianalisis meliputi rasa (pedas, pedas manis), warna (merah, merah muda, merah kecoklatan), ukuran (besar, sedang, kecil), harga (Rp11.000–Rp25.000/kg), dan bentuk (bulat sempurna, bulat tidak sempurna). Analisis data menggunakan metode konjoin dengan bantuan SPSS 21.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Batu adalah salah satu kota di Jawa Timur, hasil pemekaran dari Kota Malang. Kota ini terletak di antara Kota Malang, Mojokerto, dan Kediri, dengan ketinggian 980 meter di atas permukaan laut dan suhu udara antara 11-19 derajat Celcius. Kota Batu terbagi menjadi tiga kecamatan: Batu, Bumiaji, dan Junrejo. Kecamatan Batu memiliki dinamika sosial dan ekonomi yang paling tinggi, karena menjadi pusat pemerintahan, perbelanjaan, pendidikan, dan pariwisata.

Bawang merah Tuk-Tuk, sebuah varietas unggul yang dikembangkan oleh PT. East West Seed Indonesia, dikenal karena kemampuannya dalam meningkatkan produksi dan menghemat biaya hingga 30%. Varietas ini dapat tumbuh baik di dataran tinggi maupun rendah, dan banyak dipilih oleh petani di Desa Torongrejo untuk memenuhi kebutuhan pasar, khususnya di Kota Batu, karena lebih cepat masa panennya dibandingkan varietas lainnya.

Data Karakteristik Sosial Ekonomi Responden

a. Usia Responden

Tabel 3 menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 31-40 tahun (70%), yang merupakan kelompok usia di mana individu sudah berkeluarga dan sering menggunakan bawang merah untuk masakan sehari-hari.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
21-30	14	23
31-40	42	70
41-50	3	5
>50	1	2
Jumlah	60	100

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

b. Jenis Kelamin Responden

Sebagian besar responden adalah perempuan (63%), yang menurut Barkah (2008) cenderung lebih suka berbelanja dan lebih peka terhadap berbagai pilihan warna dan tekstur.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
Laki-laki	22	37
Perempuan	38	63
Jumlah	60	100

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

c. Pendidikan Responden

Tabel 5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pendidikan sarjana (50%), diikuti oleh lulusan SMA (45%). Pendidikan yang lebih tinggi terkait erat dengan pengetahuan tentang pangan dan gizi, yang mempengaruhi pemilihan produk yang lebih sehat dan berkualitas.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
SD	0	0
SMP	3	5
SMA	27	45
Sarjana	30	50
Jumlah	60	100

d. Pekerjaan Responden

Pekerjaan petani menjadi yang terbesar (33%) karena Desa Torongrejo dikenal sebagai penyedia bawang merah di Kota Batu. Selain itu, ada pula responden yang bekerja sebagai wiraswasta (28%) dan pegawai swasta (17%).

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
Ibu rumah tangga	3	5
Pegawai Swasta	10	17
PNS (non pendidik)	1	2
Petani	20	33

Wiraswasta/Wirausaha	17	28
Pendidik (Guru)	2	3
Pelajar/Mahasiswa	5	8
Pedagang	2	3
Jumlah	60	100

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

e. **Pendapatan Responden**

Pendapatan yang paling banyak diterima responden berada pada rentang Rp.2.000.000 - Rp.3.000.000 (32%), diikuti oleh pendapatan di bawah Rp.2.000.000 (30%). Pendapatan ini memengaruhi pemilihan produk yang lebih selektif.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
<Rp.2.000.000	18	30
Rp.2.000.000 - <Rp.3.000.000	19	32
Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	17	28
>Rp.4.000.000	6	10
Jumlah	60	100

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Data Karakteristik Pembelian Responden Bawang Merah Tuk-Tuk

a. **Frekuensi Pembelian Bawang Merah Tuk-Tuk**

Mayoritas responden membeli bawang merah Tuk-Tuk satu kali dalam sebulan, yang menunjukkan bahwa bawang merah ini banyak digunakan untuk keperluan rumah tangga harian.

Tabel 8. Frekuensi Pembelian Bawang Merah Tuk-Tuk

Frekuensi Pembelian	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
Satu bulan 1 kali	28	47

Satu bulan 2 kali	11	18
Satu bulan 3 kali	8	13
Satu bulan 4 kali	13	22
Jumlah	60	100

b. Lokasi Pembelian Bawang Merah Tuk-Tuk

Sebagian besar responden membeli bawang merah Tuk-Tuk di toko sayur (48%), diikuti pasar (30%) dan langsung dari petani (22%).

Tabel 9. Lokasi Pembelian Bawang Merah Tuk-Tuk

Lokasi Pembelian	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
Petani	13	22
Toko Sayur	29	48
Pasar	18	30
Jumlah	60	100

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

c. Jumlah Pembelian Bawang Merah Tuk-Tuk

Mayoritas responden membeli bawang merah Tuk-Tuk sebanyak 2 kilogram per pembelian, diikuti dengan pembelian 1 kilogram.

Tabel 10. Jumlah Pembelian Bawang Merah Tuk-Tuk

Frekuensi Pembelian	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1 kilogram	26	43
2 kilogram	27	45
3 kilogram	6	10
4 kilogram	1	2
Jumlah	60	100

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden memilih bawang merah Tuk-Tuk dengan atribut tertentu yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Atribut warna menjadi faktor paling penting dalam pemilihan produk ini,

diikuti oleh rasa pedas manis, harga, ukuran sedang, dan bentuk bulat sempurna. Hasil ini sesuai dengan temuan sebelumnya oleh Sari et al. (2014) yang menunjukkan bahwa warna dan rasa merupakan faktor dominan dalam memilih bawang merah.

Hasil analisis konjoin yang memperlihatkan nilai Utility Estimate pada masing-masing atribut menunjukkan bahwa konsumen di Kota Batu lebih memilih bawang merah dengan rasa pedas manis dan warna merah muda, serta ukuran sedang dengan harga yang terjangkau. Atribut warna, dengan nilai tertinggi pada level merah muda, menunjukkan bahwa konsumen cenderung memilih bawang merah yang tidak terlalu tua, yang lebih segar dan layak konsumsi. Korelasi yang kuat antara Pearson's R dan Kendall's tau (0,885 dan 0,617) menandakan bahwa analisis preferensi ini dapat menggambarkan dengan akurat preferensi konsumen di Desa Torongrejo, Kota Batu, terkait dengan bawang merah Tuk-Tuk.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai preferensi masyarakat terhadap konsumsi bawang merah Tuk-Tuk di Desa Torongrejo, Kota Batu, dapat disimpulkan bahwa

1. Atribut warna merupakan faktor utama yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih bawang merah, diikuti oleh rasa, harga, ukuran, dan bentuk. Warna merah muda, rasa pedas manis, ukuran sedang, harga Rp 14.000 - Rp 17.000 per kilogram, dan bentuk bulat sempurna adalah kombinasi atribut yang paling disukai oleh konsumen.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun harga penting, faktor kualitas seperti warna, rasa, dan bentuk lebih dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, produsen bawang merah Tuk-Tuk perlu memperhatikan preferensi ini untuk meningkatkan daya saing produk dan memenuhi kebutuhan pasar secara lebih efektif.

SARAN

1. Petani diharapkan dapat memproduksi bawang merah Tuk-Tuk dengan kriteria berwarna merah muda, berukuran sedang, berbentuk bulat sempurna, dan memiliki rasa pedas manis. Hal ini bertujuan untuk menyesuaikan preferensi masyarakat sehingga bawang merah laku keras di pasar.
2. Distributor, pedagang, dan tengkulak dapat melakukan sortir bawang merah dengan kriteria berwarna merah muda, berukuran sedang, berbentuk bulat sempurna, dan memiliki rasa pedas manis untuk menyesuaikan preferensi masyarakat dalam mengkonsumsi bawang merah.
3. Konsumen dalam memilih bawang merah diharapkan dapat memperhatikan atribut lain selain warna, karena masih banyak atribut lain yang perlu dipertimbangkan.
4. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan atribut lain yang belum digunakan di penelitian ini seperti atribut tekstur, aroma, kemasan, dan tingkat kesegaran produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelawati, K. (2021). Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Brastagi Supermarket Medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian [Jimtani]*, 1(2). <https://Jurnalmahasiswa.Umsu.Ac.Id/Index.Php/Jimtani/Article/View/258>
- Aisyah, S., Noviyanti, E., & Triyanto, T. (2020). Bahan Ajar Sebagai Bagian Dalam Kajian Problematika Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Salaka: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya Indonesia*, 2(1). <https://Journal.Unpak.Ac.Id/Index.Php/Salaka/Article/View/1838>
- Al Farisi, M. S. (2020). Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Produk Makanan Halal Di Dusun Mlangi Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 1(2), 60–75.
- Alwaniya, A. (2019). Preferensi Konsumen Terhadap Bawang Merah Lokal Rubaru Di Pasar Banasare. *Jurnal Pertanian Cemara*, 16(1), 17–23. <https://Doi.Org/10.24929/Fp.V16i1.775>
- Antaranews.Com. (2024, February 22). Pengembangan Kawasan Bawang Merah Kota Batu Mampu Kendalikan Inflasi. *Antara News*. <https://Www.AntaraneWS.Com/Berita/3977115/Pengembangan-Kawasan-Bawang-Merah-Kota-Batu-Mampu-Kendalikan-Inflasi>
- Ariningsih, E. (2008). Pengaruh Faktor-Faktor Sosial Ekonomi Dalam Mengonsumsi Produk Pertanian. <http://Kalteng.Litbang.Pertanian.Go.Id>
- Arsyad, E. F., Yusdiarti, A., & Miftah, H. (2018). Analisis Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Kualitas Sayuran Komersial Di Pasar Modern. *Jurnal Agribisains*, 4(2). <https://Core.Ac.Uk/Download/Pdf/228440571.Pdf>
- Musaddad, D. (2017). Uji Preferensi Konsumen Terhadap Kualitas Umbi Bawang Merah. *Prosiding Semabio*, 24.
- Sitepu, B. H., Ginting, S., & Mariati, M. (2013). Respon Pertumbuhan Dan Produksi Bawang Merah (*Allium Ascalonicum* L. Var. Tuktuk) Asal Biji Terhadap Pemberian Pupuk Kalium Dan Jarak Tanam. *Jurnal Agroekoteknologi Universitas Sumatera Utara*, 1(3), 95331. <https://Doi.Org/10.32734/Jaet.V1i3.2998>
- Sari, R. N., Wahyudi, D., & Awiyanto, A. (2014). Preferensi Konsumen Terhadap Bawang Merah Varietas Lokal Di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Pertanian Cemara*, 11(1), 26–33. <https://Doi.Org/10.24929/Fp.V11i1.577>
- Barkah, R. (2008). Perbedaan Belanja Impulsif Antara Remaja Perempuan Dan Laki-Laki Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- YH Putra, D Susilowati, F Syakir-Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, (2020). Analisis Risiko Usahatani Bawang Merah di Desa Sajen Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto.
- R Alimin, D Susilowati, MN Sudjoni, (2021). Faktor-Faktor Sosial Ekonomi Yang Mempengaruhi Pendapatan Usahatani Bawang Merah Di Desa Torongrejo Kecamatan Junrejo , Kota Batu.

