

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT SAYURAN
SEMEN/CECIWIS ALIAS DAUN DARI TUNAS BUNGA KOL YANG SUDAH
DIPANEN**

(Studi Kasus di Kec. Sangkapura Kab. Probolinggo)

*Analysis of Consumer Preferences Towards The Attributes of Semen/Ceciwis Vegetables aka
Leaves From Harvested Cauliflower Stuffs
(Case Study in Sangkapura District, Probolinggo Regency)*

Dewi Anggun Oktaviani^{1*}, Novita Lidyana¹, Yennyka Leilasariyanti²

¹Department Agribusiness, Faculty of Agriculture,
Universitas Panca Marga, Probolinggo, East Java, Indonesia

²Departement Agribusiness, Faculty of Agriculture,
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, East Java, Indonesia.

*Correspondence author: Dewi Anggun Oktaviani

dewianggunoktaviani@upm.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze consumer preferences for cement/ceciwis vegetables, see the most preferred attributes of cement/ceciwis vegetables and the most dominant attributes to be developed in cement/ceciwis vegetables. The method used in this study is the descriptive survey method. The sample withdrawal method in this study is by using the *Accidental Sampling method* of 50 respondents with primary data from interviews using a questionnaire tool. The data were analyzed using the konjoin analysis method with SPSS 25. The results of this study show that the consumer utility value for semen/ceciwis vegetables in a clean condition is (0.255), has an even freshness level of (0.195), price \leq Rp. 8,000 is (0.195), durability $>$ from 5 days is (0.025), and easy to obtain is (0.075). Importance *Score*) used as a consideration material for respondents/consumers of Semen/Ceciwis vegetables in order from the highest to the lowest are Cleanliness Level of 26,613, Price and Freshness of 21,496, Durability of 17,342 and Availability of 13,513 The cleanliness level of Semen/Ceciwis Vegetables is one of the attributes that is highly considered by consumers in making a purchase decision, this can be seen from the usability value of 0.255 and the importance of by 26,613 which is higher than other attributes. The marketing strategy that can be used to increase the sales of semen/ceciwis vegetables is to use a marketing strategy, namely the marketing mix or often called the 4P because it consists of a mix of products, prices (*price*), places (*place*), and finally a promotion mix (*promotion*).

Keywords: *Conjoint Analysis, Preferences, Semen/Ceciwis Vegetables.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap sayuran semen/ceciwis, melihat atribut sayuran semen/ceciwis yang paling disukai serta atribut yang paling dominan untuk dikembangkan pada sayuran semen/ceciwis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif survey. Metode penarikan sampel pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode *Accidental Sampling* sebanyak 50 responden dengan data primer hasil wawancara menggunakan alat kuesioner. Data dianalisis menggunakan metode analisis Konjoin dengan SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai kegunaan (*utility*) konsumen terhadap sayuran semen/ceciwis dalam kondisi bersih sebesar (0.255), memiliki tingkat kesegaran merata Sebesar (0.195), harga \leq Rp. 8.000 sebesar (0.195), daya tahan $>$ dari 5 hari sebesar (0.025), serta mudah didapat sebesar (0.075). nilai kepentingan (*importance score*) yang digunakan sebagai bahan pertimbangan responden/konsumen sayuran Semen/ Ceciwis secara berurutan dari yang tinggi sampai yang terendah adalah Tingkat Kebersihan sebesar 26.613, Harga dan Kesegaran sebesar 21.496, Daya Tahan sebesar 17.342 serta Ketersediaan sebesar 13.513 Tingkat kebersihan Sayuran Semen/Ceciwis merupakan salah satu atribut yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan sebuah Keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari nilai kegunaan

0.255 dan kepentingan sebesar 26.613 yang lebih tinggi dari atribut – atribut yang lain. Adapun strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan sayuran semen/ceciwis adalah dengan menggunakan strategi pemasaran yaitu bauran pemasaran atau sering disebut 4P karena terdiri dari bauran produk, harga (*price*), tempat (*place*), dan yang terakhir bauran promosi (*promotion*).

Kata Kunci: Konjoin Analisis, Preferensi, Sayuran Semen/Ceciwis.

PENDAHULUAN

Jawa timur merupakan salah satu wilayah yang menjadi sentra produksi sayur – sayuran yang ada di Indonesia dan diharapkan mampu berperan dalam pengembangan beberapa jenis sayur – sayuran hortikultura khususnya sayur – sayuran ditingkat nasional. Kubis merupakan sebagian produk sayuran diharapkan mampu memberikan sumbangan dan dampak yang signifikan dalam Upaya - upaya peningkatan produk hortikultura.

Menurut badan pusat statistik pertahun 2022, Probolinggo merupakan penghasil kubus no.2 setelah malang dengan total produksi 402.320 kwintal (BPS, Statistik Pertanian Hortikultura SPH-SBS/BPS-Statistics Indonesia, 2023). Kecamatan sangkapuran merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Probolinggo. kecamatan sangkapura merupakan salah satu wilayah di kabupaten Probolinggo yang menjadi sentra produksi kubis. Hal ini dikarenakan keadaan lingkungan di kecamatan ini sangat cocok untuk menanam kubis.

Dengan tingginya produksi tanaman kubis disuatu wilayah, kemungkinan besar diwilayah tersebut merupakan penghasil sayuran Semen/Ceciwis. Karena Semen atau semai daun kubis merupakan tanaman kubis yang habis dipanen kemudia dibiarkan batangnya yang tidak dipotong hingga tumbuh semai – semai, kemudian dipanen dijadikan bahan sayuran. Di tempat lain, biasanya ini disebut daun ceciwis (Minantyo et al., 2023).

Cuciwis, ceciwis, keciwis, kuciwis, atau siwil adalah sebutan masyarakat Indonesia bagi sayuran muda atau sayuran bayi yang diambil dari tanaman sayuran dari genus Brassicaceae. Dulu makna keciwis hanya sebatas pada sayuran muda dari tanaman kubis, namun kini penyebutannya menjadi luas sehingga istilah keciwis juga dapat digunakan bagi sayuran muda dari tanaman sawi, kale, kailan hingga pakcoy. Karena itu kubis brussels juga dapat disebut sebagai keciwis (Elmanuel, 2024c).

Cuciwis, atau yang sering disebut sebagai zucchini dalam bahasa Inggris, adalah salah satu jenis sayuran yang sering ditemui di berbagai hidangan kuliner di seluruh dunia. Tanaman ini, yang memiliki nama ilmiah Cucurbita pepo, memiliki sejarah yang panjang dalam dunia pertanian dan merupakan bagian penting dalam makanan sehari-hari banyak orang. Tanaman ini dikenal dengan bentuknya yang ramping, warnanya yang cerah, dan teksturnya yang lembut, sehingga sering digunakan dalam berbagai masakan, mulai dari tumisan hingga pai. Ceciwis berasal dari Amerika Tengah dan Selatan dan telah dikenal oleh masyarakat pribumi di sana sejak ribuan tahun yang lalu. Tanaman ini mengandung banyak nutrisi penting yang memiliki manfaat bagi kesehatan tubuh. Berikut adalah beberapa manfaat kesehatan yang dapat Anda peroleh dengan mengonsumsinya secara rutin: 1. Menjaga Hidrasi: Sayuran ini memiliki kandungan air yang sangat tinggi, sekitar 96% dari beratnya. Ini menjadikannya sebagai makanan yang ideal untuk menjaga tubuh tetap terhidrasi. Mengonsumsi sayuran ini secara teratur dapat membantu mencegah dehidrasi dan menjaga keseimbangan elektrolit dalam tubuh. 2. Sumber Antioksidan: Sayuran ini mengandung senyawa antioksidan, seperti vitamin C dan beta-karoten. Senyawa ini membantu melawan radikal bebas dalam tubuh yang dapat menyebabkan kerusakan sel dan berkontribusi pada perkembangan penyakit kronis. Dengan mengonsumsi sayuran ini secara teratur, Anda dapat meningkatkan sistem kekebalan tubuh dan melindungi tubuh dari berbagai penyakit. 3. Menyehatkan Kulit: Vitamin C yang terkandung dalam sayuran ini dapat membantu meningkatkan kesehatan kulit. Vitamin C memiliki peran penting dalam produksi kolagen, yaitu protein yang menjaga elastisitas kulit dan melambatkan proses penuaan. Selain itu, sayuran ini juga mengandung senyawa lain yang memiliki efek meredakan peradangan kulit dan dapat mengurangi jerawat. 4. Pencernaan yang Sehat ; Sayuran ini kaya akan serat, yang penting bagi kesehatan pencernaan. Serat membantu mencegah sembelit dan menjaga keberlanjutan fungsi

pencernaan yang sehat. Mengonsumsi sayuran ini secara teratur dapat membantu menjaga berat badan yang sehat dan mengurangi risiko penyakit usus besar, termasuk kanker usus (Elmanuel, 2024a)

Tabel. 1 Nutrisi Cewiwis

Gizi	Jumlah Per 100g
Kalori	15
Karbohidrat	3,6g
Protein	0,6g
Lemak	0,1g
Serat	0,5g
Vitamin C	8,3mg
Vitamin K	7,2mcg
Potassium	147mg

Sumber: (Elmanuel, 2024b)

Di Probolinggo khususnya di Kecamatan sangkapura merupakan salah satu wilayah penghasil sayuran Semen/Cewiwis. Namun sayang sayuran ini jarang diminati oleh konsumen disekitar atau bahkan di wilayah Probolinggo. Bahkan banyak yang tidak mengenal sayuran ini, untuk itu perlu adanya Langkah yang tepat agar semen/ceciwis ini dapat diminati dan memberikan kepuasan terhadap konsumen. Penyebab dari kurang berkembangnya semen/ceciwis diindikasikan oleh atribut kualitas yang dimiliki oleh komoditas tersebut relatif belum sebanding atau sejajar dengan kelompok sayuran prioritas, seperti kentang, cabai merah, dan tomat. Selain itu, nilai ekonomis semen/ceciwis dalam memasuki pasar juga lebih rendah dibandingkan dengan jenis sayuran utama (Nahraeni et al., 2018a).

Salah satu upaya untuk menciptakan suatu kepuasan konsumen yaitu dengan menggunakan tingkat preferensi konsumen terhadap atribut-atribut dari produk tersebut (Fajarani et al., 2021).

Konsumen hendaknya memperhatikan sifat fisik atau sifat yang memenuhi standar pada saat membeli sayuran semen/Cewiwis. Untuk mengetahui karakteristik apa yang diharapkan konsumen terhadap sayur Semen/Cewiwis, diperlukan informasi pasar yang menunjukkan preferensi konsumen terhadap benih/sayuran seshwi. Preferensi diartikan sebagai perilaku konsumen yang memberikan evaluasi dan sikap mengenai tingkat preferensi terhadap merek produk alternatif (Febrianti et al., 2019a).

Penelitian ini sangat penting dilakukan mengingat salah satu cara pemasaran sayuran Semen/Cewiwis adalah dengan meningkatkan karakteristik mutunya. Selain perbaikan teknik budidaya, peningkatan atribut kualitas juga dapat dicapai dengan mempelajari dan memahami perilaku dan preferensi konsumen mengenai atribut kualitas Sayuran Semen/Cewiwis (Nahraeni et al., 2018b).

Dengan mengetahui karakteristik yang paling disukai konsumen dapat menjadi dasar untuk meningkatkan kualitas sayuran semen/ceciwis dan pada akhirnya dapat meningkatkan nilai sayuran Semen/Cewiwis.

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat preferensi konsumen sayuran Semen/Cewiwis terhadap, melihat atribut sayuran semen/ceciwis yang paling disukai serta atribut yang paling dominan untuk dikembangkan pada sayuran semen/ceciwis.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut sayuran semen/ceciwis? dan Implikasi strategi pemasaran yang dapat meningkatkan penjualan sayuran semen/ceciwis di kecamatan Sangkapura Kabupaten Probolinggo?

Preferensi merupakan pendapat konsumen tentang kesukaan atau ketidaksukaan terhadap aribut suatu produk disebut preferensi konsumen (Arum Sari et al., 2022). Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi dan dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan (Pramono, 2018a). Harga ialah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh seorang pelanggan/konsumen untuk memperoleh/mendapatkan sebuah produk/jasa yang diinginkan (Pramono, 2018b). Lokasi adalah tempat dimana perusahaan berada dan melakukan operasinya atau kegiatannya sehari-hari (Pramono, 2018b).

Periklanan/Promosi merupakan penyampaian informasi dari penjual kepada konsumen atau pihak lain dalam saluran distribusi untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Melalui periklanan/promosi, perusahaan mengarahkan komunikasi persuasif kepada pembeli sasaran dan masyarakat melalui apa yang disebut media massa seperti surat kabar, majalah, tabloid, radio, televisi, dan surat langsung (Pramono, 2018b).

Keputusan pembelian merupakan sebuah tahapan/proses yang dilakukan konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk barang atau pun jasa (Pramono, 2018b).

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Ngancar, Kabupaten Kediri. Tepatnya di Pusat Pengembangan Penelitian ini dilakukan bulan Mei tahun 2024 yang berlokasi di Kecamatan Sumber Kabupaten Probolinggo, dengan alasan di Kecamatan Sumber Kabupaten Probolinggo terdapat banyak petani yang menanam kubis, sehingga banyak produksi sayuran semen/ceciwis disana.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan Metode analisis deskriptif dengan survey. Menurut Nazir (2014) dalam (Febrianti et al., 2019b) Teknik analisis deskriptif adalah teknik yang digunakan dalam penelitian untuk menciptakan gambaran utuh mengenai situasi atau peristiwa yang diteliti. Data primer didapat dari wawancara menggunakan kuesioner yang nantinya akan dijadikan sebagai sumber data. Sumber data sekunder juga berasal dari penelitian kajian pustaka seperti keadaan lokasi penelitian, jurnal, buku teks, penelitian terdahulu, dan dokumen pendukung penelitian.

Metode penarikan sampel pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika dilihat orang yang kebetulan ditemui cocok menjadi sumber data (Sugiyono, 2017).

Responden yang digunakan berjumlah 50 orang dengan data primer hasil wawancara menggunakan alat kuesioner. Responden dapat memberikan penilaian sesuai dengan Tingkat kepentingan yang diperlukan menggunakan rating dengan dibantu alat ukur beruka skala likert dengan skor 1 = Sangat Tidak Suka, 2 = Tidak Suka, 3= Suka, 4= Tidak Suka 5= Sangat Tidak Suka.

Data dianalisis menggunakan metode analisis Konjoin dengan SPSS 25. Analisis konjoin menggambarkan sifat atau kondisi preferensi konsumen berdasarkan analisis consumer trade-offs dari berbagai atribut produk. Model konjoin mengasumsikan bahwa produk dapat didefinisikan sebagai suatu serial dari tingkat atribut spesifik, serta utilitas konsumen total ditentukan oleh utilitas parsial (*part-worths*) yang disumbangkan oleh setiap tingkat atribut. Analisis ini dapat memberikan identifikasi kombinasi atribut yang paling disukai konsumen dan identifikasi kepentingan relatif dari setiap atribut (Adiyoga & Nurmalinga, 2013).

Variabel penelitian adalah faktor - faktor yang menentukan preferensi konsumen berupa atribut yang berhubungan dengan produk Semen/Ceciwis ini. Tiap atribut kemudian dijabarkan dalam taraf - taraf atribut.

Tabel 2. Atribut dan Taraf Atribut Sayuran Semen/Ceciwis

No	Atribut	Taraf Atribut
1	Harga	1. (<=) Rp. 8.000/kg 2. (>) Rp. 8.000/kg
2.	Kesegaran	1. Segar Merata 2. Sangat Tidak Segar
3.	Daya Tahan	1. <= 5 hari 2. > 5 hari
4.	Kebersihan	1. Bersih 2. Terdapat tanah yang masih menempel
5.	Ketersediaan	1. Mudah Didapat 2. Sulit Didapat

Sumber: Olah data 2024

Setelah mengetahui atribut dan taraf masing – masing antribut selanjudnya dilakukan pembentukan stimuli, dengan cara mengkombinasikan keseluruhan taraf yang ada. Dari table 2.

Diatas dapat diketahui bahwa jumlah taraf dari masing masing atribut adalah $2 \times 2 \times 2 \times 2 = 36$ (Konsep Produk). Stimuli tersebut diolah menggunakan program SPSS 25 untuk Menyusun matrik orthogonal yang akan digunakan sebagai dasar pengolahan data. Untuk memudahkan responden dalam mengevaluasi semua stimuli selanjutnya akan digunakan desain factor Sebagian menggunakan konsep orthogonal array, sehingga jumlah stimuli yang akan dievaluasi berkurang. Rumus untuk jumlah minimum stimuli yang terbentuk menggunakan konsep orthogonal array adalah:

$$JK = JT - JA + 1$$

$$= (2+2+2+2+2)-4+1 = 7 \text{ kombinasi}$$

Keterangan :

JK = Jumlah Kombinasi

JT = Jumlah Total (taraf atribut)

JA = Jumlah Atribut

Uji validitas digunakan untuk mengukur akurasi dua instrument pengukuran. Setelah kuisioner disusun dan disebar maka selanjutnya dilakukan pengujian kuisioner apakah instrument penelitian yang digunakan telah memenuhi syarat sebagai alat ukur. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan konsistensi keakuratan data subyek, butir pertanyaan dalam kuisioner. Setelah itu dilakukan pengolahan dengan metode *conjoint analysis*, untuk mengetahui atribut – atribut yang menjadi preferensi dan atribut – atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen (Nurhayati & Bellanov, 2023)

Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis secara deskriptif dan statistik. Data pada artikel ini bersumber dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan observasi lapangan, wawancara, dan menggali informasi dari petani dengan bantuan kuisioner. Sedangkan data sekunder diperoleh di berbagai sumber data yakni instansi-instansi yang berkaitan dengan penelitian ini serta dari berbagai jurnal untuk mendukung dan melengkapi data dalam penelitian ini. Data yang diambil diseleksi dan dianalisis kembali sebelum digunakan sebagai acuan. Pengambilan sample pada penelitian ini menggunakan *Probability sampling* dengan metode *Simple Random Sampling*.

Dalam mengolah data hasil wawancara dari petani dengan bantuan kuisioner menjadi data-data yang bersifat kuantitatif, maka dilakukan teknik skala data dengan menggunakan Skala Likert. Skala likert adalah teknik yang dipakai untuk mengetahui dan mengelompokkan persepsi seseorang mengenai suatu hal.. Skala likert digunakan untuk mengubah data yang bersifat kualitatif menjadi data-data yang bersifat kuantitatif (Pranatawijaya et al., 2019). Format skor dalam skala yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Skor 2 = Tidak Setuju (TS)

Skor 3 = Ragu – Ragu (RR)

Skor 4 = Setuju (S)

Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

Untuk menghitung keseluruhan skor setiap pertanyaan, maka digunakan rumus berikut:

$$\text{Total skor} = T \times Pn$$

Dimana:

T = Banyaknya responden yang memilih x Banyaknya pertanyaan

Pn = Angka skala likert yang dipilih

Regresi Linear Berganda

Analisis dengan model regresi linier berganda berfungsi untuk menguji hipotesis tentang keterkaitan secara bersama-sama dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear dikarekan terdapat 3 variabel bebas yaitu pelayan, sarana produksi, simpan pinjam dan satu variabel tergantung yaitu pendapatan (Ghozali & Dan, 2017). Dalam penelitian ini, model persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Pendapatan Petani Nanas

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

e = Nilai Standart Error

X1 = Pelayanan

X2 = Penyediaan Sarana Produksi

X3 = Simpan Pinjam

Hasil persamaan regresi yang digunakan dilakukan pengujian untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan atau tidak dari nilai koefisien regresi baik secara simultan atau parsial. Untuk memperoleh hasil yang sesuai syarat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) maka dilakukan uji asumsi klasik yang bertujuan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam analisis memiliki sifat – sifat tertentu yang diperlukan oleh metode statistik yang digunakan, seperti normalitas, homogenitas, dan independensi. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Untuk mengetahui besaran nilai hubungan antara masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen yaitu dengan melihat nilai uji secara simultan (Uji F) dan nilai uji secara parsial (Uji t) dengan asumsi variabel – variabel bebas yang lain dianggap konstan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik konsumen sayuran Semen/Ceciwis sangat berpengaruh terhadap preferensi konsumen adalah konsumen yang pernah membeli, menyukai/berlangganan sayuran Semen/Ceciwis. Dari hasil penelitian Sebagian besar responden yang pernah membeli, menyukai/berlangganan sayuran Semen/Ceciwis berjenis kelamin Perempuan sebesar 90 %. Ini menunjukkan bahwa peran Perempuan dalam Keputusan pembelian sayuran Semen/Ceciwis sangat besar. Hasil penelitian juga menunjukkan sebesar 90 % responden/konsumen sayuran Semen/Ceciwis berdomisili di Probolinggo. Ini artinya Sebaran produk sayuran Semen/Ceciwis masih sangat terbatas.

Analisis Konjoint

Rancangan atribut dan Kombinasi atribut yang digunakan merupakan preferensi konsumen yang dianggap penting oleh konsumen sayuran Semen/Ceciwis dapat dilihat dari Gambar hasil pengolahan data SPSS 25 dengan menggunakan metode *Conjoint Analysis* berdasarkan nilai kegunaan dan Tingkat kepentingannya.

a. Nilai Kegunaan (*Utilities*)

Untuk mengetahui nilai kegunaan masing- masing taraf atribut dilakukan dengan menggunakan *software SPSS* versi 25 dengan menjalankan program *syntax* untuk mengetahui nilai kegunaan dari tiap taraf atribut. Berikut dapat dilihat Nilai kegunaan dan nilai atribut pada sayuran Semen/Ceciwis di Probolinggo.

Tabel 3. Output Nilai Kegunaan (Utilitas) Sayuran Semen/Ceciwis

		Utilities	
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	<= Rp. 8.000	.195	.131
	> Rp. 8.000	-.195	.131
Kesegaran	Segar Merata	.195	.131
	Sangat Tidak Segar	-.195	.131
Daya_Tahan	<= 5 Hari	-.025	.131
	> 5 Hari	.025	.131
Kebersihan	Bersih	.255	.131
	Terdapat Tanah Yang Masih Menempel	-.255	.131
Ketersediaan	Mudah Didapat	.075	.131
	Sulit Didapat	-.075	.131
(Constant)		3.615	.131

Sumber : Olah data SPSS 25 Tahun 2024

Tabel 3 merupakan hasil olah data keseluruhan yang terdiri 50 responden. Dapat dilihat Nilai utilitas/kegunaan pada masing – masing atribut sub atribut sayuran Semen/Ceciwis.

1. Tingkat Kebersihan

Konsumen cenderung tidak menyukai jenis sayuran yang kotor dan susah dibersihkan serta yang memerlukan penanganan ekstra pada saat memasaknya. Pada dasarnya Sayuran Semen/Ceciwis merupakan sayuran yang tergolong bersih dan pembersihannya tidak merepotkan. Namun terkadang masih ada sisa- sisa proses pemanenan yang kurang diperhatikan, sehingga menyebabkan konsumen mendapati sayuran Semen/ Ceciwis yang masih ada tanah serta hama yang menempel.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya responden sangat menyukai sayuran Semen/Ceciwis yang bersih, Terbukti dengan nilai utilitas yang positif terhadap sub atribut (Bersih) sebesar 0,255. Sebaliknya responden sangat tidak menyukai sayuran Semen/Ceciwis yang terdapat tanah yang masih menempel, terbukti dengan nilai utilitas yang negative terhadap sub atribut (Terdapat Tanah yang masih menempel) sebesar -0,255.

2. Tingkat Kesegaran

Kesegaran sayuran meperupakan salah satu factor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian atau penilaian terhadap sayuran tersebut. Karena biasanya Tingkat kesegaran sayuran Semen/ Ceciwis akan berpengaruh terhadap rasa dan tekstur sayuran pada saat dikonsumsi.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa responden menyukai sayuran Semen/Ceciwis yang segar merata. Terbukti dengan nilai utilitas yang positif terhadap sub atribut (Segar Merata) sebesar 0,195. Sebaliknya responden tidak menyukai sayuran Semen/Ceciwis yang sangat tidak segar, terbukti dengan nilai utilitas yang negative terhadap sub atribut (Sangat Tidak Segar) sebesar -0,195.

3. Tingkat Harga

Atribut harga berkaitan erat dengan kemampuan individu dalam membayar suatu produk, seperti barang atau jasa yang dibelinya. Harga juga dapat dikaitkan dengan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk yang dibelinya. Apakah harga sesuai dengan kualitas yang dicapai dan konsumen puas, ataukah harga tidak sesuai dengan produk yang dibeli sehingga menimbulkan ketidakpuasan konsumen

Dari hasil penelitian menunjukkan harga sayuran Semen/Ceciwis yang disukai responden adalah harga yang \leq Rp. 8.000. Terbukti dengan nilai utilitas yang positif terhadap sub atribut (\leq Rp. 8.000) sebesar 0,195. Sebaliknya harga sayuran Semen/Ceciwis yang tidak disukai responden adalah harga yang $>$ Rp. 8.000. Terbukti dengan nilai utilitas yang negatif terhadap sub atribut ($>$ Rp. 8.000) sebesar - 0,195. Hal inilah yang menjadi harapan responden agar harga sayur semen/seciwis bisa lebih murah lagi dibandingkan harga yang tertera di daftar, agar mereka mampu bersaing harga dengan sayur-sayuran lainnya.

4. Tingkat Ketersediaan

Semakin sulit suatu produk ditemukan di pasaran akan mengakibatkan konsumen mencari produk sejenis lainnya yang lebih mudah untuk diperoleh walaupun ada perbedaan dari segi harga beli dan kualitasnya.

Dari hasil penelitian diatas menunjukkan responden menginginkan ketersediaan sayuran Semen/Ceciwis mudah didapat.terbukti dengan nilai utilitas yang positif terhadap sub atribut (Mudah Didapat) sebesar 0.075. Sebaliknya Responden tidak suka jika Sulit mendapatkan sayuran Semen/Ceciwis, terbukti dengan nilai yang negative terhadap sub atribut (Sulit didapat) sebesar -0,075.

5. Tingkat Daya Tahan

Daya Tahan merupakan salah satu factor yang dipertimbangkan konsuemen, karena sayuran yang dibeli oleh konsumen tidak selalu langsung diolah dihari yang sama dengan saat membeli sayuran.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa responden menyukai sayuran Semen/Ceciwis yang memiliki daya tahan $>$ 5 hari. Terbukti dengan nilai utilitas yang positif terhadap sub atribut ($>$ 5 hari) sebesar 0,025. Sebaliknya responden tidak menyukai sayuran

Semen/Ceciwis yang tanahnya ≤ 5 hari, terbukti dengan nilai utilitas yang negative terhadap sub atribut (≤ 5 hari) sebesar $-0,025$.

b. *Tingkat Kepentingan Relatif (Importance Score)*

Dari hasil pengolahan data analisis konjoin dengan menggunakan SPSS 25, didapatkan nilai kepentingan (*importance score*) setiap atribut. Berikut hasil mengenai tingkat kepentingan setiap atribut yang diberikan oleh konsumen sayuran Semen/Ceciwis yang menunjukkan tingkat preferensi konsumen Sayuran Semen/Ceciwis.

Tabel 4. Output Nilai Kepentingan (*importance score*) Sayuran Semen/Ceciwis

Importance Values	
Harga	21.496
Kesegaran	21.607
Daya Tahan	17.342
Kebersihan	26.041
Ketersediaan	13.513
Averaged Importance Score	

Sumber : Olah data SPSS 25 Tahun 2024

Tabel.4 didapatkan nilai kepentingan (*importance score*) yang digunakan sebagai bahan pertimbangan responden/konsumen sayuran Semen/ Ceciwis secara berurutan dari yang tinggi sampai yang terendah adalah Tingkat Kebersihan sebesar 26.613, Harga dan Kesegaran sebesar 21.496, Daya Tahan sebesar 17.342 serta Ketersediaan sebesar 13.513.

Dari data diatas menunjukkan bahwa responden menganggap Tingkat kebersihan sayuran Semen/Ceciwis merupakan factor yang paling penting dalam Keputusan untuk membeli/ mengkonsumsi sayuran Semen/ Ceciwis. karena konsumen cenderung tidak menyukai jenis sayuran yang kotor dan susah dibersihkan serta yang memerlukan penanganan ekstra pada saat memasaknya. Pada dasarnya Sayuran Semen/Ceciwis merupakan sayuran yang tergolong bersih dan pembersihannya tidak merepotkan. Namun terkadang masih ada sisa- sisa proses pemanenan yang kurang diperhatikan, sehingga menyebabkan konsumen mendapati sayuran Semen/ Ceciwis yang masih ada tanah serta hama yang menempel.

Selanjutnya atribut yang dianggap penting berikutnya adalah harga dan kesegaran. harga berkaitan erat dengan kemampuan individu dalam membayar suatu produk, seperti barang atau jasa yang dibelinya. Harga juga dapat dikaitkan dengan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk yang dibelinya. Apakah harga sesuai dengan kualitas yang dicapai dan konsumen puas, ataukah harga tidak sesuai dengan produk yang dibeli sehingga menimbulkan ketidakpuasan konsumen. ini menjadi bukti bahwa responden/konsumen menginginkan harga sayuran Semen/Ceciwis bisa lebih murah lagi dibandingkan harga yang tertera di daftar, agar mereka mampu bersaing harga dengan sayur-sayuran lainnya. Serta kesegaran, Karena biasanya Tingkat kesegaran sayuran Semen/ Ceciwis akan berpengaruh terhadap rasa dan tekstur sayuran pada saat dikonsumsi, oleh karna itu konsumen/responden menyukai sayuran Semen/Ceciwis yang segar merata

Atribut yang dianggap penting berikutnya adalah Ketersediaan. Sayuran Semen/Ceciwis, karena tidak semua pasar, maupun toko sayur yang menjual sayuran Semen/ Ceciwis, untuk itu responden berharap agar distribusi sayuran Semen/Ceciwis bisa merata agar konsumen lebih mudah dalam mendapatkannya, mengingat banyak konsumen yang menyukai sayuran Semen/Ceciwis.

Atribut terakhir yang dianggap penting oleh responden/konsumen adalah Daya Tahan. karena sayuran Semen/Ceciwi yang dibeli oleh konsumen tidak selalu langsung diolah dihari yang sama dengan saat membeli sayuran.

Strategi Peningkatan Penjualan

Preferensi konsumen tidak hanya digunakan untuk mengetahui fitur produk apa yang disukai konsumen saat mengambil keputusan pembelian, namun juga dapat digunakan untuk menentukan strategi pemasaran produk sayur semen/Cesiwis berdasarkan analisis preferensi konsumen. Preferensi juga dapat digunakan dalam menyusun strategi pemasaran maupun memperbaikinya.

Analisis bauran pemasaran terdiri dari 4P: bauran Produk (*Product*), Harga (*Price*), Lokasi (*Place*), dan Promosi (*Promotion*).

1. Bauran Produk (*Product*)

Produk merupakan faktor utama dalam sebuah bisnis. Konsumen akan terus menuntut produk-produk berkualitas tinggi. Berdasarkan hasil analisis, sebaiknya produsen menjaga kualitas sayuran semen/seciwis dan menjaganya tetap bersih, segar dan stabil dalam penyimpanannya.

Pihak yang berkepentingan untuk mengembangkan strategi bauran produk adalah produsen dan distributor, dalam hal ini supermarket. Sebagai produsen sayuran Semen/Ceciwis, produsen wajib menjaga mutu, kebersihan, dan kesegaran sayuran Semen/Ceciwis. Strategi yang dapat dilakukan adalah pengolahan pasca panen. Lamanya panen tergantung kapan sayuran Semen/seciwis tersebut diantarkan ke konsumen, apakah langsung ke konsumen atau diantar ke supermarket.

Alat yang biasa digunakan untuk mengangkut sayuran adalah pick-up yang berfungsi untuk menjaga benih/seciwis sayur dalam keadaan rapi dan teratur. Berdasarkan sifatnya, produk sayuran sangat mudah rusak. Untuk meminimalkan hal ini, pola tanam harus diatur agar petani dapat memanen sesuai keinginannya. Penetapan pola tanam juga dapat menjaga keberlangsungan sayur Semen/Ceciwis yang dijual. Di sisi lain, strategi bauran produk yang dapat diterapkan oleh pemasar (supermarket) adalah dengan melakukan penyesuaian lingkungan.

Produk sayuran Semen/Ceciwis dapat disimpan di tempat bersuhu sejuk untuk menjaga kesegaran sayuran. atau bisa juga menempatkan produk sayur Semen/Ceciwis pada tempat yang menarik dan mudah dilihat agar lebih menarik minat beli konsumen.

2. Bauran Harga (*Price*)

Penelitian ini menunjukkan atribut harga menempati urutan ketiga. Dapat diartikan bahwa atribut harga tidak terlalu diperhitungkan dalam pengambilan keputusan pembelian sayuran Semen/Ceciwis. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh produsen adalah dengan membedakan harga pada saat menjual langsung ke konsumen dan saat menjual ke supermarket.

3. Bauran Tempat (*Place*)

Penentuan lokasi kegiatan pemasaran harus representatif sehingga konsumen lebih mudah mencari dan membeli sayuran Semen/Sesiwi di Probolinggo. Saat ini sayuran Semen/Seciwis hanya dijual di toko retail dan toko kelontong di wilayah Probolinggo. Selain pemasaran di gerai ritel modern, produsen sayuran Semen/Ceciwis dapat memperluas pasarnya dengan memasok sayuran Semen/Ceciwis ke restoran, hotel, dan rumah sakit di wilayah Probolinggo.

4. Bauran Promosi (*Promotion*)

Saat ini konsumen hanya mendapatkan informasi mengenai sayuran semen/seciwis dari media sosial dan orang-orang disekitarnya. Pelaku usaha dapat membuat media promosi dengan menginformasikan manfaat sayur Semen/Ceciwis untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap manfaat sayur Semen/Ceciwis. Promosi dapat berupa pembagian pamflet yang berisi teks tentang sayuran Semen/Ceciwis. Promosi juga bisa dilakukan dengan membuat iklan di media sosial dan media lainnya. Upaya lain yang mungkin dilakukan adalah promosi dari mulut ke mulut untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Preferensi konsumen terhadap sayuran Semen/Ceciwis adalah sayuran Semen/Ceciwis yang dalam kondisi bersih, memiliki Tingkat kesegaran merata, harga \leq Rp. 8.000, daya tahan $>$ dari 5 hari, serta mudah didapat. Atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan Keputusan pembelian adalah Tingkat kebersihan Sayuran Semen/Ceciwis. Adapun strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan sayuran semen/seciwis adalah dengan menggunakan strategi bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu, bauran produk, bauran harga (*price*), bauran tempat (*Place*), dan bauran promosi (*Promotion*).

Saran

Atribut Kebersihan sayuran Semen/Ceciwis menjadi atribut yang paling utama dipertimbangkan dalam keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu produsen harus menjaga mutu dan kualitas dari sayuran Semen/ Ceciwis agar tetap Bersih, dengan cara perlakuan pasca panen mulai dari proses pemanenan yang bersih dan baik, menjaga perlakuan pengemasan dan pengangkutan sayuran Semen/Ceciwis agar sampai ditangan konsumen dalam keadaan yang bersih.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoga, W., & Nurmalinda, N. (2013). Analisis Konjoin Preferensi Konsumen terhadap Atribut Produk Kentang, Bawang Merah, dan Cabai Merah. *Jurnal Hortikultura*, 22(3), 292. <https://doi.org/10.21082/jhort.v22n3.2012.p292-302>
- Arum Sari, M. A., Antriyandarti, E., & Khairiyakh, R. (2022). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Organik Di Kota Surakarta Pada Masa Pandemi Covid-19. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 10(2), 249. <https://doi.org/10.35138/paspalum.v10i2.463>
- BPS, Statistik Pertanian Hortikultura SPH-SBS/BPS-Statistics Indonesia, A. S. for H. S.-S. (2023). *Hortikultura/Horticulture - Produksi Tanaman Ketimun/Cucumber, Kubis/Cabbage, Labu Siam/Chayote Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Tanaman di Provinsi Jawa Timur (kuintal), 2020 dan 2021*. BPS JATIM.
- Elmanuel. (2024a). *Cuciwis adalah: Pengenalan, Manfaat, Budidaya & Mengolah Title*. Ilmupot.Com.
- Elmanuel. (2024b). *Cuciwis adalah: Pengenalan, Manfaat, Budidaya & Mengolah Title*. Ilmupot.Com.
- Elmanuel. (2024c). *Siwil (sayuran)*. Wikipedia.
- Fajarani, E., Wildayana, E., & Elysa Putri, N. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Supermarket Diamond Kota Palembang. *Jurnal Prodi Agribisnis*, 2(1), 38–50. <https://doi.org/10.56869/kaliagri.v2i1.193>
- Febrianti, T., Tsani, A., & Milla, A. N. (2019a). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Di Kota Sukabumi. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.35138/paspalum.v7i1.85>
- Febrianti, T., Tsani, A., & Milla, A. N. (2019b). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Di Kota Sukabumi. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.35138/paspalum.v7i1.85>
- Fernanda Florencia Pramono, B. P. D. (2018a). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PREFERENSI KONSUMEN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN ORGANIK (STUDI KASUS : PELANGGAN SUPER INDO SEMARANG)*. 53–54.
- Fernanda Florencia Pramono, B. P. D. (2018b). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PREFERENSI KONSUMEN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN ORGANIK (STUDI KASUS : PELANGGAN SUPER INDO SEMARANG)*. 53–54.
- Ghozali, I., & Dan, S. E. M. T. K. (2017). *Spss. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Minantyo, H., Sondak, M. R., Krisbianto, O., Kristama, B. Y., Sudibyoy, T. K., Raharja, Z. G., & Hadipratista, N. S. (2023). Pelatihan Inovasi Membuat Mie Berbahan Dasar Pangan Lokal Masyarakat Suku Tengger. *Jurnal LeECOM (Leverage, Engagement, Empowerment of Community)*, 5(2), 139–144. <https://doi.org/10.37715/leecom.v5i2.3721>
- Nahraeni, W., Yusdiarti, A., & Rahayu, E. G. (2018a). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Katuk. *Jurnal Agribisains*, 3(2), 32–38. <https://doi.org/10.30997/jagi.v3i2.795>
- Nahraeni, W., Yusdiarti, A., & Rahayu, E. G. (2018b). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Katuk. *Jurnal Agribisains*, 3(2), 32–38. <https://doi.org/10.30997/jagi.v3i2.795>
- Nurhayati, L., & Bellanov, A. (2023). Analisis Preferensi Konsumen untuk Merancang Atribut Café dengan Menggunakan Metode Konjoin. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 9(1), 281. <https://doi.org/10.24014/jti.v9i1.22481>

- Dewi Anggun Oktaviani, dkk – Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Semen.....* 11
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan skala Likert dan skala dikotomi pada kuesioner online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment*. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra.