

Preferensi Konsumen pada Beras Berlabel Jaminan Varietas untuk Hipa 8, Ciherang dan Inpari 13

The Consumers Preferences on Variety Assurance Rice Labelled for Hipa 8, Ciherang and Inpari 13

Siti Dewi Indrasari^{1*}, Purwaningsih¹, Erni Apriyati¹, dan Shinta Dewi Ardhiyanti²

¹Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Yogyakarta

Jl. Stadion Maguwoharjo No. 22 Wedomartani Ngemplak Sleman Yogyakarta, Indonesia

*E-mail: dewindrasari@yahoo.com

²Balai Besar Penelitian Tanaman Padi

Jl. Raya 9 Sukamandi, Subang, Jawa Barat, Indonesia

Naskah diterima 8 Juni 2016, direvisi 23 November 2016, disetujui 7 Desember 2016

ABSTRACT

The objective of this research was to study the consumer acceptance to variety assurance rice labelled (VARL) which is produced by "Kopkarlitan" of Indonesian Center for Rice Research (ICRR). The research was conducted on September to November 2013. The respondents were asked to assess their preferences on the rice and cooked rice presented. The assessment of rice based on rank such as aroma, color, shape, wholeness and cleanness (1 = the most preferred; 6 = the most unpreferred) and general acceptance were assessed by hedonic scale (1 = most like; 5 = most dislike). The preferences of cooked rice assessed such as aroma, color, texture, translucency, shape, taste and general acceptance. The rice used were Hipa 8 variety which is represent aromatic rice and Ciherang and Inpari 23 represent non aromatic rice. As controlled were used non variety assurance labelled rice (NVARL) bought from two modern market in Jakarta. The data collected were presented in decriptive way and the organoleptic data were analysed by Kruskal-Wallis test. Respondents stated that VARL products is better than other NVARL products in term of shape (55%), color (31%), aroma (44%), wholeness (68%), cleanness (68%), taste of cooked rice (54%), nutritional (87%) and functional quality (88%). Other respondents stated that VARL products is the same with NVARL products in term of shape (45%), colour (52%), aroma (48%), wholeness (27%), cleanness (30%), taste of cooked rice (39%), nutritional (12%) and functional quality (11%). Based on general acceptance preference the most preferred is VARL aromatic rice Hipa 8 in Bandung city with preferred level 1.93 (like) and mean ranking 57.67. For aromatic rice, there is no preference difference of all sampel tested based on general acceptance. Based on general acceptance preference, the most preferred non aromatic rice are Setra Ramos BPS and VARL Inpari 13 with preference level and mean ranking of 1.57 (like) and 60.07 and 1.74 (like) and 58.84 respectively in Yogyakarta city. The general acceptance of VARL Ciherang with others NVARL is relatively the same. The general acceptance of VARL Ciherang and Inpari 13 with the other rice of VARL from two modern markets in Jakarta is relatively the same. The most preferred non aromatic rice is Setra Ramos BPS with preference level 1,77 (like) and mean rank 58,83 in Bandung City.

Keywords: Rice preferences, cooked rice preferences.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari penerimaan konsumen terhadap beras berlabel jaminan varietas (BBJV) yang diproduksi oleh Kopkarlitan BB Padi. Penelitian dilaksanakan pada September hingga November 2013. Responden diminta menilai kesukaannya terhadap sampel beras dan nasi yang disajikan. Preferensi beras yang dinilai berdasarkan ranking, yaitu aroma, warna, bentuk/ukuran, keutuhan, kebersihan (1 = paling disukai; 6 = paling tidak disukai) dan penerimaan secara umum beras dinilai secara hedonik (1 = sangat suka; 5 = sangat tidak suka). Preferensi nasi yang dinilai yaitu aroma, warna, tekstur, kilap, bentuk, rasa dan penerimaan secara umum. Beras yang digunakan adalah varietas Hipa 8 mewakili beras aromatik dan varietas Ciherang serta Inpari 13 mewakili beras nonaromatik. Sebagai pembandingan digunakan beras berlabel nonjaminan varietas (BBNJV) aromatik dan nonaromatik yang dibeli pada dua pasar modern di Jakarta. Data yang diperoleh disajikan secara deskriptif dan data hasil uji organoleptik dianalisis dengan uji Kruskal-Wallis. Responden yang menyatakan produk BBJV lebih baik dibanding produk BBNJV berdasarkan bentuk beras 55%, warna beras 31%, aroma beras 44%, keutuhan 68%, kebersihan 68%, rasa nasi 54%, mutu gizi 87%, dan mutu fungsional 88%. Responden lainnya yang menyatakan produk BBJV sama dengan BBNJV berdasarkan bentuk beras 45%, warna beras 52%, aroma beras 48%, keutuhan 27%, kebersihan 30%, rasa nasi 39%, mutu gizi 12% dan mutu fungsional 11%. Berdasarkan preferensi penerimaan umum, beras aromatik yang paling disukai adalah BBJV Hipa 8 di Kota Bandung dengan tingkat kesukaan 1,93 (suka) dan ranking 57,67. Untuk beras aromatik, tidak ada perbedaan tingkat kesukaan dari semua sampel yang diuji berdasarkan preferensi penerimaan umum. Berdasarkan preferensi penerimaan umum, yang paling disukai dari beras nonaromatik adalah beras Setra Ramos BPS dan BBJV Inpari 13 masing-masing dengan tingkat kesukaan dan ranking 1,57 (suka) dan 60,07 serta 1,74 (suka) dan 58,64 di Kota Yogyakarta. Penerimaan secara umum BBJV Ciherang dengan beberapa BBNJV lainnya relatif sama. Tingkat kesukaan secara umum antara beras nonaromatik BBJV Ciherang dan Inpari 13 dengan beras nonaromatik BBNJV lain dari dua pasar modern di Jakarta relatif sama. Beras yang paling disukai secara umum adalah beras Setra Ramos BPS dengan tingkat kesukaan 1,77 (suka) dan ranking 58,83 di Kota Bandung.

Kata kunci: Preferensi beras, jaminan varietas, konsumen.

PENDAHULUAN

Upaya peningkatan produksi padi belum diimbangi dengan upaya peningkatan mutu dan harga beras. Mutu beras di pasaran beragam karena adanya manipulasi di tingkat penggilingan padi dan pedagang beras. Ada empat cara yang sering dilakukan di tingkat penggilingan maupun pedagang beras untuk memanipulasi mutu beras, yaitu: (a) pencampuran beras antarvarietas maupun antarkualitas (pengoplosan); (b) reprosesing atau penyosohan ulang beras turun mutu; (c) penyemprotan senyawa aromatik/bahan pemutih dengan konsentrasi yang tidak terkontrol sehingga berbahaya bagi kesehatan; dan (d) label kemasan yang tidak sesuai dengan isinya, seperti dalam merk yang sama berisi berbagai varietas dan beberapa kelas mutu beras (Suismono dan Darniadi 2010). Konsumen berpendapatan tinggi yang menyukai beras premium dari varietas lokal dapat mendorong harga dari jenis beras tersebut, yang di pasaran hanya terdapat dalam jumlah kecil, sampai ke tingkat harga yang tidak realistis sehingga mendorong berbagai cara penipuan (Damardjati 1995).

Beras berlabel jaminan varietas bertujuan untuk memberi jaminan mutu dan harga kepada konsumen, serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha perberasan di Indonesia. Pemalsuan beras berlabel merugikan konsumen rumah tangga dan rumah makan. Para pemulia tanaman padi kehilangan informasi identitas varietas pada label kemasan beras sebagai sumber genetik dan beragamnya mutu beras di pasaran menyebabkan tidak adanya jaminan mutu beras bagi konsumen.

Beras berlabel dihasilkan dari varietas yang jelas, benih berlabel, tidak tercampur dengan beras varietas lain, dan mempunyai mutu sesuai dengan karakteristik varietasnya. Pelabelan beras dapat ditempuh dengan sistem sertifikasi proses produksi, mulai dari pengadaan benih, tanam, sampai tahap pengemasan. Proses ini dapat berjalan apabila sistem pelabelan sudah dilaksanakan dengan tepat. Balai Besar Penelitian Tanaman Padi (BB Padi) sebagai institusi yang menangani penelitian tanaman padi di tingkat nasional diharapkan dapat mengembangkan Lembaga Sertifikasi Jaminan Varietas (LSJV) beras yang independen.

Lembaga Sertifikasi Jaminan Varietas (LSJV) beras yang independen yang dikembangkan BB Padi nantinya diharapkan bertanggung jawab untuk sertifikasi beras yang telah diberi label tersebut diproduksi, diproses, disiapkan, ditangani, dan dikemas menurut pedoman yang telah ditetapkan. Sertifikasi atau pelabelan produk beras dilakukan berdasarkan rangkaian kegiatan inspeksi, audit sistem mutu, dan pengujian produk akhir. Beberapa tahapan proses yang perlu dilakukan antara

lain penyusunan dokumen sistem manajemen mutu yang memenuhi persyaratan Pedoman BSN dan KAN yang didampingi oleh Direktorat Mutu dan Standarisasi, Ditjen P2HP.

Label beras dapat dibedakan dengan logo dan mencantumkan jaminan bahwa kemasan hanya berisi satu varietas atau campuran beberapa varietas, sesuai dengan pernyataan pada label. Pada label beras campuran dapat mencantumkan nama varietas yang dicampur beserta komposisinya. Label dapat juga mencantumkan varietas dan teknik produksi beras, misalnya beras organik. Apabila terjadi pemalsuan label, produsen dapat dituntut berdasarkan UU Perlindungan Konsumen.

Strategi pemasaran seperti *branding/cap/merk*, iklan, dan promosi telah dilaporkan oleh Hogg dan Kalafatis (1992) dan Opoku dan Akorli (2009). Menurut mereka, konsumen di Amerika Serikat, sebagai contoh, tanggap terhadap merek dagang dan pengemasan beras. Konsumen di Ghana menyukai beras impor dibanding beras lokal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari penerimaan konsumen (preferensi) terhadap beras berlabel jaminan varietas (BBJV) yang diproduksi oleh Kopkarlitan BB Padi.

BAHAN DAN METODE

Penelitian dilaksanakan pada bulan September hingga November 2013 dengan melibatkan 100 responden yang bekerja sebagai PNS Badan Litbang Pertanian yang berdomisili di Jakarta, Bandung, dan Yogyakarta. Responden diminta menjawab pertanyaan pada kuesioner dan menilai kesukaannya terhadap sampel beras dan nasi yang disajikan. Sebagai pembandingan disajikan hasil survei serupa di Kendari, Sulawesi Tenggara (Syahrir *et al.* 2015).

Penilaian kesukaan berdasarkan ranking dilakukan terhadap masing-masing preferensi beras yaitu aroma, warna, bentuk/ukuran, keutuhan dan kebersihan beras (1 = paling disukai; 6 = paling tidak disukai). Secara umum dinilai secara hedonik (kesukaan) dengan skor 1 = sangat suka; 2 = suka; 3 = sedang; 4 = tidak suka; 5 = sangat tidak suka, dengan mempertimbangkan preferensi aroma, warna, bentuk/ukuran, keutuhan dan kebersihan beras (Larmond, 1982 dimodifikasi).

Penilaian kesukaan berdasarkan ranking dilakukan terhadap masing-masing preferensi nasi yaitu aroma, warna, kilap, kepulenan dan rasa (1 = paling disukai; 6 = paling tidak disukai). Secara umum dinilai secara hedonik (kesukaan) dengan skor 1 = sangat suka; 2 = suka; 3 = sedang; 4 = tidak suka; 5 = sangat tidak suka. Responden dalam ranking 1 sampai 3 dikategorikan suka dan tidak suka bila ranking 4-6. Penerimaan umum

dari ranking 1-3 dikategorikan suka dan tidak suka bila ranking 4-5 (Larmond 1982).

Beras yang digunakan adalah varietas Hipa 8 mewakili beras aromatik dan varietas Ciherang serta Inpari 13 mewakili beras nonaromatik. Beras tersebut adalah produksi Kopkarlitan BB Padi. Sebagai pembandingan digunakan beras berlabel nonjaminan varietas aromatik dan nonaromatik yang dibeli dari beberapa pasar modern di Jakarta. Sampel beras yang diperoleh yaitu beras aromatik dengan merk Save Beras Pandanwangi LM dan CL Beras Super Pandanwangi, Beras Jasmin CF, CF Discount Beras Pandanwangi, dan Pandanwangi Weni Asih AM. Selain itu juga diperoleh sampel beras nonaromatik dengan merk Beras Cianjur Slip LM PT LM, Save Beras Setra Ramos LM, Save Beras Ramos Cap Kembang LM, Save Beras Cianjur Slip LM), Beras Cianjur 365 SI, Setra Ramos BPS, CF Diskon Beras Setra Ramos, dan Beras Setra Ramos AM.

Data yang diperoleh disajikan secara deskriptif dan data hasil uji organoleptik dianalisis dengan uji Kruskal-Wallis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Survei dilaksanakan di Jakarta, Bandung dan Yogyakarta. Responden sebanyak 100 orang terdiri dari 32 orang laki-laki dan 68 orang perempuan dengan kisaran usia antara 19-61 tahun. Pekerjaan responden adalah PNS dengan tingkat pendidikan tamat SMA 18%, tamat Perguruan Tinggi 50%, dan Pascasarjana 32%. Jumlah anggota keluarga responden berkisar antara 2-10 orang. Kisaran pendapatan responden adalah Rp 5-10 juta 86%, Rp 10-15 juta 9%, Rp 15-20 juta 3%, dan sisanya 2% lebih dari Rp 20 juta/bulan.

Pola Konsumsi Beras

Sebanyak 67% responden mengonsumsi nasi tiga kali sehari, 27% dua kali sehari, 5% sekali sehari, dan 1% atau 1 orang responden mengonsumsi nasi empat kali sehari (Tabel 1). Responden memperoleh atau membeli beras di pasar tradisional (40%), pasar modern (22%), mini market (13%), petani, penggilingan, toko beras, koperasi (18%), dan sisanya (7%) dari hasil panen sendiri (Tabel 2). Di Kota Kendari, Sulawesi Tenggara, konsumen lebih menyukai membeli beras di tempat yang dekat dengan tempat tinggalnya (Syahrir *et al.* 2015).

Sebanyak 78% responden membeli beras berlabel (nonjaminan varietas) dalam kemasan plastik dengan bobot antara 5-25 kg, sisanya 22% membeli beras dalam bentuk curah (Tabel 3). Alasan responden membeli beras berlabel (nonjaminan varietas) dalam kemasan

Tabel 1. Frekuensi responden mengonsumsi nasi.

Frekuensi	Persentase (%)
Satu kali sehari	5
Dua kali sehari	27
Tiga kali sehari	67
Empat kali sehari	1

Tabel 2. Tempat responden membeli atau cara memperoleh beras.

Tempat/cara	Persentase (%)
Pasar tradisional	40
Pasar modern	22
Mini market	13
Petani, penggilingan, toko beras, koperasi	18
Hasil panen sendiri	7

Tabel 3. Bentuk kemasan beras yang disukai responden

Bentuk kemasan	Persentase (%)
Plastik 5 kg sampai 25 kg	78
Curah	22

antara lain terjamin mutu/kualitas beras, ketersediaan, rasa enak, higienis, praktis dan lebih mudah dibawa. Sebanyak 20% responden membeli beras berlabel berdasarkan merk (Delanggu, Cap bunga, dll) dan sisanya membeli beras berlabel (nonjaminan varietas) berdasarkan varietas seperti Pandanwangi, Rojolele, Ciherang, IR 64, C4, dll. Jumlah beras yang dibeli berkisar antara 5-50 kg/bulan.

Konsumen di Kendari, Sulawesi Tenggara, menyukai beras berlabel dengan harga sedang, kemasan berukuran 25 kg, merk terkenal, mencantumkan SNI, butiran beras utuh, varietas tertentu, warna beras bening, dan desain warna kemasan mencolok. Mereka tidak memerlukan panduan memasak (Syahrir *et al.* 2015). Responden pemilik penggilingan padi dan pedagang beras di Demak, Magelang, dan Kebumen, Jawa Tengah memiliki kriteria yang sama terhadap kualitas yang dianggap baik dengan urutan berturut-turut bentuk beras, karakter fisik beras (derajat putih/sosoh, beras kepala, dan kadar air) serta karakter fisikokimia beras (kepulauan nasi), dan penampilan fisik (Wibowo *et al.* 2007). Konsumen rumah tangga dan rumah makan di Subang, Jawa Barat, umumnya belum percaya pada beras berlabel (nonjaminan varietas). Sebanyak 25% responden menyatakan bersedia membeli bila ada jaminan mutu beras berlabel (Suismono *et al.* 2009).

Konsumen yang tinggal di perkotaan dan mempunyai standar hidup yang tinggi, tingkat pendidikan dan pendapatan yang tinggi cenderung membeli beras berkualitas baik berdasarkan kandungan gizinya (Tomlins *et al.* 2005). Kassali *et al.* (2010) melaporkan bahwa tingkat pendapatan, dan usia konsumen merupakan faktor yang berpengaruh terhadap konsumsi pangan rumah tangga. Konsumen cenderung membeli beras di tingkat pengecer di dekat tempat tinggalnya karena membuat mereka mudah membeli beras dan beras yang dibeli adalah merk yang tersedia di pasar (Azabagaoglu and Gaytancioglu 2009). Konsumen di Brunei cenderung menyukai beras impor dibanding beras lokal karena ketersediaan di pasar dan faktor kebiasaan yang diwariskan dari orang tuanya yang selalu mengonsumsi beras impor (Galawat and Yabe 2010). Penduduk Nigeria menyukai beras impor yang bersih dan berbentuk panjang dan ramping. Mereka juga menyenangi beras yang beramilosa sedang hingga tinggi (Adeye *et al.* 2010).

Konsumen di Malaysia mempertimbangkan karakteristik aroma, rasa, harga dan lokasi pembelian beras. Umumnya konsumen menyukai beras putih lokal dibanding beras impor. Faktor yang berpengaruh terhadap perilaku dalam membeli beras antara lain status perkawinan, jenis kelamin, status pekerjaan, kepala keluarga dan jumlah anggota keluarga (Musa *et al.* 2011). Sementara itu penduduk Ghana setuju bila pengemasan beras lokal yang buruk karena menjadi salah satu alasan untuk tidak lagi membeli beras tersebut (Danso-Abbeam *et al.* 2014).

Di Indonesia, pola konsumsi dan kesukaan terhadap beras sangat bervariasi karena kondisi alam yang terdiri dari ribuan kepulauan (Toquero 1991). Konsumen di Medan dan Makassar menyukai nasi pera, sementara di Jawa menyukai nasi yang lembut dan pulen. Masyarakat yang hidup di dataran tinggi mengonsumsi jagung, ubi kayu dan ubi jalar sebagai makanan pokok, sementara penduduk di dataran rendah lebih banyak mengonsumsi beras karena cukup tersedia (Rahmat *et al.* 2006). Damardjati dan Oka (1989) mengevaluasi kesukaan konsumen terhadap beras di tiga kota besar di Indonesia yaitu Medan, Makassar dan Jakarta. Mereka menyimpulkan bahwa kesukaan konsumen terhadap kualitas beras sangat bervariasi. Hasil penelitian juga menunjukkan fisikokimia beras mempengaruhi kualitas dan harganya.

Karakteristik Beras dan Nasi yang Disukai Responden

Dalam pembelian beras (bila diranking), hanya 20% responden yang memilih warna beras sebagai pertimbangan pertama, sedangkan 42% dan 19%

responden memilih sebagai pertimbangan kedua dan ketiga. Aroma beras merupakan pertimbangan pertama yang dipilih 28% responden, diikuti oleh 21% dan 30% responden yang memilih aroma sebagai pertimbangan kedua dan ketiga. Sebanyak 38% responden memilih bentuk beras sebagai pertimbangan kelima, 32% dan 11% responden memilih bentuk beras sebagai pertimbangan keempat dan ketiga. Keutuhan beras dipilih oleh 31% responden sebagai pertimbangan keempat, 26% dan 24% responden memilih keutuhan beras sebagai pertimbangan kelima dan ketiga. Kebersihan beras dipilih oleh 36% responden sebagai pertimbangan pertama, diikuti oleh 19% responden yang memilih kebersihan beras sebagai pertimbangan kelima, yang selanjutnya masing-masing diikuti oleh 15% responden yang memilih sebagai pertimbangan kedua, ketiga, dan keempat (Tabel 4).

Apabila beras tersebut dimasak menjadi nasi (bila diranking), warna nasi dipilih oleh 42% responden sebagai pertimbangan keempat, diikuti masing-masing oleh 16% dan 15% responden sebagai pertimbangan kedua dan ketiga. Tekstur nasi (pulen atau pera) dipilih oleh 35% responden sebagai pertimbangan pertama, diikuti masing-masing oleh 28% dan 23% responden sebagai pertimbangan kedua dan ketiga. Sebanyak 35% responden memilih aroma nasi sebagai pertimbangan ketiga, diikuti oleh 23% dan 20% responden yang memilih sebagai pertimbangan kedua dan pertama. Bentuk nasi dipilih oleh 44% responden sebagai pertimbangan kelima, diikuti oleh 20% dan 19% responden yang memilih sebagai pertimbangan keenam dan keempat. Kilap nasi dipilih oleh 70% responden sebagai pertimbangan keenam, diikuti oleh 13% dan 12% responden yang memilih kilap nasi sebagai pertimbangan keempat dan kelima. Rasa nasi dipilih oleh 33% responden sebagai pertimbangan pertama, diikuti oleh 23% dan 18% responden yang memilih rasa nasi sebagai pertimbangan kedua dan ketiga (Tabel 5).

Indrasari dan Adnyana (2007) melaporkan bahwa responden di Provinsi Sumut, Jabar, Jateng, Jatim, Bali, Sulsel, dan NTB) menyatakan rasa nasi beras merah

Tabel 4. Karakteristik beras yang disukai responden berdasarkan ranking.

Preferensi beras	Ranking (%)				
	Pertama	Kedua	Ketiga	Keempat	Kelima
Warna	20	42	19	8	11
Aroma	28	21	30	9	12
Bentuk	10	9	11	32	38
Keutuhan	7	12	24	31	26
Kebersihan	36	15	15	15	19

lebih baik atau sama saja dibanding rasa nasi yang biasa dikonsumsi. Responden di desa umumnya lebih menyukai rasa nasi beras merah dibanding responden kota, kecuali responden di Provinsi Jatim dan Bali.

Tanggapan Responden terhadap Beras Berlabel Jaminan Varietas (BBJV)

Sebanyak 84% responden belum pernah mendengar BBJV, dan 14% pernah mendengar BBJV dari peneliti BB Padi pada waktu pelatihan SLPTT tahun 2013, 1% dari internet, dan 1% dari tim UPBS pada tahun 2013 (Tabel 6).

Sebanyak 90% responden bersedia membeli BBJV lebih mahal dibanding beras berlabel lainnya dengan rincian sebanyak 59% bersedia membeli lebih mahal hingga Rp 1000, 22% responden bersedia membeli lebih mahal Rp 1.000-2.000, 6% responden bersedia membeli lebih mahal Rp 2.000-3.000, dan 3% responden bersedia membeli lebih mahal (Rp 3.000). Alasan responden yang mau membeli beras dengan harga yang lebih tinggi antara lain karena produk lebih bersih, mutu lebih terjamin, keaslian varietasnya terjamin dan tidak pakai bahan pengawet. Alasan 10% responden yang tidak mau

membeli BBJV dengan harga yang lebih mahal antara lain karena tidak menyukai produk BBJV yang diberikan sebagai sampel, kurang sosialisasi, takut penipuan, dan ingin ekonomis (Tabel 6).

Preferensi Relatif Konsumen terhadap BBJV

a. Preferensi terhadap beras berlabel lainnya

Preferensi responden terhadap BBJV dibanding beras berlabel lainnya dapat dilihat pada Tabel 1. Terlihat bahwa 55% responden menyatakan produk BBJV lebih baik berdasarkan bentuk beras, 31% warna beras, 44% aroma beras, 68% keutuhan, 68% kebersihan, 54% rasa nasi, 87% mutu gizi, dan 88% mutu fungsional. Responden yang menyatakan BBJV sama saja dengan beras yang biasa dikonsumsi berdasarkan bentuk beras 45%, warna beras 52%, aroma beras 48%, keutuhan 27%, kebersihan 30%, rasa nasi 39%, mutu gizi 12%, dan mutu fungsional 11%. Responden yang menyatakan BBJV kurang baik dibanding beras yang biasa dikonsumsi berdasarkan bentuk beras tidak ada, warna beras 17%, aroma beras 8%, keutuhan 5%, kebersihan 2%, rasa nasi 7%, mutu gizi 1%, dan mutu fungsional 1% (Tabel 7).

Di Timur Tengah banyak konsumen yang menyukai beras yang panjang dan disosoh sempurna dengan aroma yang wangi dibanding konsumen di Eropa yang cenderung menyukai bentuk beras panjang tanpa aroma wangi. Di lain pihak, masyarakat Jepang lebih menyukai beras sosoh sempurna dan baru disosoh, berbentuk pendek beras Japonica (Lancon *et al.* 2003, Galawat and Yabe 2010, Unnevehr *et al.* 1985, Suwannaporn and Linnamenn 2008). Sebaliknya, konsumen di Nigeria menyukai beras impor dengan alasan bersih, mengembang, enak, tersedia dan bentuk beras. Karakteristik beras impor ini juga disukai oleh

Tabel 5. Karakteristik nasi yang disukai responden berdasarkan ranking.

Preferensi nasi	Ranking (%)					
	Pertama	Kedua	Ketiga	Keempat	Kelima	Keenam
Warna	10	16	15	42	11	6
Tekstur	35	28	23	8	6	0
Aroma	20	23	35	12	9	1
Bentuk	2	6	8	19	44	20
Kilap	0	4	1	13	12	70
Rasa	33	23	18	13	13	0

Tabel 6. Tanggapan responden terhadap Beras Berlabel Jaminan Varietas (BBJV).

Tanggapan	Persentase (%)
Belum pernah mendengar tentang BBJV	84
Sudah pernah mendengar tentang BBJV dari peneliti BB Padi pada waktu pelatihan SLPTT tahun 2013	14
Bersedia membeli produk BBJV lebih mahal dibanding BBNJV	90
• Bersedia membeli mahal Rp 1.000 per kg	59
• Bersedia membeli mahal Rp 1.000 hingga Rp 2.000 per kg	22
• Bersedia membeli mahal Rp 2.000 hingga Rp 3.000 per kg	6
• Bersedia membeli mahal lebih dari Rp 3.000 per kg	3
Tidak bersedia membeli produk BBJV lebih mahal dibanding BBNJV	10

Tabel 7. Preferensi relatif responden terhadap produk BBJV di tiga kota di Indonesia, 2013 (%).

Karakteristik produk	Preferensi relatif terhadap produk beras yang biasa dibeli/dikonsumsi (%)		
	Lebih baik	Kurang baik	Sama saja
Bentuk beras (ramping, sedang, bulat)	55	0	45
Warna beras (putih atau tidak)	31	17	52
Aroma beras (wangi atau tidak)	44	8	48
Keutuhan/ukuran beras (beras kepala, beras patah, menir, dll)	68	5	27
Kebersihan beras (ada kotoran tidak)	68	2	30
Rasa nasi (pulen atau tidak)	54	7	39
Mutu gizi (protein, mineral, vitamin)	87	1	12
Mutu fungsional (IG rendah, antosianin)	88	1	11

rumah makan dan industri cepat saji untuk digunakan dalam bisnisnya (Akaeze 2010).

Kesukaan konsumen terhadap rasa nasi bervariasi di berbagai negara. Umumnya mereka memperhatikan kualitas dan harga ketika membeli beras (Diako *et al.* 2008). Konsumen di Amerika menyukai beras yang berhubungan dengan cara memasak dan karakteristik pengolahannya.

b. Preferensi terhadap preferensi beras aromatik dari pasar modern

Preferensi responden terhadap BBJV Hipa 8 dan beras aromatik lain (BBNJV) dari pasar modern dilaksanakan di kota Yogyakarta (35 responden), Jakarta (35 responden) dan Bandung (30 responden). Beras aromatik lain yang diujikan kepada responden selain BBJV Hipa 8 adalah beras merk Pandanwangi LM, Jasmine CF, Pandanwangi Weni AF, CL Beras Super Pandanwangi dan CF Diskon Beras Pandanwangi.

Hasil analisis statistik menggunakan uji Kruskal Wallis menunjukkan tidak ada perbedaan kesukaan antara aroma, warna, bentuk/ukuran, keutuhan dan kebersihan BBJV Hipa 8, beras merk Pandanwangi LM, Jasmine CF, Pandanwangi Weni AF, CL Beras Super Pandanwangi dan CF Diskon Beras Pandanwangi. Demikian pula berdasarkan atribut penerimaan umum, tidak ada perbedaan tingkat kesukaan pada beras aromatik merk Pandanwangi LM, Pandanwangi Weni AF, dan CL Beras Super Pandanwangi, kecuali pada beras aromatik merk Jasmine CG, CF Diskon Beras Pandanwangi dan BBJV Hipa 8. Penerimaan umum yang paling disukai adalah BBJV Hipa 8 di Kota Bandung dengan tingkat kesukaan 1,93 (suka) dan ranking 57,67 (Tabel 8). Ranking merupakan nilai bobot yang menggambarkan tingkat kesukaan responden terhadap produk yang dinilai, semakin besar nilai ranking semakin suka responden terhadap produk BBJV Hipa 8.

c. Preferensi beras nonaromatik di pasar modern

Preferensi responden terhadap BBJV Ciherang dan Inpari 13 serta beras nonaromatik lain (BBNJV) di pasar modern dilaksanakan di Kota Yogyakarta (35 responden), Jakarta (35 responden), dan Bandung (30 responden). Beras nonaromatik lain yang diujikan kepada responden selain BBJV Ciherang dan Inpari 13 adalah beras merk Beras Cianjur Slyp LM PT LM, Save Beras Setra Ramos LM, Beras Cianjur 365 SI, Setra Ramos BPS, Save Beras Ramos Cap Kembang LM, Setra Ramos AM, Save Beras Cianjur Slip LM, CF Diskon Beras Setra Ramos.

Hasil analisis statistik menggunakan uji Kruskal Wallis menunjukkan tidak ada perbedaan kesukaan antara aroma, warna, bentuk/ukuran, keutuhan dan kebersihan beras, kecuali BBJV Inpari 13 untuk atribut bentuk/ukuran dan kebersihan (Tabel 3). Demikian pula berdasarkan atribut penerimaan umum, tidak ada perbedaan tingkat kesukaan. Penerimaan umum yang paling disukai adalah beras Setra Ramos BPS dan BBJV Inpari 13 masing-masing dengan tingkat kesukaan dan ranking 1,57 (suka) dan 60,07 serta 1,74 (suka) dan 58,64 di Kota Yogyakarta (Tabel 9). Ranking merupakan nilai bobot yang menggambarkan tingkat kesukaan responden terhadap produk yang dinilai, semakin besar nilai ranking semakin suka responden terhadap beras Setra Ramos BPS dan BBJV Inpari 13. Penerimaan secara umum terhadap BBJV Ciherang dan beberapa BBNJV lainnya relatif sama.

d. Preferensi nasi beras aromatik di pasar modern

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa tingkat kesukaan responden terhadap aroma, warna, kilap, tekstur, bentuk, rasa dan penerimaan umum pada nasi BBJV Hipa 8, Pandanwangi LM, Jasmine CF, Pandanwangi Weni AF, CL Beras Super Pandanwangi dan CF Diskon Beras Pandanwangi di kota Yogyakarta, Jakarta dan Bandung relatif sama.

Tabel 8. Preferensi relatif responden terhadap BBJV Hipa 8 (aromatik) dan BBNJV dari dua pasar modern di tiga kota di Indonesia, 2013.

Merk beras	Preferensi	Kota	Rerata kesukaan ¹⁾	Rerata ranking ²⁾	Chi-square ³⁾
Jasmine CF	Penerimaan Umum	Yogyakarta	1,86	56,36	6,111
		Jakarta	1,60	43,50	
		Bandung	1,77	51,83	
BBJV Hipa 8	Penerimaan Umum	Yogyakarta	1,86	53,86	12,159
		Jakarta	1,60	41,00	
		Bandung	1,93	57,67	
CF Diskon beras Pandanwangi	Penerimaan Umum	Yogyakarta	1,14	55,14	9,677
		Jakarta	1,00	48,00	
		Bandung	1,00	48,00	

¹⁾ Nilai kesukaan masing-masing responden (1: sangat suka hingga 6: sangat tidak suka).

²⁾ Nilai bobot seberapa suka masing-masing responden.

³⁾ Chi-square hitung > Chi-square tabel (5,991) bermakna signifikan.

Tabel 9. Preferensi relatif responden terhadap BBJV Inpari 13 dan BBNJV dari dua pasar modern di tiga kota di Indonesia, 2013.

Merk beras	Preferensi	Kota	Rerata kesukaan*)	Rerata ranking**)	Chi-Square***)	
BBJV Inpari 13	Bentuk/ukuran	Yogyakarta	1,66	61,36	10,626	
		Jakarta	1,29	42,79		
		Bandung	1,37	46,83		
	Kebersihan	Yogyakarta	1,51	58,71		6,683
		Jakarta	1,23	44,43		
		Bandung	1,30	48,00		
	Penerimaan umum	Yogyakarta	1,74	58,64		8,430
		Jakarta	1,40	41,50		
		Bandung	1,60	51,50		
Setra Ramos BPS	Penerimaan umum	Yogyakarta	1,57	60,07	11,838	
		Jakarta	1,17	40,07		
		Bandung	1,40	51,50		
Save Beras Ramos Cap Kembang LM	Penerimaan umum	Yogyakarta	1,49	56,79	8,418	
		Jakarta	1,17	41,07		
		Bandung	1,43	54,17		
CF Diskon Beras Setra Ramos	Penerimaan umum	Yogyakarta	1,34	57,14	8,664	
		Jakarta	1,06	42,86		
		Bandung	1,23	51,67		

*) Nilai kesukaan masing-masing responden (1: sangat suka hingga 6: sangat tidak suka)

***) Nilai bobot seberapa suka masing-masing responden

****) Chi-square hitung > Chi-square tabel (5,991) bermakna signifikan

Tabel 10. Preferensi relatif responden terhadap nasi beras nonaromatik merk beras Cianjur Slip LM PT LM dan Setra Ramos BPS dari dua pasar modern di tiga kota, Indonesia, 2013.

Merk beras	Preferensi	Kota	Rerata kesukaan*)	Rerata ranking**)	Chi-Square***)	
Beras Cianjur Slip LM PT LM	Kepulenan	Yogyakarta	1,34	50,14	11,801	
		Jakarta	1,54	60,14		
		Bandung	1,13	39,67		
	Rasa	Yogyakarta	1,43	51,43		6,410
		Jakarta	1,54	57,14		
		Bandung	1,23	41,67		
Setra Ramos BPS	Penerimaan umum	Yogyakarta	1,43	41,93	7,798	
		Jakarta	1,63	51,93		
		Bandung	1,77	58,83		

*) Nilai kesukaan masing-masing responden (1: sangat suka hingga 6: sangat tidak suka)

***) Nilai bobot seberapa suka masing-masing responden

****) Chi-square hitung > Chi-square tabel (5,991) bermakna signifikan

e. Preferensi nasi beras nonaromatik di pasar modern

Hasil analisis statistik menunjukkan tidak ada perbedaan tingkat kesukaan responden terhadap aroma, warna, kilap, kepulenan dan rasa pada nasi BBJV Ciherang, BBJV Inpari 13, beras merk Beras Cianjur Slyp LM PT LM, Save Beras Setra Ramos LM, Beras Cianjur 365 SI, Setra Ramos BPS, Save Beras Ramos Cap Kembang LM, Setra Ramos AM, Save Beras Cianjur Slip LM, CF Diskon Beras Setra Ramos, kecuali pada atribut kepulenan dan rasa nasi beras Cianjur Slip LM PT LM (Tabel 10). Demikian pula berdasarkan atribut penerimaan umum, tidak ada perbedaan tingkat kesukaan pada nasi BBJV, kecuali pada beras merk Setra Ramos BPS. Penerimaan umum nasi yang paling disukai adalah beras Setra Ramos BPS

dengan tingkat kesukaan 1,77 (suka) dan rerata ranking 58,83 di kota Bandung (Tabel 10).

KESIMPULAN

Responden yang menyatakan produk BBJV lebih baik dibanding produk BBNJV berdasarkan bentuk beras 55%, warna beras 31%, aroma beras 44%, keutuhan 68%, kebersihan 68%, rasa nasi (54%, mutu gizi 87%, dan mutu fungsional 88%). Responden yang menyatakan produk BBJV sama dengan produk BBNJV lain berdasarkan bentuk beras 45%, warna beras 52%, aroma beras 48%, keutuhan 27%, kebersihan 30%, rasa nasi 39%, mutu gizi 12%, dan mutu fungsional 11%.

Berdasarkan preferensi penerimaan umum, beras aromatik yang paling disukai konsumen adalah BBJV Hipa 8 di kota Bandung dengan tingkat kesukaan 1,93 (suka) dan ranking 57,67. Untuk beras aromatik, tidak ada perbedaan tingkat kesukaan dari semua sampel yang diuji berdasarkan preferensi penerimaan umum.

Berdasarkan preferensi penerimaan umum, beras nonaromatik yang paling disukai konsumen adalah beras Setra Ramos BPS dan BBJV Inpari 13 masing-masing dengan tingkat kesukaan dan ranking 1,57 (suka) dan 60,07 serta 1,74 (suka) dan 58,64 di kota Yogyakarta. Penerimaan secara umum antara BBJV Ciherang dengan beberapa BBNJV lainnya relatif sama. Tingkat kesukaan penerimaan umum antara beras nonaromatik BBJV Ciherang dan Inpari 13 dengan nasi nonaromatik BBNJV lain pada dua pasar modern di Jakarta juga relatif sama. Penerimaan umum yang paling disukai adalah beras Setra Ramos BPS dengan tingkat kesukaan 1,77 (suka) dan ranking 58,83 di Kota Bandung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Prof. Dr. Djoko Said Damardjati, Prof. Dr. A. Karim Makarim dan Prof. Dr. I Wayan Rusastra atas saran dan masukan dalam penyusunan karya tulis ilmiah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeye, J.A., E.P. Navesero, O.J. Ariyo, and S.A. Adeye. 2010. Consumer Preference for Rice Consumption in Nigeria. *Journal of Humanities, Social Sciences and Creative Arts* 5(1):26-36.
- Akaeze, Q.O. 2010. Consumer preference for imported rice in Nigeria – perceived quality differences or habit persistence? Unpublished Master Thesis. Michigan State University.
- Azabagaoglu, M.O. dan O. Gaytancioglu. 2009. Analyzing consumer preference to different rice varieties in Turkey. *Agricultura Tropica Et Subtropica* 42(3):118-125.
- Damardjati, D.S. and M. Oka. 1989. Evaluation of consumer preference for rice quality characteristics at urban area in Indonesia. Paper presented at the 12th ASEAN Seminar on Grain Postharvest Technology, Surabaya, Indonesia.
- Damardjati, D.S. 1995. Karakterisasi sifat dan standarisasi mutu beras sebagai landasan pengembangan agri-bisnis dan agro-industri padi di Indonesia. Orasi Pengukuhan Ahli Peneliti Utama. Badan Litbang Pertanian. Departemen Pertanian. 52p.
- Danso-Abbeam, G., M. Armed, and F. Baidon. 2014. Determinants of consumer preference for local rice in Tamale Metropolis, Ghana. *International Journal of Education and Sosial Science* 1(2):114-122.
- Diako, C., E. Sakyi-Dawson, B. Bediako-Amoa, F.K. Saalia, and J.T. Manful. 2008. Consumer perceptions, knowledge and preferences for aromatic rice types in Ghana. *Nature and Science* 8 (12): 12-19.
- Galawat, F. and M. Yabe. 2010. Assessing consumer's preferences for local rice in Brunei: An application of choice model. *J. ISSAAS* 16(2):104-115.
- Hogg, A. and S. Kalafatis. 1992. Current trends in the United Kingdom market for rice. *Proceedings of the Prospects for Rice Consumption in Europe Symposium*. Verona. Italy.
- Indrasari, S.D. dan M.O. Adnyana. 2007. Preferensi konsumen terhadap beras merah sebagai pangan fungsional. *Iptek Tanaman Pangan* 2(2):227-241.
- Kassali, R., R.O. Kareem, O. Oluwasola, and O.M. Ohaegbulam. 2010. Analysis of demand for rice in Ile Ife, Osun State, Nigeria. *Journal of Sustainable Development in Africa* 12(2):263-278.
- Lancon, F. O. Erenstein, S.O. Akande, S.O. Titilola, G. Akpokodje, and O.O. Ogundeje. 2003. Imported rice, retailing and purchasing in Nigeria: A survey. In *The Nigerian Rice Economy in a Competitive World: Constraints, Opportunities and Strategic Choices*. West Africa Rice Development Association (WARDA).
- Larmond, E. 1982. Laboratory methods for sensory evaluation of food. Res. Dept. Agric. Pub. Ottawa, Canada.
- Musa, M., N. Othman, and F.A. Fatah. 2011. Determinants of consumers purchasing behavior for rice in Malaysia. *American International Journal of Contemporary Research* 1(3):159-167.
- Opoku, R.A. and P.A.K. Akorli. 2009. The preference gap: Ghanaian consumers' attitudes toward local and imported products. *African Journal of Business Management* 3(8):350-357.
- Rahmat, R., R. Thahir, and M. Gummert. 2006. The empirical relationship between price and quality of rice market level in West Java. *Indonesian Journal of Agricultural Science* 7:27-33.
- Suismono dan Darniadi. 2010. Prospek beras berlabel SNI. *Pangan* 19(1):30-39.
- Suismono, Sudaryono, dan A. Ramli. 2009. Kajian beras berlabel di kabupaten Subang. *Prosiding Seminar Nasional Padi 2008*. Buku 4. Inovasi Teknologi Padi Mengantisipasi Perubahan Iklim Global Mendukung Ketahanan Pangan (*Eds.*, A. Setyono *et al.*). p.1715-1725.
- Suwannaporn, P. and A. Linnamenn. 2008. Consumer preferences and buying criteria in rice: a study to identify market strategy for Thailand Jasmine Rice Export. *Journal of Sensory Studies* 23:1-13.
- Syahrir, S., A.A. Taridala, dan Bahari. 2015. Preferensi beras berlabel. *Agriekonomika* 4(1):10-21.
- Tomlins, K.I., J.T. Manful, P. Larwer, and L. Hammond. 2005. Urban consumer preferences and sensory evaluation of locally produced and imported rice in West Africa.
- Toquero, Z.F. 1991. Consumer demand for rice grain quality in rice grain marketing and quality issues. *Selected Paper from The International Rice Research Conference, 27-31 August 1990, Seoul, Korea, IRRI. Manila*. p.37-46.
- Unnevehr, L.J., B.O. Juliano, and C.M. Perez. 1985. Consumer demand for rice grain quality in Southeast Asia. Papers presented at the International Rice Research Conference. International Rice Research Institute (IRRI). Manila. Philippines.
- Wibowo, P., S.D. Indrasari, dan D.D. Handoko. 2007. Preferensi konsumen terhadap karakteristik beras dan kesesuaiannya dengan standar mutu beras di Jawa Tengah. *Prosiding Seminar Nasional Padi*. Buku 2. Seminar Apresiasi Hasil Penelitian Padi Menunjang P2BN. (*Eds.*: B. Suprihatno *et al.*). p.821-833.