

KONSUMSI BERAS ORGANIK TINGKAT RUMAH TANGGA DI KABUPATEN SLEMAN

The Consumption of Organic Rice in the Household Level at Sleman Regency

Failla Rhomfika Damayanti¹⁾, Jangkung Handoyo Mulyo²⁾, Any Suryantini²⁾

¹⁾ Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada

²⁾ Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada

ABSTRACT

The purpose of this study include : 1) How does the organic rice consumer behavior at the household level in Sleman regency? 2) How do the characteristics of consumed organic rice? 3) What are the factors that influence the amount of organic rice consumption at the household level in Sleman regency ?

The respondents were households that consume organic rice and live in Sleman regency. In order to know organic rice consumer behavior, the variable that observed include: The decision makers , the main reason , place of purchase , intensity , amount , and the percentage of organic rice consumption. The characteristics of organic rice determined from varieties and brands of consumed organic rice, then continued by organoleptic test to obtain objective information about the characteristics of organic rice . To determine the factors that influence the amount of organic rice consumption, the tested variables were education level, organic rice prices , the price of substitute goods , family size , income , the price of complementary goods , and the main reason to consume organic rice .

Results of this research indicate , 1) Decision- making in organic rice consumption is determined by the wife (92.5 %) , the main source of information comes from the electronic media (32.2 %) , the main reason of organic rice consumption is the health factor (80 %) , most consumers choose distributor as a place to purchase organic rice, the main reason is good service (35 %) , organic rice consumption intensity is continuously (67.5) . and the amount of consumption per month is 10-20 kg. 2) Consumers of organic rice in Sleman mostly (22.5 %) consume organic rice from pandan wangi variety with JOL brands that have a characteristic of dull white color, rice washing color level is quite clear , fragrant rice aroma , rough texture, low broken rice percentage, slightly sweet taste, high fluffier level and more durable resistance (not perishable). 3) factors that positively affect organic rice consumption are the number of family members , the price of non-organic rice , corn prices and negatively by price of organic rice .

Keywords : *organic rice , consumer behavior , characteristics of organic rice , organic rice demand*

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini antara lain : 1) Bagaimana perilaku konsumen beras organik pada tingkat rumah tangga di Kabupaten Sleman ? 2) Bagaimana karakteristik beras organik yang dikonsumsi? 3) Apa saja faktor yang mempengaruhi besarnya konsumsi beras organik pada tingkat rumah tangga di Kabupaten Sleman?

Responden penelitian adalah rumah tangga yang mengkonsumsi beras organik dan bertempat tinggal di Kabupaten Sleman. Untuk mengetahui perilaku konsumen, variabel yang diamati adalah pengambil keputusan, alasan utama, tempat pembelian, intensitas, jumlah, dan persentase dalam mengkonsumsi beras organik. Untuk mengetahui karakteristik beras organik dilihat dari varietas dan merk beras organik yang dikonsumsi, kemudian dilakukan pengujian organoleptik untuk memperoleh informasi secara lebih objektif. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya konsumsi beras organik, variabel yang diuji adalah pendidikan, harga beras organik, harga barang substitusi, jumlah anggota keluarga, pendapatan keluarga, harga barang komplementer, dan alasan utama dalam mengkonsumsi beras organik.

Hasil penelitian ini menunjukkan, 1) Pengambil keputusan dalam mengkonsumsi beras organik ditentukan oleh istri (92,5), sumber informasi utama berasal dari media elektronik (32,2), alasan utama mengkonsumsi karena faktor kesehatan (80%), konsumen memilih agen beras organik sebagai tempat pembelian beras organik, alasan utama pemilihan tempat dikarenakan pelayanan yang baik (35%), intensitas konsumsi beras organik secara terus menerus (67,5), dan jumlah konsumsi per bulan 10-20 kg 2) Konsumen beras organik di Kabupaten Sleman sebagian besar (22,5%) mengkonsumsi beras organik varietas pandan wangi dengan merk JOL, yang mempunyai karakteristik warna beras putih kusam, tingkat kebersihan cucian beras agak bening, aroma beras wangi, tekstur beras terasa kesat, persentase beras patah sedikit, rasa nasi agak manis, tingkat kepulenan sangat pulen, aroma nasi wangi, dan ketahanan nasi lebih awet (tidak cepat basi) 3) Faktor yang paling mempengaruhi konsumsi beras organik secara positif adalah jumlah anggota keluarga, harga beras non organik, harga jagung dan secara negatif oleh harga beras organik.

Kata kunci : *beras organik , perilaku konsumen , karakteristik beras organik , permintaan beras organik*

PENDAHULUAN

Tingkat kebutuhan pangan semakin meningkat sejalan dengan laju pertumbuhan jumlah penduduk. Kondisi tersebut menuntut adanya suatu perubahan pada sistem pertanian dari pertanian tradisional kepada suatu sistem yang menerapkan pengembangan ilmu dan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pangan tersebut. Menyikapi tantangan tersebut, maka mulai dikembangkan adanya suatu sistem pertanian yang lebih modern dan lebih ramah lingkungan yaitu sistem pertanian organik.

Upaya untuk melakukan gerakan pertanian organik mulai berkembang di Indonesia sejalan dengan perkembangan pertanian organik dunia. Konsumen negara-negara maju menjadi pemacu awal dan inspirasi dari bergulirnya pertanian organik ini. Di Indonesia, pertanian organik menjadi "*trend*" karena tumbuhnya kesadaran konsumen untuk mengonsumsi produk yang aman dan sehat. Proses produksi dalam pertanian organik juga cukup bersahabat dengan lingkungan. Tanpa disadari, di Indonesia telah berkembang praktik pertanian organik untuk berbagai komoditas. Hal tersebut dapat dilihat dengan dikembangkannya teknologi pertanian organik. Keunggulan teknologi ini adalah meminimalkan atau bahkan menghilangkan sama sekali residu-residu pestisida dan zat kimia berbahaya lainnya (Pertanian Sehat Indonesia, 2012).

Beras organik, yaitu beras yang tidak mengandung zat kimia berbahaya. Penggunaan pestisida kimia dan pupuk kimia diganti dengan pemakaian pestisida dan pupuk organik, sehingga pertanian organik tidak lagi mengandalkan pestisida kimia semata tetapi menggunakan pestisida hayati. Hal ini dapat menjadikan hasil dari pertanian organik aman dari penggunaan zat kimia, sehingga relatif aman untuk dikonsumsi manusia karena seluruh proses produksinya ramah lingkungan dan meminimalkan input eksternal sintetis. Keunggulan beras organik dibandingkan dengan beras yang ditanam secara konvensional adalah relatif aman untuk dikonsumsi. Selain itu, rasa nasi dari beras organik lebih empuk, pulen dan daya simpannya lebih lama serta apabila sudah dimasak warnanya terlihat lebih putih. Dari berbagai keunggulan

tersebut maka dapat dipastikan bahwa nilai ekonomis beras organik menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan beras yang ditanam secara konvensional (Sutanto, 2002). Tujuan dari penelitian ini adalah: (i) mengetahui perilaku konsumen beras organik dalam pengambilan keputusan dan konsumsi beras organik, (ii) mengetahui karakteristik beras organik yang diminati konsumen tingkat rumah tangga di Kabupaten Sleman, dan (iii) mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan beras organik.

Briz dan Ward (2009) menjelaskan mengenai tanggapan dan pengetahuan konsumen di Negara Spanyol tentang produk makanan organik. Fokus penelitian tersebut adalah karakteristik konsumen demografi, pengetahuan tentang makanan bernutrisi tinggi, dan persepsi harga yang ditunjukkan dari kesadaran dan dampak mengonsumsi makanan organik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 46% konsumen makanan organik di Spanyol memahami secara jelas apa yang disebut dengan makanan organik. Dari hasil penelitian, yang terbukti secara nyata secara positif menjadi faktor utama dalam mengonsumsi makanan organik adalah tingkat pendidikan.

Permintaan Makanan Organik di Italia, penelitian yang dilakukan oleh Gracia dan Magistris (2008) secara khusus meneliti faktor utama yang mendukung permintaan pangan organik di Italia Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor utama yang membatasi pertumbuhan permintaan makanan organik di Eropa adalah faktor ekonomi. Selain itu faktor yang mempengaruhi permintaan produk organik adalah faktor kesehatan dan lingkungan.

Zagata, (2012) dalam penelitiannya yang berjudul Keyakinan dan Perilaku Konsumen Terhadap Makanan Organik dengan studi kasus di Republik Ceko menyatakan bahwa teori perilaku yang direncanakan terbukti penerapannya dalam menjelaskan perilaku sosial yang ditujukan untuk pembelian makanan organik. Hasil penelitian menyebutkan bahwa sikap konsumen terhadap pembelian makanan organik rata-rata positif. Hal ini menggambarkan bahwa konsumen telah yakin dengan keputusannya dalam membeli makanan organik.

Intensitas pembelian makanan organik juga menunjukkan hasil yang cukup tinggi dan tidak mempengaruhi pembelian produk makanan lainnya. Konsumsi makanan organik secara rutin didukung oleh peningkatan ketersediaan barang.

DASAR TEORI

1. Teori Permintaan

Permintaan secara sederhana diartikan sebagai jumlah barang yang dibutuhkan. Jalan pikiran ini berangkat dari titik tolak bahwa manusia mempunyai kebutuhan. Atas kebutuhan ini setiap individu mempunyai permintaan akan barang, dimana banyak jumlah penduduk maka akan semakin besar permintaan masyarakat akan sesuatu jenis barang (Sudarsono, 1983).

2. Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen seperti yang didefinisikan oleh Schiffman dan Kanuk (2000), adalah proses seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya.

3. Teori Revealed Preference

Menurut Samuelson (2004), teori *Revealed Preference* atau preferensi terungkap ini didasarkan pada gagasan yang sangat sederhana, bahwa seorang konsumen akan memutuskan membeli beberapa kelompok barang tertentu karena lebih menyenangi dari pada kumpulan barang lain atau barang itu lebih murah jika dibandingkan dengan barang lain. Preferensi konsumen akan menggambarkan bagaimana seorang konsumen dapat membandingkan kelompok item yang tersedia untuk dibeli. Misalnya : konsumen membeli kelompok barang A dan bukan barang B. Dari kejadian tersebut dapat dinyatakan bahwa konsumen lebih menyukai A daripada B, atau mungkin dia tidak mampu membeli B.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan di pasar swalayan yang ada di Kabupaten Sleman. Pengambilan sampel dilakukan secara *Incidental Sampling* yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau incidental bertemu dengan peneliti dan

sesuai untuk dijadikan sebagai sumber data dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2004). Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 40 rumah tangga konsumen beras organik yang bertempat tinggal di Kabupaten Sleman. Untuk mengetahui karakteristik beras organik yang dikonsumsi secara objektif dilakukan pengujian organoleptik dengan jumlah sampel sebanyak 10 orang.

Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui perilaku konsumsi beras organik di Yogyakarta digunakan analisis deskripsi tabel. Untuk mengetahui karakteristik beras organik yang dikonsumsi oleh masyarakat digunakan analisis deskriptif melalui tabel. Mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan beras di Yogyakarta digunakan regresi linier berganda yang sebelumnya dilakukan pengujian terhadap model dengan uji asumsi klasik.

II. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perilaku Konsumen Beras Organik

1. Pengambil Keputusan Mengonsumsi

Peranan pengambil keputusan dalam sebuah keluarga sangat penting bagi pola konsumsi di sebuah rumah tangga. Anggota keluarga saling mempengaruhi dalam keputusan mengonsumsi. Dari hasil wawancara, penentuan jenis makanan termasuk pengambil keputusan dalam mengonsumsi beras organik sebesar 92,5% dilakukan oleh istri. Dominannya peran seorang istri dalam pengambilan keputusan ini dilatarbelakangi oleh pemahaman dalam keluarga bahwa istri mempunyai tanggung jawab lebih pada pengelolaan urusan dapur atau makanan dibandingkan suami.

2. Sumber Informasi Utama

Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengonsumsi. Konsumen akan mencari informasi dari luar (pencarian eksternal). Sebagian besar konsumen mengaku mendapatkan informasi mengenai beras organik dari media elektronik yaitu sebesar 32,2% atau sejumlah 19 jiwa. Media elektronik yang dimaksudkan adalah internet, televisi, dan radio.

3. Alasan Pemilihan Utama Konsumsi Beras Organik

Perilaku konsumen dalam memilih beras organik untuk konsumsi sehari-hari dilatarbelakangi oleh berbagai alasan. Alasan utama dalam keputusan pembelian dan konsumsi beras organik di Kabupaten Sleman sangat dipengaruhi oleh alasan kesehatan sebesar 80 %. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen beranggapan bahwa dengan mengkonsumsi beras organik akan lebih menyehatkan jika dibandingkan dengan mengkonsumsi beras non organik. Hal tersebut dikarenakan dalam budidaya beras organik tidak digunakan pupuk maupun pestisida yang mengandung bahan-bahan kimia.

4. Tempat Pembelian Beras Organik

Beras organik termasuk barang yang dianggap mewah karena harganya yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan beras non organik sehingga lebih banyak dikonsumsi oleh masyarakat kalangan menengah keatas. Hal tersebut yang menyebabkan keberadaan beras organik lebih banyak ditemui di swalayan-swalayan sesuai dengan target pasarnya. Saat ini juga banyak agen-agen yang khusus menyediakan beras organik dengan berbagai pelayanan yang ditawarkan. Konsumen sebagian besar memilih agen beras organik sebagai tempat pembelian beras organik sebesar 57,5% dan sisanya yaitu sebesar 42,5% memilih swalayan. Mayoritas konsumen memilih agen sebagai tempat pembelian beras organik dengan alasan pelayanan yang baik dan lebih mudah dikarenakan beras organik bisa diantar sampai kerumah konsumen dan harganya juga cenderung lebih murah dibandingkan beras organik yang ada di swalayan.

5. Alasan Tempat Pembelian Beras Organik

Alasan pemilihan tempat pembelian beras organik juga merupakan salah satu variabel yang mencerminkan perilaku konsumen beras organik dalam proses pembelian. Alasan utama pemilihan tempat pembelian beras organik tertinggi adalah dikarenakan pelayanan yang baik yaitu dengan sebesar 35% , dekat dengan tempat tinggal dan pilihan lebih lengkap masing-masing 22,5%,

suasana nyaman 12,5%, dan lebih murah dengan persentase sebesar 7,5%.

6. Intensitas Konsumsi Beras Organik

Intensitas konsumsi beras organik adalah bagaimana cara konsumen dalam mengkonsumsi beras organik, dalam penelitian ini intensitas konsumsi dikelompokkan dalam tiga kategori, yaitu secara terus-menerus, campuran, dan kadang-kadang. Intensitas konsumsi dengan kategori kadang-kadang menunjukkan bahwa tidak semua konsumen hanya mengkonsumsi beras organik saja untuk konsumsinya hariannya, tetapi juga mensubstitusinya dengan jenis beras non organik .Kategori campuran adalah konsumen yang dalam konsumsinya hariannya menggunakan beras organik namun dicampur dengan beras non organik. Kategori terus-menerus menjelaskan cara mengkonsumsi beras organik secara terus tanpa dan tanpa dicampur dengan beras non organik. Sebagian besar konsumen mengkonsumsi beras organik secara terus-menerus dengan persentase sebesar 67,5%. Sebesar 12,5% konsumen mengkonsumsi beras organik dengan cara mencampur dengan beras non organik dengan alasan gaya hidup lebih sehat namun tetap hemat. Sebagian konsumen juga mengkonsumsi beras organik dengan intensitas kadang-kadang atau dengan kata lain mensubstitusinya dengan beras non organik.

7. Konsumsi Beras Organik

Jumlah beras organik yang dikonsumsi oleh rumah tangga konsumen juga merupakan salah satu perilaku konsumen dalam mengkonsumsi beras organik. Jumlah atau kuantitas beras organik yang dianalisis adalah jumlah konsumsi selama satu bulan. Seperti yang telah dijelaskan pada tabel sebelumnya, bahwa dari 40 konsumen yang diteliti tidak semuanya mengkonsumsi beras organik secara terus-menerus. Beberapa konsumen yang diteliti mengaku mengkonsumsi beras organik dengan cara dicampur dengan beras non organik maupun mengkonsumsi dengan jangka waktu tertentu. Kategori pertama adalah konsumen yang mengkonsumsi beras organik 0-20 kg/bulan, kategori kedua adalah 21-40 kg/bulan, dan kategori ketiga yaitu 41-60 kg/bulan. Dari hasil

wawancara sebagian besar konsumen mengkonsumsi beras organik dengan jumlah 10-20 kg/bulan.

B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Beras Organik

Dalam menguji hipotesis yang kedua digunakan analisis linier berganda yang sebelumnya dilakukan pengujian terhadap model dengan uji asumsi klasik.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Dari hasil uji normalitas, model regresi mendekati distribusi normal karena kurva yang terbentuk seperti lonceng serta puncaknya terletak pada titik mean. Grafik normal probability plot juga menunjukkan pola distribusi normal dimana data menyebar disekitar garis diagonal mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan salah satu uji asumsi klasik dalam model OLS (*ordinary least square*) yang digunakan untuk menguji apakah data dalam model regresi memiliki kolerasi antar variabel atau tidak. Ada tidaknya masalah multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Variable Inflation Factor* (VIF). Menurut Santoso (2000), jika nilai indeks VIF < 10, maka model regresi diasumsikan tidak memiliki masalah multikolinearitas atau multikolinearitasnya masih dapat ditoleransi. Berdasarkan pengujian diketahui bahwa semua variabel independen memiliki nilai VIF yang berada di bawah 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menunjukkan terjadinya varian variabel bebas yang berbeda-beda pada setiap data pengamatan. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki varian variabel independen yang konsisten untuk setiap pengamatan (homoskedastisitas) sehingga semua hasil pengamatan tidak bias. Salah satu cara untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan uji Glejser. Hasil uji dapat dilihat dari nilai signifikansi regresi masing-masing variabel independen terhadap residual sebagai variabel dependen. Jika nilai t signifikansi tidak secara signifikan mempengaruhi residual, maka model regresi diasumsikan tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Berdasarkan pengujian diketahui bahwa seluruh nilai t signifikansi variabel independen lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

2. Analisis Fungsi Konsumsi Beras Organik

Data jumlah konsumsi beras organik (kg/bulan) digunakan sebagai variabel dependen, sedangkan untuk variabel independennya antara lain, jumlah anggota keluarga, harga beras organik (Rp/kg), harga barang komplementer tempe (Rp/kg), pendapatan rumah tangga (Rp/bulan), harga beras non organik (Rp/kg), harga jagung (Rp/kg) sebagai barang substitusi, dan alasan utama kesehatan dalam keputusan mengkonsumsi beras organik sebagai variabel *dummy*. Hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan beras organik dapat dilihat pada Tabel 1.

Berdasarkan analisis regresi linier berganda pada tabel 1. diperoleh nilai *adjusted R²* sebesar 0,840 atau dengan kata lain 84,0% variasi variabel dependen (konsumsi beras organik) dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen di dalam model (jumlah anggota keluarga, harga beras organik, harga tempe, pendapatan rumah tangga, harga beras non organik, harga jagung, dan faktor kesehatan) dan sisanya yaitu sebesar

Tabel 1. Hasil Analisis Fungsi Konsumsi Beras Organik Kabupaten Sleman

Variabel	Tanda Harapan	Estimasi Model Regresi		
		Koefisien	t hitung	Signifikansi
(Konstanta)	+/-	$1,4 \times 10^{-8}$	-1,779	*0,085
Jumlah anggota keluarga (ln X1)	+	0,335	4,022	***0,000
Harga beras organik (ln X2)	-	-1,119	-2,535	**0,016
Harga tempe (ln X3)	-	0,274	1,638	0,111
Pendapatan rumah Tangga (ln X4)	+	-0,036	-0,992	0,329
Harga beras non organik (ln X5)	+	3,066	3,429	***0,002
Harga jagung (ln X6)	+	0,260	1,952	*0,060
Dummy	+	-0,018	-0,342	0,735
Uji Fisher			30,149	***0,000
Adjusted R ²			0,840	

Sumber : Analisis Data Primer, 2013

Keterangan :

*** = signifikan pada tingkat kepercayaan 99 % ($\alpha=0,01$; $n=40$; t tabel=2,733 ; F tabel = 3,406)

** = signifikan pada tingkat kepercayaan 95 % ($\alpha=0,05$; $n=40$; t tabel=2,034)

* = signifikan pada tingkat kepercayaan 90 % ($\alpha=0,1$; $n=40$; t=1,692)

16,0% dijelaskan oleh variasi variabel lain di luar model.

Hasil uji Fisher menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 30,149 dan signifikan pada tingkat kepercayaan 99% sehingga variabel jumlah anggota keluarga, harga beras organik, harga tempe, pendapatan rumah tangga, harga beras non organik, harga jagung, dan alasan utama konsumen mengkonsumsi beras organik secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap konsumsi beras organik di Kabupaten Sleman. Hasil dan pembahasan uji t secara lebih jelas adalah sebagai berikut :

1. Jumlah anggota keluarga

Jumlah anggota keluarga sangat berpengaruh pada besarnya konsumsi terlihat dari tingkat signifikansi 99,99% yang lebih besar dari tingkat kepercayaan 99%. Nilai koefisien sebesar 0,335 memberikan arti bahwa setiap penambahan jumlah anggota keluarga sebesar 100 % akan meningkatkan konsumsi beras organik sebesar 33,5%. Dalam teori ekonomi mikro disebutkan bahwa salah satu variabel yang berpengaruh terhadap permintaan adalah banyaknya penduduk. Dalam penelitian ini, variabel penduduk diwakili oleh jumlah anggota keluarga karena lingkup penelitian adalah rumah tangga. Semakin banyak jumlah anggota

keluarga, maka tingkat konsumsi juga akan meningkat. Beras merupakan salah satu bahan makanan pokok, sehingga semakin banyak jumlah anggota keluarga semakin besar pula permintaan terhadap beras organik.

2. Harga beras organik

Variabel harga beras organik berpengaruh secara nyata terhadap besarnya permintaan beras organik itu sendiri. Menurut teori permintaan, salah satu variabel yang mempengaruhi besarnya konsumsi atau jumlah barang yang diminta adalah harga barang itu sendiri. Ketika harga beras organik mengalami kenaikan maka permintaan terhadap beras organik tersebut akan mengalami penurunan, begitu pula sebaliknya ketika harga beras organik mengalami penurunan maka permintaan akan semakin bertambah. Nilai koefisien sebesar -1,119 menjelaskan bahwa setiap kenaikan harga beras organik sebesar 100 % akan menyebabkan penurunan terhadap permintaan beras organik sebesar 111,9%.

3. Harga tempe

Definisi barang komplementer adalah suatu barang yang selalu digunakan bersama-sama dengan barang lainnya

(beras organik). Harga tempe berlaku sebagai barang komplementer ternyata tidak berpengaruh nyata terhadap besarnya konsumsi beras organik. Dari hasil penelitian konsumen juga mengaku bahwa mengkonsumsi beras organik tidak mempengaruhi barang komplementer yaitu lauk pauk yang dikonsumsi.

4. Pendapatan rumah tangga

Variabel pendapatan rumah tangga tidak berpengaruh secara nyata terhadap besarnya konsumsi beras organik. Pada teori ekonomi mikro disebutkan bahwa pendapatan para pembeli merupakan salah satu faktor dalam menentukan corak permintaan terhadap berbagai barang. Perubahan pendapatan selalu menimbulkan perubahan terhadap permintaan berbagai jenis barang, namun dalam hal ini konsumen beras organik cenderung mempunyai tingkat pendapatan yang sangat tinggi, sehingga permintaan beras organik tidak lagi dibatasi oleh tingkat pendapatan. Konsumen lebih mengutamakan kebutuhan mereka dalam mengkonsumsi beras organik. Konsumen lebih fokus terhadap manfaat yang akan didapat ketika mereka mengkonsumsi beras organik.

5. Harga beras non organik

Harga beras non organik sebagai variabel substitusi berpengaruh secara signifikan terhadap besarnya konsumsi beras organik pada tingkat kepercayaan 99%. Hasil regresi menunjukkan tanda yang sesuai dengan teori atau *expected sign*, yaitu positif. Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Sekiranya ketika harga barang pengganti bertambah murah maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan. Dalam hal ini, harga beras non organik mempunyai korelasi yang positif dengan permintaan konsumsi beras organik, maknanya dalam hal ini adalah semakin meningkatnya harga beras non

organik maka kecenderungan konsumen akan beralih untuk membeli beras organik dan meningkatkan jumlah permintaan konsumsinya. Koefisien regresi variabel harga beras non organik adalah sebesar 3,066. Hal ini mempunyai makna bahwa pada setiap peningkatan harga beras non organik sebesar 100% akan meningkatkan jumlah permintaan untuk konsumsi beras organik sebesar 306,6%, dengan asumsi bahwa faktor lainnya dianggap tetap.

6. Harga jagung

Jagung merupakan barang substitusi yang paling banyak dikonsumsi oleh konsumen sebagai selingan pengganti sumber karbohidrat. Harga jagung ternyata berpengaruh secara signifikan terhadap besarnya konsumsi beras organik pada tingkat kepercayaan 95 %. Hasil dari *expected sign* atau tanda harapan menunjukkan hasil yang sesuai dengan teori yaitu positif. Hal tersebut menjelaskan bahwa harga jagung mempunyai korelasi positif terhadap permintaan beras organik. Semakin tinggi harga jagung, maka permintaan terhadap beras organik juga akan semakin tinggi, sebaliknya ketika harga jagung sebagai barang substitusi turun, maka permintaan terhadap beras organik juga akan mengalami penurunan karena konsumen akan beralih untuk mengkonsumsi jagung. Beberapa konsumen beras organik mengaku selain mengkonsumsi beras organik mereka juga terkadang mengkonsumsi jagung dengan alasan gizi tercukupi dan lebih bervariasi. Koefisien regresi harga jagung adalah sebesar 0,260. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga jagung sebesar 100 %, maka akan meningkatkan permintaan terhadap beras organik sebesar 26,0%.

7. Dummy kesehatan

Variabel *dummy* berupa alasan utama dalam mengkonsumsi beras organik apakah karena faktor kesehatan atau faktor selain kesehatan tidak berpengaruh secara

signifikan terhadap besarnya konsumsi beras organik. Dari hasil penelitian diperoleh dugaan sementara bahwa konsumen yang memilih kesehatan sebagai alasan utama dalam mengkonsumsi beras organik akan mengkonsumsi beras organik lebih besar jika dibandingkan dengan konsumen yang memilih alasan utama selain kesehatan. Hal tersebut dikarenakan sebagian konsumen mengaku mengkonsumsi beras organik dengan cara mencampur dengan beras non organik, sedangkan konsumen menyadari bahwa beras non organik mengandung residu kimia yang efeknya tidak baik untuk kesehatan. Konsumen yang menyamakan kesehatan sebagai alasan utama dalam mengkonsumsi beras organik cenderung akan mengkonsumsi beras organik secara terus menerus dan tidak dicampur dengan beras non-organik sehingga permintaan terhadap beras organik juga akan lebih tinggi. Dari hasil analisis, variabel *dummy* ternyata tidak berpengaruh terhadap besarnya permintaan terhadap beras organik. Besarnya permintaan beras organik cenderung setara atau tidak jauh berbeda terhadap konsumen yang menyatakan kesehatan maupun alasan lain selain kesehatan sebagai alasan utama dalam mengkonsumsi beras organik.

C. Karakteristik Beras Organik yang Diminati Konsumen di Kabupaten Sleman

Produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai, atau dikonsumsi sehingga akan memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kualitas dan karakteristik produk menunjukkan kemampuan suatu produk untuk menampilkan fungsinya. Berkaitan dengan pilihan konsumen, sifat subyektifitas akan sangat menentukan dalam penentuan jenis beras yang akan dikonsumsi. Adanya sifat subyektifitas tersebut selanjutnya akan menimbulkan perbedaan dalam penentuan ranking pilihan terhadap suatu produk. Sifat subyektifitas pilihan tersebut dicoba untuk diungkap dengan menetapkan ranking pilihan dan memberikan

skor terhadap masing-masing pilihan berupa karakteristik beras. Hal tersebut dimaksudkan untuk mengurangi subyektifitas.

Berdasarkan hasil penelitian, persentase penilaian informan terhadap karakteristik beras yang akan diungkap adalah tingkat kebersihan beras, warna beras, aroma wangi, tekstur, persentase beras patah, rasa, kepulenan, aroma wangi nasi organik, dan ketahanan nasi. Kualitas beras di pasaran untuk karakteristik warna maupun persentase beras patah cukup bervariasi. Semakin putih warna beras, maka harga relatif mahal, demikian juga dengan persentase beras patah dan persentase kebersihan. Oleh karena itu konsumen yang ingin membeli beras dengan harga yang lebih murah akan memilih beras dengan persentase beras patah dan tingkat kebersihan yang cenderung rendah.

Jenis beras yang dianalisis adalah beras yang berasal dari varietas padi dan merk yang biasa dibeli dan dikonsumsi oleh responden. Jenis beras organik yang terangkum dalam keseluruhan responden terdapat 8 jenis beras yaitu beras organik dengan merk dan varietas JOL (pandan wangi), Guanure (pandan wangi), Orryza (pandan wangi), Cianjur (Pandan wangi), Guanure (menthik susu), Mosa (menthik susu), JOL (menthik susu), dan Orryza (menthik wangi). Data jenis beras organik yang dikonsumsi oleh konsumen rumah tangga di Kabupaten Sleman dapat dilihat pada Tabel 2.

Dari data pada Tabel 2 dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen beras organik pada rumah tangga di Kabupaten Sleman mengkonsumsi beras organik dengan varietas pandan wangi. Secara lebih rinci dapat dijelaskan bahwa sebesar 22,5% konsumen mengkonsumsi beras organik dengan merk dagang JOL varietas pandanwangi. Persentase terbesar kedua adalah beras organik dengan merk dagang Orryza varietas pandanwangi dengan persentase 20%. Urutan berikutnya adalah beras organik dengan merk dagang Orryza varietas menthik wangi dengan persentase sebesar 17,5%, JOL menthik susu dengan persentase 12,5%, Guanure pandanwangi dan Mosa menthik susu dengan besar persentase yang sama yaitu 7,5%, dan terakhir yaitu beras organik Guanure varietas menthik susu dengan persentase sebesar 5%.

Tabel 2. Distribusi Rumah Tangga Konsumen Beras Organik Berdasarkan Pilihan Merk Beras Organik di Kabupaten Sleman Tahun 2013

Beras Organik	Jumlah (orang)	Persentase (%)
JOL Pandanwangi	9	22,5
Guanure Pandanwangi	3	7,5
Orryza Pandanwangi	8	20
Cianjur Pandanwangi	3	7,5
Guanure Menthik Susu	2	5
Mosa Menthik Susu	3	7,5
JOL Menthik Susu	5	12,5
Orryza Menthik Wangi	7	17,5
Jumlah	40	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2013

Berdasarkan hasil pada Tabel 2 dan data karakteristik beras organik maupun nasi hasil pengujian organoleptik terhadap 10 informan dapat ditarik kesimpulan bahwa konsumen beras organik pada tingkat rumah tangga di Kabupaten Sleman sebagian besar mengkonsumsi beras organik varietas pandan wangi dengan merk dagang JOL yang mempunyai karakteristik warna beras putih kusam, tingkat kebersihan cucian beras agak bening, aroma beras wangi, tekstur beras terasa kesat, dengan persentase beras patah sedikit (11-20 %), rasa nasi agak manis, tingkat kepulenan sangat pulen, aroma nasi wangi, dan ketahanan nasi lebih awet (tidak cepat basi).

KESIMPULAN DAN SARAN

Perilaku konsumen dalam mengkonsumsi beras organik antara lain ;Pengambil keputusan dalam mengkonsumsi beras organik sebagian besar (92,5%) ditentukan oleh istri.Sumber informasi utama mengenai beras organik adalah media elektronik yang sebagian besar (32,2%) berasal dari internet.Konsumen memilih alasan kesehatan (80%) sebagai alasan utama dalam pengambilan keputusan untuk mengkonsumsi beras organik.Konsumen beras organik (57,5%) memilih agen atau distributor sebagai tempat utama pembelian beras organik.Alasan utama pemilihan tempat pembelian beras organik (35%) adalah dikarenakan pelayanan yang baik. Intensitas konsumen dalam mengkonsumsi beras organik sebagian besar (67,5%) adalah secara terus menerus.Konsumsi rumah tangga beras organik per bulan (50%) adalah sebanyak 10-20 kg. Faktor-faktor konsumsi beras organik dipengaruhi secara positif oleh jumlah anggota keluarga, harga beras non organik, harga jagung

dan secara negatif oleh harga beras organik. Konsumen beras organik pada tingkat rumah tangga di Kabupaten Sleman sebagian besar (22,5%) mengkonsumsi beras organik varietas pandan wangi dengan merk dagang JOL yang mempunyai karakteristik warna beras putih kusam, tingkat kebersihan cucian beras agak bening, aroma beras wangi, tekstur beras terasa kesat, dengan persentase beras patah sedikit (11-20 %), rasa nasi agak manis, tingkat kepulenan sangat pulen, aroma nasi wangi, dan ketahanan nasi lebih awet (tidak cepat basi).

Terkait dengan hasil yang dicapai dalam penelitian ini, maka sebaiknya dipikirkan untuk implementasi, 1. Edukasi mengenai beras organik disarankan untuk lebih ditingkatkan lagi untuk produsen dan konsumen terutama bagi kalangan ibu (istri) yang berperan menjadi pengambil keputusan dalam bahan pangan yang dikonsumsi. 2. Informasi mengenai beras organik disarankan lebih ditingkatkan, terutama melalui internet sebagai salah satu media yang paling efektif dalam menyebarkan informasi serta melalui media cetak, penyuluhan, dan media elektronik lainnya. 3. Swalayan, distributor beras organik, maupun tempat lain yang menjual beras organik disarankan untuk selalu menyediakan beras organik karena konsumen masih merasa kesulitan dalam memperoleh beras organik.

DAFTAR PUSTAKA

- Briz, T. dan Ward, R.W. 2009. Consumer awareness of organic products in Spain: An application of multinomial logit models. *Food Policy* 34: 295-304.
- Gracia, A. dan Magistris, T. 2008. The demand for organic foods in the South of Italy: A

discrete choice model. *Food Policy*. 33: 386-396.

- Pertanian Sehat Indonesia. 2012. <<http://pertaniansehat.com>>. Tren Konsumen Beras Organik Meningkat. Semai Edisi ke-4 Hal. 9. Diakses 28 April 2013.
- Santoso, S. 2000. Latihan SPSS Statistik Parametrik. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sutanto, R. 2002. Pertanian Organik Menuju Pertanian Alternatif dan Berkelanjutan. Kanisius, Yogyakarta.
- Zagata, L. 2012. Consumers belief and behavioural intentions towards organic food. Evidence from the Czech Republic. *Elsevier* (59) 81-89.