

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMBELI MINYAK GORENG

Dyah Siti Ayu Larasati¹, Elvika Nungki Chintia Putri², Bela Kusuma³, Silvia Anitasari⁴, Restin Meilina⁵

Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Achmad Dahlan 76 Kediri
restin@unpkediri.ac.id · larasnugroho2@gmail.com · elvikanungkiep@gmail.com ·
belakusuman@gmail.com · silviaanitasari@gmail.com

Informasi artikel :

Tanggal Masuk: 7 Juli 2022 Tanggal Revisi: 10 Agustus 2022 Tanggal diterima: 10 September 2022

Abstract

As one of the nine urgently needed, consumption of cooking oil increased from year to year. In 2021 the demand for cooking oil in Indonesia was higher than the supply, resulting in a fairly high price increase. The government is trying to anticipate this by setting HET but instead it creates a shortage of products so that this policy is revoked except for bulk cooking oil. This makes cooking oil producers prefer to sell their products in packaging so that the selling price is higher. As a result, consumers face the choice of having to queue for hours to get bulk cooking oil or spend more money to buy packaged cooking oil whose price is quite large. The purpose of this study is to answer the problem formulation (1) How do packaging, price, size, clarity, color, nutritional information, promotion, brand, and accessibility become the basis for consumers to buy cooking oil? (2) How can the order of packaging, price, size, clarity, color, nutritional information, promotion, brand, and accessibility become the basis for consumers to buy cooking oil? (3) What is the most dominant attribute in buying cooking oil? and (4) Based on the attributes of packaging, price, size, clarity, color, nutritional information, promotion, brand, and accessibility, consumers are more dominant in choosing bulk or packaged cooking oil. The method used is descriptive qualitative through in-depth interviews with 3 informants. The results show that price is the most dominant attribute in buying cooking oil preferences. The order of these attributes is different for each informant, but the most dominant attribute is the same price. Based on the analysis of each attribute, consumer preference is higher for bulk cooking oil because the price is cheaper.

Keywords: attributes products, cooking oil, preferences

Abstrak

Sebagai salah satu dari sembilan bahan pokok, konsumsi minyak goreng senantiasa mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2021 permintaan minyak goreng di Indonesia lebih tinggi daripada penawarannya sehingga terjadi peningkatan harga yang cukup tinggi. Pemerintah berupaya mengantisipasi hal ini dengan menetapkan HET namun justru menimbulkan kelangkaan produk sehingga kebijakan ini dicabut kecuali untuk minyak goreng curah. Hal ini membuat produsen minyak goreng lebih memilih menjual produknya dalam kemasan agar harga jualnya lebih tinggi. Akibatnya, konsumen menghadapi pilihan harus antri berjam-jam untuk mendapatkan minyak goreng curah atau mengeluarkan uang lebih untuk membeli minyak goreng kemasan yang harganya selisih cukup banyak. Tujuan penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah (1) Bagaimana kemasan, harga, ukuran, kejernihan, warna, informasi gizi, promosi, merek, dan kemudahan didapat menjadi dasar konsumen membeli minyak goreng? (2) Bagaimana urutan kemasan, harga, ukuran, kejernihan, warna, informasi gizi, promosi, merek, dan kemudahan didapat menjadi dasar konsumen membeli minyak goreng? (3) Atribut apa yang paling dominan menjadi preferensi membeli minyak goreng? dan (4) Berdasarkan atribut kemasan, harga, ukuran, kejernihan, warna, informasi gizi, promosi, merek, dan kemudahan didapat konsumen lebih dominan memilih minyak goreng curah atau kemasan?. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui wawancara mendalam pada 3 informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga menjadi atribut paling dominan dalam preferensi membeli minyak goreng. Urutan atribut-atribut tersebut berbeda pada masing-masing informan, namun atribut yang paling dominan sama-sama harga. Berdasarkan analisis masing-masing atribut, preferensi konsumen lebih tinggi pada minyak goreng curah karena harganya lebih murah.

Kata kunci: atribut produk, minyak goreng, preferensi

PENDAHULUAN

Minyak goreng merupakan salah satu dari sembilan bahan pokok yang dibutuhkan rumah tangga hingga industri bidang olahan makanan. Jumlah konsumsi minyak goreng senantiasa menunjukkan peningkatan

dari tahun ke tahun. Survei BPS terkait Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) menunjukkan hasil peningkatan konsumsi minyak goreng setiap tahun sebagai berikut:

Tabel 1. Data Konsumsi Minyak Goreng Di Indonesia 2015-2020

NO	Tahun	Konsumsi Minyak Goreng (liter/kapita/tahun)
1	2015	10,33
2	2016	10,65
3	2017	11,00
4	2018	11,27
5	2019	11,49
6	2020	11,58

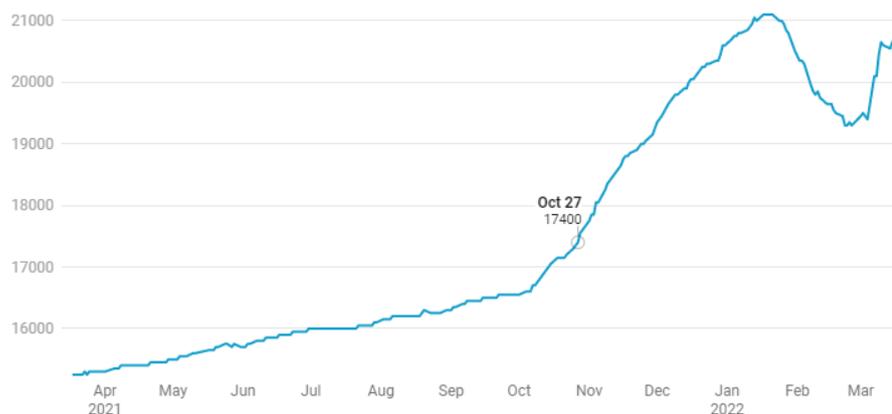
Sumber: kompas.com [1]

Tabel diatas menunjukkan peningkatan konsumsi minyak goreng diatas 2% setiap tahunnya. Peningkatan ini selalu dapat terpenuhi, dalam arti antara permintaan dan penawaran di pasar untuk minyak goreng tetap seimbang. Namun pada tahun 2021 terjadi kelangkaan minyak goreng di Indonesia yang disebabkan peningkatan permintaan minyak goreng dihadapkan dengan penurunan penawaran minyak goreng [2] karena beberapa hal antara lain:

1. Naiknya harga CPO di dunia sehingga mendorong produsen minyak goreng di Indonesia lebih memilih menjual produknya ke luar negeri.
2. Program B30 yang dicanangkan pemerintah untuk mengalihkan bahan bakar menggunakan biodiesel sehingga meningkatkan biaya produksi.
3. Peningkatan biaya distribusi dan logistik.
4. Pandemi covid-19 yang mendorong masyarakat menimbun beberapa bahan pokok.

Kelangkaan minyak goreng yang terjadi menyebabkan kenaikan harga yang sangat tinggi. Menyikapi hal ini, pemerintah menetapkan kebijakan harga eceran tertinggi (HET) untuk minyak goreng sebesar Rp 14.000 per liter. Kebijakan ini justru berdampak semakin parahnya kelangkaan minyak goreng di Indonesia karena mayoritas produsen tidak menjual produknya sehingga tidak ada pasokan. Hingga akhirnya pada maret 2022 pemerintah melepas harga minyak goreng sesuai mekanisme pasar [3]. Hal ini kembali meningkatkan harga minyak goreng di Indonesia sebagaimana ditunjukkan infografis sebagai berikut:

Pergerakan Harga Minyak Goreng (Rp/Liter)



Gambar 1: Grafik Perubahan Harga Minyak Goreng di Indonesia

Sumber: CNBC Indonesia [3]

Berdasarkan gambar tersebut, dapat diketahui bahwa kebijakan pembatasan HET minyak goreng dapat menurunkan grafik, namun menyebabkan kelangkaan pasokan yang cukup tinggi. Setelah kebijakan dikembalikan pada mekanisme pasar, pada maret 2022 harga kembali meningkat cukup tinggi hingga Rp 25.000 per liter untuk minyak goreng kemasan. Sedangkan minyak goreng curah tetap Rp 14.000 dengan berbagai

syarat pembelian. Adanya kebijakan ini mendorong banyaknya bermunculan merek minyak goreng kemasan karena produsen mendapatkan keuntungan lebih besar daripada menjual minyak goreng curah sehingga terjadi kelangkaan minyak goreng curah di pasaran. Masyarakat dihadapkan pada pilihan harus antri berjam-jam untuk mendapatkan minyak goreng curah atau mengeluarkan uang lebih untuk membeli minyak goreng kemasan yang harganya selisih cukup banyak.

Menghadapi masalah tersebut, pemerintah perlu menetapkan kebijakan dengan memahami preferensi konsumen dalam hal ini adalah masyarakat yang membeli minyak goreng. Preferensi konsumen ditentukan dari kognisi konsumen terkait semua informasi yang dipersepsikan [4]. Dengan memahami preferensi konsumen, pemerintah dapat memahami pengetahuan konsumen terkait minyak goreng dan atribut-atribut yang mendasari konsumen memilih kemudian membeli minyak goreng. Dengan memahami hal-hal tersebut, pemerintah dapat mengambil kebijakan terkait pemberian pengetahuan serta subsidi yang tepat sesuai kebutuhan masyarakat.

Preferensi atau *preference* berarti *a greater liking for one alternative over another or others* atau bagaimana seseorang memilih satu dari beberapa alternatif yang tersedia [5]. Dalam preferensi, konsumen menilai produk berdasarkan atribut-atribut yang dimiliki. Dengan mengevaluasi atribut-atribut yang dimiliki tersebut, konsumen selanjutnya akan menentukan satu pilihan yang paling sesuai dengan ekspektasi mereka.

Atribut produk merupakan karakteristik-karakteristik yang dimiliki suatu produk sehingga membedakan dengan produk lainnya [6]. Atribut-atribut yang mempengaruhi konsumen dalam membeli minyak goreng antara lain [4,6,7]:

- a. Kemasan, menunjukkan bagaimana minyak goreng dikemas. Terdiri dari kemasan botol, kemasan plastik, dan jirigen.
- b. Harga, menunjukkan nilai uang yang harus dikeluarkan untuk membeli minyak goreng.
- c. Ukuran, menunjukkan isi dalam kemasan yang dibeli seperti 1L, 2L, dan 5L
- d. Kejernihan, menunjukkan seberapa jernih minyak goreng yang ditawarkan. Terdapat 2 level yaitu jernih atau keruh.
- e. Warna, menunjukkan warna minyak goreng, terdiri dari kuning keemasan dan kuning kecoklatan
- f. Informasi Gizi, menunjukkan kandungan gizi yang diinformasikan dari minyak goreng.
- g. Promosi, menunjukkan informasi promosi yang ditawarkan dalam penjualan minyak goreng
- h. Merek, menunjukkan seberapa dikenalnya minyak goreng bagi konsumen
- i. Kemudahan didapat, menunjukkan seberapa mudah minyak goreng bisa didapat atau dibeli

Analisis mengenai atribut-atribut preferensi pembelian minyak goreng tersebut perlu dilakukan untuk mendapatkan temuan mengenai bagaimana jawaban responden atas masing-masing atribut, bagaimana urutan preferensi dari atribut-atribut tersebut, atribut apa yang dominan menjadi preferensi, dan berdasarkan preferensi tersebut dapat ditarik kesimpulan apakah minyak goreng curah atau kemasan yang lebih dipilih oleh konsumen. Untuk itu, masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kemasan, harga, ukuran, kejernihan, warna, informasi gizi, promosi, merek, dan kemudahan didapat menjadi dasar konsumen membeli minyak goreng?
2. Bagaimana urutan kemasan, harga, ukuran, kejernihan, warna, informasi gizi, promosi, merek, dan kemudahan didapat menjadi dasar konsumen membeli minyak goreng?
3. Atribut apa yang paling dominan menjadi preferensi membeli minyak goreng?
4. Berdasarkan atribut kemasan, harga, ukuran, kejernihan, warna, informasi gizi, promosi, merek, dan kemudahan didapat konsumen lebih dominan memilih minyak goreng curah atau kemasan?

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis, menentukan urutan, menentukan atribut yang paling dominan diantara kemasan, harga, ukuran, kejernihan, warna, informasi gizi, promosi, merek, dan kemudahan didapat serta preferensi konsumen memilih minyak goreng curah atau kemasan.

METODE

Untuk menjawab rumusan masalah sehingga dapat mencapai tujuan dari penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam kepada informan. Dengan pendekatan ini diperoleh jawaban yang lebih mendetail [8] dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai atribut-atribut

preferensi konsumen dibandingkan jawaban dari skor atas respon pernyataan pada pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di pasar Rejoso Nganjuk yang beralamat di jalan raya gondang, Kec. Rejoso, Kabupaten Nganjuk, merupakan salah satu pasar di kabupaten nganjuk yang menjadi tempat untuk belanja kebutuhan pokok termasuk minyak goreng baik rumah tangga maupun industri. Informan dipilih dengan mempertimbangkan kriteria yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu umur, pendidikan, dan tingkat pendapatan [6] serta memenuhi syarat relevansi (memahami topik penelitian), *readiness* (bersedia untuk diwawancarai tanpa paksaan) dan *reassurance* (bersedia menjawab jujur, jelas, dan terbuka). Berdasarkan kriteria-kriteria tersebut, informan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bu Tyas umur 38 tahun sehingga matang dalam membuat keputusan pembelian, profesi sebagai ibu rumah tangga
2. Bu Supriatun 42 tahun, usia matang dalam keputusan pembelian, profesi sebagai pengusaha krupuk dan gorengan dengan tingkat pendapatan ±Rp 3.000.000 per bulan
3. Mareta 28 tahun, usia matang dalam membuat keputusan pembelian, profesi karyawan perusahaan asuransi, memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi dalam melakukan analisis (sarjana manajemen)

Untuk menjamin keabsahan temuan, pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber yakni membandingkan jawaban dari 3 sumber yang berbeda (IRT, pengusaha, dan karyawan). Data yang digunakan adalah data primer dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan peneliti terlibat langsung sebagai pengumpul data. Data yang sudah terkumpul selanjutnya di analisis dengan tahapan :

1. Reduksi data :mengambil data yang sesuai dan membuang data yang tidak perlu
2. Penyajian data: data yang sudah direduksi selanjutnya ditabulasi sehingga tampak hubungan dan keterkaitannya
3. Interpretasi: data yang sudah ditabulasi selanjutnya di interpretasi untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah
4. Penarikan kesimpulan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan menjawab rumusan masalah yang sudah ditentukan sebagai berikut :

1. Bagaimana kemasan, harga, ukuran, kejernihan, warna, informasi gizi, promosi, merek, dan kemudahan didapat menjadi dasar konsumen membeli minyak goreng?

Tabel 2. Hasil Wawancara dan Interpretasi Atribut-Atribut Preferensi Konsumen

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN			INTERPRETASI
		IBU RUMAH TANGGA	UMKM	KARYAWAN	
1.	Apakah kemasan menjadi dasar pemilihan ketika anda membeli minyak goreng?	- <i>Nggih tho mbak, Kulo tumbase sering sing kemasane botol, tapi nggih kadang-kadang sing kemasane refil, tergantung endi sing pas enek rego murah, kadang kan enten promo ngoten niku, to mbak.</i>	<i>Gak mbak, wong aku nggowo jrigen kok nek tuku</i>	<i>Tidak terlalu melihat kemasan karena yang penting ada wadahnya gitu lo kak</i>	Berdasarkan ketiga jawaban informan, Kemasan tidak terlalu menentukan preferensi konsumen dalam membeli minyak goreng. Kemasan yang dipilih juga tergantung harga atau promo produk tersebut.
2.	Apakah harga menjadi dasar pemilihan ketika anda membeli minyak goreng?	<i>Nggih pasti tho mbak tapi yo piye neh minyak larang murah panggah dituku wong wis kebutuhane ben dinane, mugo-mugo ae tansah diparingi cukup rejeki mbak.</i>	<i>Nggih te mbak sing jelas yo pokok sing murah</i>	<i>Iya mbak soalnya kalo harganya mahal belinya secukupnya aja, kadang kalo dapat harga murah bisa beli</i>	Berdasarkan jawaban ketiga responden, Harga menentukan preferensi konsumen dalam membeli minyak goreng. Baik IRT, karyawan, maupun pengusaha

			lebih.	mempertimbangkan harga dalam membeli minyak goreng	
3.	Apakah ukuran menjadi dasar pemilihan ketika anda membeli minyak goreng?	<i>Nggih mbak, biasane ukurane sing isine sak literan niku, sing sedengan mawon nggih ngukur regine</i>	<i>Ukuran sing piye mbak? Yo mesti kudu di ukur nganggo cintang wi te nek tuku</i>	<i>Iya mba melihat ukuran saya. Sekarang ada ukuran 500ml kemasan botol itu lebih praktis, pas juga gae kebutuhanku sing jarang masak mba</i>	Berdasarkan jawaban ketiga responden, ukuran menjadi preferensi pembelian minyak goreng
4.	Apakah kejernihan menjadi dasar pemilihan ketika anda membeli minyak goreng?	<i>Nggih, mesti liat mbak jernihe. sing bening sing apik, kualitasae sae</i>	<i>Yo didelok mbak tapi rumangsaku lengo yo podo ae. Pokok ora butek wis apik mbak</i>	<i>Enggak terlalu dilihat yang penting minyak goreng bisa dipakai sih</i>	Berdasarkan jawaban ketiga responden, kejernihan tidak terlalu menjadi preferensi penting dalam memilih minyak goreng.
5.	Apakah warna menjadi dasar pemilihan ketika anda membeli minyak goreng?	<i>Nggih milih te mbak warnane sing kuning, resik, bening, ngonowi sing sae</i>	<i>Warna? Lengo gakyo podo ae to warnane kuning</i>	<i>Iya pasti dong mbak.</i>	Berdasarkan jawaban ketiga responden, warna menjadi preferensi cukup penting dalam membeli minyak goreng
6.	Apakah informasi gizi menjadi dasar pemilihan ketika anda membeli minyak goreng?	<i>Walah, kulo mboten nate moco mbak, Pokoke sing dimasak nggae lengo kui bergizi ngono lho</i>	<i>Aku konsumen curah mbak, neng ngendi moco informasi gizine</i>	<i>Hehe...enggak mbak</i>	Berdasarkan jawaban ketiga responden, informasi gizi sama sekali tidak menjadi preferensi dalam memilih minyak goreng
7.	Apakah promosi menjadi dasar pemilihan ketika anda membeli minyak goreng?	<i>Nggih, kadang kadang nggih tertarik pengen njajal nek iklan iklan niku, bening apik jerene, enek sing iso diminum barang ngoten niku, pengen njajal opo maneh pas enek harga promo, yo njajal tuku te mbak.</i>	<i>Yo tertarik mbak lak regane murah yo tak tuku</i>	<i>Iya soalnya kalau pas promo harganya lebih murah mbak</i>	Berdasarkan jawaban ketiga responden, promosi menjadi salah satu preferensi konsumen membeli minyak goreng karena kaitannya dengan harga. Promosi yang dirasa lebih murah yang menentukan preferensi konsumen membeli minyak goreng
8.	Apakah merek menjadi dasar pemilihan ketika anda membeli minyak goreng?	<i>Nggih memperhatikan to mbak, bedo-bedo merek tapi sing apik merek umume mawon, tapi nggih sing regane rodok miring</i>	<i>Mboten mbak sak enek e minyak sing penting murah,</i>	<i>Tidak mbak, soalnya nggak mesti belinya</i>	Berdasarkan jawaban ketiga responden, merek tidak selalu menjadi preferensi utama dalam membeli minyak goreng.

9.	Apakah kemudahan di dapat menjadi dasar pemilihan ketika anda membeli minyak goreng?	<i>Nggih mbak, arep ngejar murah tapi golek'ane angel yho wegah, pilih sing ready ae</i>	<i>Sakjane nggih mbak, tapi kondisi butuh yho mekso iso oleh curah, kaitane karo biaya produksiku eg mbak</i>	<i>Jelas mba, wis sing ada aja, soale waktune ya terbatas buat kerja.</i>	Berdasarkan jawaban ketiga responden, kemudahan di dapat menjadi preferensi penting dalam membeli minyak goreng
----	--	--	---	---	---

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan hasil dan interpretasi di atas dapat diketahui bahwa atribut harga, ukuran, promosi, dan kemudahan didapat menjadi preferensi yang sangat penting bagi konsumen untuk memutuskan membeli minyak goreng. Sedangkan atribut kemasan, kejernihan, warna, dan merek tidak begitu menjadi preferensi penting dalam membeli minyak goreng. Atribut informasi gizi sama sekali tidak menjadi preferensi bagi konsumen dalam membeli minyak goreng.

2. Bagaimana urutan kemasan, harga, ukuran, kejernihan, warna, informasi gizi, promosi, merek, dan kemudahan didapat menjadi dasar konsumen membeli minyak goreng?

Tabel 3. Hasil Wawancara dan Interpretasi Urutan Atribut-Atribut Preferensi Konsumen

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN			INTERPRETASI
		IBU RUMAH TANGGA	UMKM	KARYAWAN	
1.	Jika diurutkan dari kemasan, harga, ukuran, kejernihan, warna, informasi gizi, promosi, merek, dan kemudahan didapat, bagaimana urutan prioritas yang menjadi dasar anda memilih minyak goreng yang dibeli?	<i>- Harga, kemudahan di dapat, promosi, ukuran, kemasan, kejernihan, warna, merek, info gizi</i>	<i>Harga, promosi, ukuran, warna, kejernihan, kemudahan di dapat, merek, kemasan, info gizi</i>	<i>Harga, promosi, kemudahan didapat, kemasan, ukuran, kejernihan, warna, merek, info gizi</i>	Berdasarkan ketiga jawaban informan, Urutan atribut-atribut tersebut berbeda pada masing-masing informan, namun atribut yang paling dominan sama-sama harga dan yang tidak menjadi preferensi sama-sama informasi gizi

Sumber: Data Primer, 2022

3. Atribut apa yang paling dominan menjadi preferensi membeli minyak goreng?

Berdasarkan tabel 3 di atas, harga menjadi atribut paling dominan menjadi preferensi dalam membeli minyak goreng. Hal ini menunjukkan bahwa kemasan, warna, kejernihan, merek, ukuran, info gizi dan promosi sebaik apapun konsumen tetap mempertimbangkan harga yang paling sesuai menurut mereka.

4. Berdasarkan atribut kemasan, harga, ukuran, kejernihan, warna, informasi gizi, promosi, merek, dan kemudahan didapat konsumen lebih dominan memilih minyak goreng curah atau kemasan?

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN			INTERPRETASI
		IBU RUMAH TANGGA	UMKM	KARYAWAN	
1.	Lebih memilih minyak goreng	<i>- Kemasan mawon mbak, wong coro niku</i>	<i>Aku milih curah mbak</i>	<i>Curah mbak harganya lebih</i>	Berdasarkan jawaban responden, preferensi

curah atau minyak goreng kemasan?	<i>sae nak didamel mboten gampang ireng , tetep jernih</i>	<i>mergo murah</i>	<i>murah, wong sama-sama minyak gorengnya kok.</i>	konsumen memilih minyak goreng kemasan karena alasan bisa digunakan berulang tidak mudah hitam. Selain alasan itu, preferensi konsumen lebih pada minyak goreng curah
-----------------------------------	--	--------------------	--	---

Tabel 4. Hasil Wawancara dan Interpretasi Preferensi Memilih Minyak Goreng Curah atau Kemasan
Sumber: Data Primer, 2022

Dari tabel diatas diketahui bahwa preferensi konsumen lebih dominan pada minyak goreng curah karena harganya lebih murah. Sesuai dengan urutan atribut yang pertama pada harga. Untuk informan ibu rumah tangga lebih memilih minyak goreng kemasan dengan pertimbangan dapat digunakan berulang karena tidak mudah hitam sehingga menghemat biaya.

KESIMPULAN

Temuan dari penelitian ini sebagai jawaban atas empat rumusan masalah yang ditetapkan sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Harga, ukuran, promosi, dan kemudahan didapat menjadi preferensi yang sangat penting bagi konsumen untuk memutuskan membeli minyak goreng. sedangkan atribut kemasan, kejernihan, warna, dan merek tidak begitu menjadi preferensi penting dalam membeli minyak goreng. Atribut informasi gizi sama sekali tidak menjadi preferensi bagi konsumen dalam membeli minyak goreng.
2. Urutan atribut-atribut tersebut berbeda pada masing-masing informan, namun atribut yang paling dominan sama-sama harga dan yang tidak menjadi preferensi sama-sama informasi gizi
3. Harga menjadi atribut paling dominan menjadi preferensi dalam membeli minyak goreng
4. Preferensi konsumen lebih dominan pada minyak goreng curah karena harganya lebih murah

Berdasarkan temuan tersebut, pemerintah maupun produsen dapat merumuskan strategi dan kebijakan guna pemenuhan ekspektasi konsumen dalam membeli minyak goreng. Bagi produsen, perlu mempertimbangkan atribut yang dominan bagi konsumen dalam memilih minyak goreng. Misalnya menyediakan kemasan dan ukuran dengan harga yang terjangkau serta pasokan lancar sehingga mudah didapatkan konsumen, memberikan promosi-promosi khususnya dalam potongan harga atau paket pembelian yang lebih ekonomis. Bagi pemerintah, perlu menyikapi faktor informasi gizi yang tidak menjadi preferensi bagi konsumen dalam membeli minyak goreng dengan memberikan sosialisasi kandungan gizi dalam minyak goreng, bagaimana penggunaan minyak goreng yang tepat, dan bagaimana menilai minyak goreng yang baik untuk kesehatan.

Penelitian ini menjadi dasar penelitian selanjutnya yg akan dilakukan peneliti. Penelitian ini masih terbatas pada pasar Rejoso saja, sehingga belum bisa menyimpulkan dalam lingkup yang lebih luas karena perilaku konsumen merupakan sesuatu yang cukup kompleks. Oleh karena itu, penelitian ini akan dilanjutkan dengan penelitian kuantitatif melalui penyebaran kuesioner terkait atribut-atribut preferensi konsumen dalam membeli minyak goreng di atas dengan sampel diambil dari beberapa pasar tradisional dan pasar moderen di kabupaten Nganjuk.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Rizal JG. Konsumsi Minyak Goreng Sawit di Indonesia. KompasCom 2022.
- [2] Zulfikar F. Apa Penyebab Kelangkaan Minyak Goreng di Indonesia? Ini Kata Pakar Unair. DetikCom 2022.
- [3] Maesaroh. Dilepas ke Mekanisme Pasar, Segini Harga Wajar Minyak Goreng. CNBC Indones 2022.

-
- [4] Haryanti R, Karwur FF, Lewerrisa KB, Ranimpi YY. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Warna Minyak Goreng Di Salatiga. 3rd Econ. Bus. Res. Festiv., Salatiga: FEB Universitas Kristen Satya Wacana; 2014, p. 257–66.
- [5] Uceo. Preferensi Konsumen dan Tahapannya. Univ Ciputra 2016. <https://ucec.uc.ac.id/2016/05/02/2016-4-25-preferensi-konsumen-dan-tahapannya/>.
- [6] Nurjanah S. Analisis Preferensi Konsumen Pada Minyak Goreng Kemasan (Kasus: Desa Sukaramai, Kecamatan Padang Tualang, Kabupaten Langkat). Universitas Sumatera Utara Medan, 2020.
- [7] Mutmainnah E, Marwan E, Putri EL. Preferensi Konsumen Terhadap Minyak Goreng Kemasan (Studi Kasus Di Giant Ekspres Kota Bengkulu). *J Agribis Kaji Sos Ekon Pertan Dan Agribisnis* 2022;15:1943–63.
- [8] Fadli MR. Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika* 2021;21:33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.