

EVALUASI PREFERENSI KONSUMEN DAN PEMANFAATAN UBI NAGARA DI LAHAN RAWA LEBAK

Rismarini Zuraida

ABSTRACT

Evaluation of Consumer Preference and the use of Ubi Nagara (*Ipomoea batatas*) in Swampy Area, South Kalimantan. Ubi Nagara is one of the potential food, which is more well known to be used as snack by people in South Kalimantan. This study was conducted as random sampling survey in Daha Utara, South Kalimantan. Primary data gathered from 40 respondents who lives in town and village. Secondary data gathered from several competence institutions. Consumer's preference were : white colored tuber (80%); 1-2 kg tuber weighted (90%); salty flower tasted (80%). The usage were : being boiled (60%); being fried (80%); other forms (20%). Since the usage of Ubi Nagara in other forms in term of value added were limited, the effort to cultivate this commodity in broader scale is needed supporting by policy maker and private as well.

PENDAHULUAN

Dengan semakin berkurangnya lahan pertanian subur utamanya di pulau Jawa maka pembangunan pertanian untuk masa yang akan datang, perhatian akan lebih banyak dicurahkan pada lahan-lahan diluar pulau Jawa, seperti lahan rawa. Luas lahan rawa lebak di Indonesia diperkirakan mencapai 14,9 juta ha (Directorate of Swamps, 1986). Dari luas tersebut 9,65 juta ha merupakan lahan rawa berpotensi untuk dijadikan lahan pertanian di Kalimantan Selatan seluas 63.952 ha dan telah dimanfaatkan seluas 45.138 ha (Kanwil Deptan, Kal-Sel, 1992).

Sejalan dengan gerak pembangunan, lahan rawa di Kalimantan banyak difungsikan untuk penanaman ubijalar. Ubijalar dari hanya sekedar bahan pangan sampingan akan bergeser menjadi bahan industri. Pengalaman negara maju dalam menggerakkan agroindustri ubijalar perlu diterapkan sesuai dengan kondisi Indonesia. Agroindustri ubijalar juga telah cukup berkembang di Indonesia, meskipun pada tingkatan yang sederhana misalnya pengolahan saus, permen, kripik dan lain-lain.

Tetapi dilain pihak dari sebagian daerah seperti Kalimantan Selatan sebagian besar masyarakat, ubijalar dianggap sebagai makanan sampingan atau sebagai kudapan (snack) yang hanya dikonsumsi pada waktu-waktu tertentu.

Di Kalimantan Selatan di lahan rawa lebak "Nagara" petani juga banyak menanam ubijalar. Petani menanam ubijalar rata-rata dengan luasan 1-2 ha/KK dan masih tetap menjadi tumpuan petani di sentra produksi ubijalar. Untuk mendorong pengembangan ubijalar diperlukan informasi mengenai preferensi konsumen terhadap ubijalar (ubi nagara).

Dari penelitian ini ada 2 hal yang dapat dimanfaatkan dari informasi ini yaitu :

1. Untuk mencari informasi tentang varietas yang sesuai dengan konsumen
2. Memahami selera pengguna/konsumen sehingga teknologi yang dihasilkan dapat secara langsung bisa dimanfaatkan.

METODOLOGI PENELITIAN

1. Waktu dan Tempat

Waktu penelitian dilaksanakan dari Juni sampai dengan Desember 1994. Lokasi penelitian di dua desa yaitu Desa Habirau dan Baruh Jaya Kabupaten Hulu Sungai Selatan.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data digunakan metode survei. Data primer dikumpulkan dengan wawancara langsung dengan responden menggunakan kuesioner yang telah disiapkan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi yang terkait.

3. Metode Pengambilan Sampel dan Jumlah Sampel

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode Random Sampling. Sampel diambil yaitu daerah pedesaan dan daerah perkotaan sebanyak 20 responden tiap desa. Jadi sampel mencapai 40 responden sebagai sampel.

4. Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertimbangan Konsumen terhadap Ubi Nagara

Dalam pengambilan data primer, melalui kuesioner konsumen diminta untuk menentukan ranking dari 4 faktor yang mempengaruhi pertimbangan mereka dalam melakukan pembelian ubi nagara. Pada umumnya dari 4 faktor tersebut ternyata mengutamakan 3 faktor saja yang termasuk ranking. Dari hasil ranking terhadap faktor-faktor konsumen tersebut, maka dapat ditentukan faktor-faktor utama yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian ubi nagara. Hasil ranking dari pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian ubi nagara terlihat dalam Tabel 1 dan 2.

Tabel 1. Hasil ranking konsumen terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian ubi nagara pada Kecamatan Daha Selatan, Kabupaten Hulu Sungai Selatan, tahun 1994.

Konsumen	Ranking		
	I	II	III
Desa	Warna umbi	Rasa	Ukuran umbi
Kota	Warna umbi	Rasa	Ukuran umbi

Sumber : Data primer, 1994.

Tabel 2. Karakteristik ubi nagara yang paling disukai konsumen di Kal-Sel, tahun 1994

Konsumen	Karakteristik		
	Warna umbi	Rasa	Ukuran umbi
Desa	Putih (80%)	Gurih (80%)	1 -2 kg (90%)
	Jingga (20%)	Tawar (20%)	0,5-1 kg (10%)
Kota	Putih (80%)	Gurih (80%)	1 -2 kg (90%)
	Jingga (20%)	Tawar (20%)	0,5-1 kg (10%)

Sumber : Data primer, 1994.

Dari hasil ranking tersebut diketahui bahwa warna umbi merupakan ranking I yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian ubi nagara.

Untuk rasa adalah menduduki ranking II dan selanjutnya ukuran umbi menduduki ranking III.

Warna umbi dan rasa ini menduduki ranking I dan II karena warna umbi ini berpengaruh sekali dengan rasa yang ada pada umbi tersebut oleh sebab itu konsumen mendudukan kedua faktor tersebut pada ranking I dan II. Untuk ukuran umbi pada ranking III ini berhubungan dengan keperluan pemanfaatan pada konsumen. Sebagian besar konsumen memilih yang agak besar (1-2 kg). Tetapi ukuran yang diatas (1-2 kg), sedikit sekali konsumen memilihnya disebabkan karena banyak mengandung **serabut/serat**. Untuk warna kulit ini tidak menjadi masalah bagi konsumen. Asal jangan yang terdapat bercak hitam yang bekas terserang hama/penyakit yang biasa disebut konsumen kumang (bahasa Banjar). Begitu juga dengan harga tidak termasuk ranking dalam preferensi konsumen dari ubi nagara ini (karena harganya tidak begitu berfluktuasi).

Dari hasil penelitian faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian ubi nagara tidak begitu bervariasi antara konsumen desa dan konsumen kota. Untuk daerah pedesaan dan perkotaan masalah warna umbi dan ukuran umbi dan rasa tidak ada perbedaan, hal ini responden desa dan kota banyak menyenangi umbi yang warnanya putih (90%) sedangkan yang menyenangi warna jingga hanya (10%), sedangkan rasa yang disenangi yaitu yang gurih dan polen (90%) untuk ukuran umbi yang banyak disenangi yaitu ukuran 1-2 kg (90%) untuk responden desa dan kota.

Dari berbagai macam preferensi konsumen terhadap ubi nagara maka berbeda juga harga jual pada masing-masing stratifikasi pasar (Tabel 3).

Tabel 3. Harga berdasarkan stratifikasi pasar pada daerah penelitian, tahun 1994

Stratifikasi pasar	Harga di daerah konsumen (Rp/kg)
Harga jual petani (Rp/kg)	250
Pedagang pengumpul desa	300
Pasar konsumen	400

Sumber : Data primer, 1994.

Ubi alabio harga jual per kg pada tingkat petani yaitu Rp. 450/kg dan harga jual pada pedagang pengumpul desa Rp. 500/kg, untuk harga jual pada pasar konsumen Rp. 750/kg.

Kalau melihat proporsi keuntungan setiap daerah konsumen diperoleh lebih banyak oleh pedagang pasar konsumen (langsung ke pedagang pengecer).

PEMANFAATAN UBI ALABIO

Preferensi konsumen ubi nagara yang ada di Kalimantan Selatan, faktor kandungan vitamin tampaknya tidak dipertimbangkan konsumen dalam menentukan pilihan.

Adapun pemanfaatan ubi nagara pada daerah masing-masing penelitian sebagian besar ubi nagara yang dibeli dimasak dengan cara direbus atau digoreng. Cara memasak yang demikian dianggap lebih mudah dikerjakan dan dianggap bisa bertahan lama \pm 12 jam.

Pertimbangan konsumen kalau diolah bentuk olahan lain, ini memerlukan bahan tambahan yang lain, yang nilainya sering lebih mahal. Untuk melihat cara memasak ubi nagara bisa dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Cara memasak dan waktu konsumsi ubi nagara di Kecamatan Daha Selatan, tahun 1994

Uraian	Persentase Responden	
	Desa	Kota
Cara memasak :		
- direbus	60	10
- digoreng	20	80
- dibuat yang lainnya	20	10
Waktu konsumsi :		
- pagi	60	20
- siang	20	20
- sore	20	60

Sumber : Data primer, 1994.

Cara memasak berdasarkan persentase responden di pedesaan sebagian besar direbus (60%), digoreng (20%), dibuat bentuk olahan lain (20%). Untuk daerah perkotaan sebagian besar cara memasaknya yaitu digoreng (80%), direbus hanya (10%) dan dibentuk olahan yang lain (10%).

Sedangkan waktu konsumsi di desa kebanyakan pada pagi hari sebelum berangkat bekerja (60%), dikonsumsi siang (20%) dan sore setelah bekerja (20%). Daerah perkotaan yang paling banyak waktu konsumsinya yaitu sore hari (60%), untuk pagi (20%) dan siang juga mencapai (20%).

Dalam lingkungan keluarga, penerimaan jenis makanan ubi nagara tampaknya tidak akan mengalami kesulitan, karena konsumsi pria dewasa, wanita dewasa menyatakan suka mengkonsumsi ubi nagara (Tabel 5).

Tabel 5. Anggota keluarga yang paling menyukai ubi nagara

Stratifikasi konsumsi	Daerah Konsumsi	
	Desa	Kota
Pria dewasa	70	70
Wanita dewasa	70	70
Anak-anak	30	20

Sumber : Data primer, 1994.

Untuk anggota keluarga tidak menjadi masalah semua umur menyenangi ubi nagara, kalau melihat persentase pria dewasa di daerah pedesaan dan perkotaan (70%) menyenangi ubi nagara. Pada wanita dewasa daerah pedesaan dan perkotaan yang menyenangi ubi nagara (70%) untuk anak-anak di daerah pedesaan (30%) dan di daerah perkotaan hanya (20%).

KESIMPULAN

Dari uraian yang telah dikemukakan dapat disimpulkan bahwa :

1. Preferensi konsumen terhadap ubi nagara di lahan rawa pada daerah desa dan kota tidak begitu berbeda yaitu warna umbi putih (80%) dan warna jingga (20%). Sedangkan untuk rasa yang paling banyak disenangi ada rasa gurih (80%) untuk ukuran umbi yang banyak dipilih (1-2 kg).
2. Cara memasak ubi nagara yang banyak dimasyarakat yaitu direbus dan digoreng.
3. Semua orang dewasa menyenangi ubi nagara (pria dewasa dan wanita dewasa).

DAFTAR PUSTAKA

- Balai Penelitian Tanaman Pangan Malang, 1994. Risalah Seminar Penerapan Teknologi Produksi dan Pasca Panen Ubi Jalar Mendukung Agro Industri, Balai Penelitian Tanaman Pangan Malang.
- Balai Penelitian Tanaman Pangan Banjarbaru, 1994. Laporan Tahunan Balai Penelitian Tanaman Pangan Banjarbaru, Balai Penelitian Tanaman Pangan Banjarbaru.
- Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan, 1994. Risalah Hasil Penelitian Sosial Ekonomi dan Pengembangan, Balai Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Swamp-II-1990. Laporan Tahunan 1988/1989. Proyek Pengembangan Lahan Pasang Surut dan Rawa (Swamp-II) Badan Litbang Pertanian.