

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN BERAS ORGANIK DI YOGYAKARTA

Siwitri Munambar
Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta-Magelang
Jl. Kusumanegara No.2, Yogyakarta, 55167
Email :siwiyk@gmail.com

ABSTRACT

Quality food is one of the challenges that must be realized by the government. One of the quality foods is organic rice. Organic rice in addition to ensuring environmental sustainability is positive for consumer health. This research was conducted to determine the factors that influence consumer purchases of organic rice. The analytical method used in this research is factor analysis. Based on the results of data processing with explanatory factor analysis techniques, two factors are formed which influence consumer demand for organic rice in Yogyakarta. Factor I is product and factor II is consumer social.

Keyword : *Consumer, Organic rice*

PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia adalah masyarakat pengkonsumsi beras. Meskipun banyak sumber pangan lain yang dapat dijadikan untuk memenuhi kebutuhan karbohidrat, tapi masyarakat Indonesia masih menganggap bahwa beras masih sebagai bahan pangan pokok yang belum tergantikan, sehingga masyarakat menganggap mengkonsumsi nasi adalah sangat penting. Lebih dari 95% penduduk Indonesia mengkonsumsi beras. Ini tidak lain karena beras merupakan salah satu bahan makanan pokok, sehingga beras menjadi salah satu komoditas yang mempunyai peranan penting baik dari sisi produsen, konsumen, pemerintah maupun masyarakat dan lingkungan secara umum (BPS, 2015).

Pemenuhan kebutuhan beras yang tinggi di Indonesia menjadi tanggung jawab dua pihak utama yaitu produsen dan pihak yang terlibat dalam pemasarannya. Produsen sebagai penghasil beras diharapkan dapat meningkatkan produksi beras dan pihak yang

terlibat dalam pemasaran beras diharapkan mampu untuk mendistribusikan beras secara efektif dan efisien. Sinergi antara kedua pihak tersebut memiliki tujuan utama untuk memenuhi keinginan konsumen yang terus berkembang menuntut peningkatan dalam tiga hal yaitu kualitas, kuantitas, dan kontinuitas dari ketersediaan beras agar keinginan konsumen tersebut dapat terus terpenuhi. Keinginan konsumen yang terus meningkat ini bisa menjadi sebuah peluang baik bagi kelangsungan industri beras di Indonesia mengingat permintaan yang tinggi. Sulistyana (2014), dalam penelitiannya menyatakan bahwa konsumsi beras organik secara positif dipengaruhi oleh harga beras non organik, harga mie instan, faktor kesehatan dan dipengaruhi secara negatif oleh harga tempe dan harga tahu. Sedangkan Tisnawati (2015), menyatakan bahwa permintaan beras organik di kota Denpasar dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor sosial konsumen dan faktor produk dan manfaatnya.

Seiring dengan kemajuan di bidang

ilmu dan teknologi, pengetahuan dan kesadaran masyarakat akan pentingnya untuk menjaga lingkungan dan menjaga kesehatan semakin meningkat. Salah satu hal yang bisa dilakukan untuk itu adalah dengan mengkonsumsi pangan yang sehat, yaitu dengan mengkonsumsi beras organik. Beras organik merupakan salah satu beras yang didapatkan dari penggilingan padi yang dibudidayakan secara organik. Beras organik dirasa mampu memberikan manfaat yang baik bagi kesehatan konsumen. Namun di wilayah Yogyakarta konsumsi terhadap beras organik masih tergolong rendah, jika dibandingkan dengan beras non organik. Untuk itu penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan beras organik di Wilayah Yogyakarta.

BAHAN DAN METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Yogyakarta, dengan responden adalah konsumen yang telah membeli beras organik.

Pengumpulan Data

Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Jogiyanto (2005), pengambilan sampel secara *purposive sampling* dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah dimana penentuan responden dilakukan secara sengaja terhadap konsumen yang melakukan pembelian beras organik. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner terstruktur (*structured questionnaire*). Data

yang digunakan adalah data primer, dan data sekunder sebagai data pendukung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Beras Organik Yang Dikonsumsi

Banyaknya beras organik yang dibeli dan dikonsumsi oleh responden dalam penelitian ini sangatlah bervariasi. Hal ini tergantung dari jumlah keluarga, tingkat pendapatan keluarga, harga beras organik, kemudahan untuk mendapatkan beras organik, sampai dengan riwayat kesehatan yang ada dalam keluarga. Rerata konsumsi beras organik dari responden penelitian adalah 4,12 kilogram perbulan.

Tabel 1. Rerata Konsumsi Beras Organik (kilogram) per Bulan

Keterangan	Jumlah (kilogram)
Maksimum	1
Minimum	15
Rerata	4.12

Sumber : Analisis Data primer, 2019

Merujuk pada tabel 1.dapat diketahui bahwa konsumsi beras organik selama satu bulan adalah sebesar 1 kilogram, dan konsumsi tertinggi adalah 15 kilogram perbulan. 70 % Responden atau sebanyak 24 orang masih mengkonsumsi beras organik dibawah 5 kilogram per bulan. Sisanya 11,7% antara 5-10 kilogram per bulan dan dan 17,6 % responden mengkonsumsi beras organik di atas 10 kilogram perbulan. Beras organik yang dikonsumsi oleh responden terdiri dari beras merah, beras hitam ataupun beras putih.

Sebagian besar responden, mengkonsumsi beras organik masih belum rutin. Perbandingan bayaknya beras organik yang dibeli dan dikonsumsi oleh responden

masih sangat besar. Responden dalam satu bulan rata-rata membeli dan mengkonsumsi beras biasa (*unorganik*) sebesar 19,4 kilogram. Jadi perbandingan antara beras organik dan *unorganik* yang dikonsumsi oleh responden adalah 5:1.

Masih rendahnya kesadaran untuk mengkonsumsi beras organik, disebabkan oleh beberapa faktor antara lain adalah harga beras organik yang masih relatif lebih tinggi jika dibandingkan dengan yang *unorganik*. Ketersediaan dan kemudahan untuk mendapatkan, serta kebiasaan dalam mengkonsumsi beras organik yang belum terbentuk di masyarakat.

Karakteristik Responden menurut umur dan jenis Kelamin Responden

Tabel 2. Identitas Responden Menurut Umur Konsumen

Jenis Kelamin	Umur (tahun)				
	<31	31-40	41-50	51-60	>61
Laki-Laki		1	3		1
Perempuan	1	3	21	4	
Jumlah	1	4	24	4	1

Sumber : Analisis Data Primer, 2019

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa dari 34 responden konsumen beras yang terdapat di Daerah Istimewa Yogyakarta 14,7 % berjenis kelamin laki-laki, dan sisanya 85,3 % berjenis kelamin perempuan. Sebagian besar konsumen yang membeli beras organik terdapat di rentang usia 41-50 tahun sebanyak 24 responden dengan persentase terbesar berjumlah 70,1 %, dengan jumlah responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 3 orang dan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 20 jiwa.

Karakteristik Responden menurut Pekerjaan Responden

Konsumen beras organik memiliki

pekerjaan yang beragam. Berikut adalah perbandingan jumlah pekerjaan konsumen beras yang ada di Yogyakarta.

Tabel 3. Pekerjaan Konsumen Beras Organik diwilayah Yogyakarta

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
IRT	19	55,9
Swasta	4	11,8
Wiraswasta	4	11,8
PNS	6	17,6
Lainnya	1	2,9
Total	34	100%

Sumber : Analisis Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa pekerjaan responden terbanyak adalah IRT dengan persentase sebesar 55,9 %. Diikuti dengan pekerjaan responden yaitu pegawai swasta, wiraswasta, dan PNS masing masing berjumlah 11,8%, 11,8% dan 17,6%. Pekerjaan yang paling sedikit dari responden beras adalah di kategori lainnya, 2,9%. Dapat disimpulkan bahwa pekerjaan responden pada umumnya adalah seorang IRT yang terbiasa untuk membeli kebutuhan konsumsi beras untuk keluarga.

Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan dapat mempengaruhi pilihan terhadap suatu keputusan yang diambil oleh konsumen. Semakin tinggi tingkat pendidikan konsumen, maka akan semakin tinggi pula pengetahuan dan wawasannya terhadap preferensi produk yang akan dibeli. Semakin tinggi pengetahuan dan wawasan konsumen, maka akan semakin baik keputusan yang diambil konsumen tersebut dalam membeli beras organik.

Tabel 4. Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
Tidak Sekolah	0	0
SD	3	8,8
SMP	3	8,8
SMA	10	29,5
PT	18	52,9
Jumlah	34	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2019

Berdasarkan Tabel 4. dapat dilihat bahwa 53,9% responden memiliki tingkat pendidikan di jenjang Perguruan Tinggi. Selebihnya 29,5% responden berpendidikan SMA, sisanya berpendidikan SD dan SMP, masing-masing sebesar 8,8%. Dengan tingkat pendidikan responden yang di atas 50% mengenyam pendidikan minimal SMA diharapkan responden memahami tentang beras organik yang dikonsumsi.

Analisis faktor yang mempengaruhi konsumsi beras organik

Analisis faktor digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan konsumsi beras organik. Variabel yang diamati meliputi variabel manfaat, kemurnian, rasa, aroma, kemasan, kandungan gizi, gaya hidup. Untuk melihat apakah sebuah analisis faktor layak atau tidaknya untuk dilakukan, perlu melakukan Uji *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure of adequacy* dan *Bartlett Test of sphericity* terlebih dahulu. Uji KMO mempertanyakan kelayakan (appropriateness) analisis faktor. Analisis faktor layak dilakukan jika nilai KMO lebih dari 0,5 (Simamora, 2005). Hasil uji KMO disajikan dalam tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Hasil Uji KMO dan Bartlett Test

<i>KMO and Bartlett's Test</i>	
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>	.786
<i>Bartlett's Test of Approx. Chi-Square Sphericity</i>	98.847
df	21
Sig.	.000

Sumber : Analisis data primer, 2019

Berdasarkan hasil Uji KMO dan Bartlett Test pada tabel 5 di atas diketahui bahwa nilai KMO adalah 0,786, sehingga analisis faktor layak untuk dilakukan pada analisis data selanjutnya.

Peranan masing-masing variabel dari berbagai macam variabel yang dikaji (X1 sampai dengan X7) terhadap faktor yang dibentuk dapat dijelaskan dengan mengamati nilai pada hasil *communalities* pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Nilai *Communalities*

	<i>Communalities</i>	
	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
X1	1.000	.815
X2	1.000	.718
X3	1.000	.570
X4	1.000	.638
X5	1.000	.633
X6	1.000	.691
X7	1.000	.794

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Analisis data primer, 2019

Berdasarkan dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa variabel X1 (manfaat) dengan nilai *Communalities* 0,815. ini berarti bahwa 81,5% varians dari variabel manfaat dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variabel X2 (kemurnian) dengan nilai *Communalities* 0,718 ini berarti bahwa 71,8% varians dari variabel gaya hidup dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variabel X3 (Rasa) dengan nilai *Communalities* 0,508 ini berarti bahwa 50,8% varians dari variabel rasa dapat dijelaskan oleh faktor yang

terbentuk. Variabel X4 (aroma) dengan nilai *Communalities* 0,638 ini berarti bahwa 63,8% varians dari variabel aroma dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variabel X5 (kemasan) dengan nilai *Communalities* 0,633 ini berarti bahwa 63,3% varians dari variabel kemasan dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variabel X6 (kandungan gizi) dengan nilai *Communalities* 0,691 ini berarti bahwa 69,1% varians dari variabel kandungan gizi dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variabel X7 (gaya hidup) dengan nilai *Communalities* 0,794 ini berarti bahwa 79,4% varians dari variabel kemurnian dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.

Hasil perhitungan dari *Total Variance Explained* dan *Scree Plot*, terlihat bahwa hanya ada dua faktor yang terbentuk dari ke tujuh variabel yang terpilih. Dalam analisis faktor variabel yang dilibatkan sering disebut dengan faktor atau disebut juga dengan *component*. Hasil dari analisis faktor yang dilakukan, hanya terdapat dua faktor dari variabel-variabel yang dilibatkan, nilai *factor loading* disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 7. Perhitungan *Factor Loading*

	<i>Factor loadings</i>		<i>Squared Factor loadings</i>	
	<i>Component</i>		<i>Component</i>	
	1	2	1	2
X2	.841	-.102	0.708	0.010
X1	.803	-.411	0.646	0.169
X4	.793	-.093	0.630	0.009
X5	.792	.074	0.627	0.006
X6	.688	.467	0.473	0.218
X3	.649	-.386	0.421	0.149
X7	.480	.750	0.231	0.563
<i>Eigenvalue</i>			3.734	1.124

Sumber : *Analisis Data Primer, 2019*

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai *eigenvalue* untuk ke dua faktor yang terbentuk adalah 3,734 faktor I dan 1,124 untuk faktor II. Variabel X1, X2, X3, X4, X5

dan X6 masuk ke dalam faktor I. Sedangkan X7 masuk ke dalam faktor II.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi beras organik di Yogyakarta terdiri dari dua faktor, yaitu faktor I yang terdiri dari manfaat, kemurnian, rasa, aroma, kemasan dan kandungan gizi atau disebut sebagai faktor Produk, sedangkan faktor II yang terdiri dari variabel gaya hidup disebut sebagai sosial konsumen. Kedua faktor tersebut berpengaruh terhadap permintaan konsumen akan beras organik.

SARAN

Mengingat banyaknya manfaat dari beras organik, selain manfaat dari produk tersebut bagi kesehatan adalah manfaat terhadap keberlanjutan lingkungan, sehingga perlu disosialisasikan lebih giat lagi agar tingkat partisipasi masyarakat dalam mengkonsumsi beras organik lebih meningkat lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2015. *Data Jumlah Rumah Tangga di Indonesia*. <http://bps.go.id>
- Bilson Simamora, 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Jogiyanto. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPF. Yogyakarta.
- Ni Made Tisnawati. 2015. *Jurnal Piramida* Vo. XI No.1;13-19.
- Pradesi Sulistyana, dkk. *Jurnal Agro Ekonomi* Vo. 24/ No 1 Juni 2014. Yogyakarta