

**SKRIPSI**

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP  
PEMBELIAN PRODUK GULA PASIR DI KECAMATAN  
INDRALAYA**

**(Studi Kasus: Pasar Tradisional Indralaya Mulya)**

***ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES FOR THE  
PURCHASE OF GRANULATED SUGAR PRODUCTS IN  
INDRALAYA DISTRICT***

***(Cases Study: Indralaya Mulya Traditional Market)***



**Surya Guru Sihombing  
05011281823080**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2022**

## SUMMARY

**SURYA GURU SIHOMBING.** Analysis of Consumer Preferences for the Purchase of Granulated Sugar Products in Indralaya District (Cases Study: Indralaya Mulya Traditional Market). (Supervised by **DESSY ADRIANI**).

Crystal sugar is a food ingredient that is needed by the community and is always consumed in daily life. Therefore, it is necessary to develop this granulated sugar product to suit the needs and desires of the community. The purpose of this research are (1) to describe the characteristics of consumers who buy granulated sugar in Indralaya District, (2) to identify the attributes of granulated sugar that are consumer preferences in Indralaya District and (3) to analyze the attributes that consumers consider the most in buying granulated sugar in Indralaya District. A company must be able to find out what are the consumer preferences of a product so that later it can be adjusted to the product to be marketed and adjusted to SNI. In this study, preference theory is used to measure the level of consumer satisfaction with granulated sugar products. The method used in this study is a survey method through a questionnaire and the determination of the sample using quota sampling. This research was conducted in March 2022 with a direct survey to the Indralaya Mulya traditional market and obtained 100 respondents. While the data processing method in this study is chi square analysis and uses a Likert scale to determine the attributes that consumers consider the most in buying granulated sugar. The results showed that the most dominant consumer characteristics buying granulated sugar in Indralaya District were female, age group 46-55 years old, high school education level and dominantly working as a housewife and followed by entrepreneurs or traders, family members 6, having income is high Rp3.500.000,- and is married. The results of the research show that the attributes of granulated sugar that become consumer preferences are yellowish brown, have a large grain size (1,3 mm), with a packaging size of 1kg, and branded packaging design. The attribute of sugar that is most considered by consumers in purchasing is the color attribute. The attributes of granulated sugar starting from the most considered are color, crystal size, packaging size and packaging design.

Keywords: characteristics, fishbein, multiattribute, tastes.

## RINGKASAN

**SURYA GURU SIHOMBING.** Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Produk Gula Pasir di Kecamatan Indralaya (Studi Kasus: Pasar Tradisional Indralaya Mulya). (Dibimbing oleh **DESSY ADRIANI**).

Gula kristal merupakan bahan pangan yang sangat diperlukan oleh masyarakat dan selalu dikonsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, perlu pengembangan produk gula pasir ini agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu (1) Mendeskripsikan karakteristik konsumen yang membeli gula pasir di Kecamatan Indralaya, (2) Mengidentifikasi atribut gula pasir yang menjadi preferensi konsumen di Kecamatan Indralaya dan (3) Menganalisis atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam membeli gula pasir di Kecamatan Indralaya. Suatu perusahaan harus dapat mengetahui apa yang menjadi preferensi konsumen dari suatu produk sehingga nantinya dapat disesuaikan dengan produk yang akan dipasarkan dan disesuaikan dengan SNI. Dalam penelitian ini, Teori preferensi digunakan untuk mengukur bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk gula pasir. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei melalui kuesioner dan penentuan sampel menggunakan *Quota Sampling*. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2022 dengan survei langsung ke pasar tradisional Indralaya Mulya dan didapatkan 100 responden. Sedangkan metode pengolahan data dalam penelitian ini adalah analisis *chi square* untuk menentukan atribut yang menjadi preferensi konsumen dan analisis Multiatribut *Fishbein* menggunakan skala *likert* untuk menentukan atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam membeli gula pasir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen yang paling dominan membeli gula pasir di Kecamatan Indralaya adalah berjenis kelamin perempuan, golongan umur 46-55 tahun, tingkat pendidikan SMA dan dominan bekerja sebagai ibu rumah tangga dan diikuti dengan wiraswasta atau pedagang, beranggota keluarga  $\geq 6$ , memiliki pendapatan tergolong tinggi  $>Rp3.500.000,-$  dan sudah menikah. Hasil penelitian menunjukkan atribut gula pasir yang menjadi preferensi konsumen adalah berwarna coklat kekuningan, memiliki ukuran butiran besar (1,3 mm), dengan ukuran kemasan 1kg, dan desain kemasan yang bermerk. Sedangkan atribut gula pasir yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pembelian adalah atribut warna. Adapun atribut gula pasir mulai dari yang paling dipertimbangkan berturut-turut adalah warna, ukuran kristal, ukuran kemasan dan desain kemasan.

Kata kunci: *fishbein*, multiatribut, karakteristik, selera.

## LEMBAR PENGESAHAN

### ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK GULA PASIR DI KECAMATAN INDRALAYA (Studi Kasus: Pasar Tradisional Indralaya Mulya)

#### SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian  
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:

**Surya Guru Sihombing**  
05011281823080

Indralaya, Juli 2022

Pembimbing



**Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.**  
NIP. 197412262001122001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian



**Dr. A. Muslim, M.Agr.**  
NIP. 196412291990011001

Skripsi dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Produk Gula Pasir di Kecamatan Indralaya (Studi Kasus: Pasar Tradisional Indralaya Mulya)” oleh Surya Guru Sihombing telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 13 Juli 2022 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

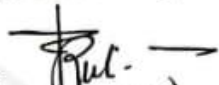
1. Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.  
NIP. 197412262001122001

Ketua

  
(.....)

2. Erni Purbiyanti. S.P., M.Si.  
NIP. 197802102008122001

Sekretaris

  
(.....)

3. Dr. Agustina Bidarti, S.P., M.Si.  
NIP. 197708122008122001

Anggota

  
(.....)

Indralaya, Juli 2022

Ketua Jurusan

Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.  
NIP. 197412262001122001

## PERNYATAAN INTEGRITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Surya Guru Sihombing

NIM : 05011281823080

Judul : Analisis Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Produk Gula Pasir di Kecamatan Indralaya (Studi Kasus: Pasar Tradisional Indralaya Mulya).

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam proposal skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, Juli 2022



Surya Guru Sihombing

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan berkat rahmatNya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Produk Gula Pasir di Kecamatan Indralaya (Studi Kasus: Pasar Tradisional Indralaya Mulya)”. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, lindungan dan penyertaanNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Orang tua penulis yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan, motivasi, dan materi selama proses perkuliahan dan pada tahap menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Ibu Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan saran, arahan, motivasi dan selalu memberikan perhatian dan mendorong penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Agustina Bidarti, S.P., M.Si. sebagai penguji dan penelaah mulai dari seminar proposal hingga selesainya skripsi ini dan telah memberikan kritik, saran dan masukan yang membangun sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
5. Seluruh jajaran staff akademik di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya baik di Indralaya maupun Palembang yang telah bersedia membantu mengurus berkas selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Agribisnis dan Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
7. Teman-teman seperjuangan yang banyak membantu semasa perkuliahan dan memberikan masukan yang membangun untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Elsa Saulytua Sihombing, Kristina Natalia Sihombing, dan Pebri Nursani Sihombing yang telah memberikan dukungan doa dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Buntu 2018 yang sudah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penelitian ini.

10. Teman-teman Komunitas Pelayan Umum (KPU) HKBP Efrata Lorok yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi dan selalu mendoakan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
11. Ruth Elferawi Sipahutar sudah membantu penyelesaian tugas akhir ini dan selalu memberikan semangat dan motivasi dalam pengerjaannya.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang sudah ikut berperan dalam skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tentu masih memiliki banyak kekurangan dan kesalahan. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk memperbaiki penulisan pada skripsi ini agar tidak terulang lagi pada skripsi berikutnya. Besar harapan penulis kiranya skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Indralaya, Juli 2022

Surya Guru Sihombing



## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan dan Kegunaan .....	6
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN .....	7
2.1. Tinjauan Pustaka .....	7
2.1.1. Gula Pasir .....	7
2.1.2. Pemasaran .....	8
2.1.3. Perilaku Konsumen .....	8
2.1.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	8
2.1.4.1. Faktor Kebudayaan .....	9
2.1.4.2. Faktor Sosial .....	9
2.1.4.3. Faktor Pribadi.....	10
2.1.5. Karakteristik Konsumen .....	11
2.1.6. Pasar Tradisional .....	13
2.1.7. Preferensi Konsumen .....	14
2.1.8. Atribut Produk.....	15
2.2. Model Pendekatan.....	16
2.3. Hipotesis.....	17
2.4. Batasan Operasional.....	18
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	20
3.1. Tempat Penelitian.....	20
3.2. Metode Penelitian.....	20
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	20
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	21

	Halaman
3.5. Metode Pengolahan Data .....	22
3.5.1. Uji Instrumen .....	22
3.5.1.1. Uji Validitas .....	22
3.5.1.2. Uji Reliabilitas .....	23
3.5.2. Analisis Data .....	23
3.5.2.1. Analisis Tabulatif-Deskriptif .....	24
3.5.2.2. Analisis <i>Chi Square</i> .....	25
3.5.2.3. Analisis Multiatribut <i>Fishbein</i> .....	26
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1. Keadaan Umum Wilayah Penelitian .....	28
4.1.1. Letak dan Batas Wilayah Administrasi.....	28
4.1.2. Keadaan Geografi dan Topografi.....	28
4.1.3. Demografi Kecamatan Indralaya .....	29
4.2. Karakteristik Responden di Kecamatan Indralaya.....	32
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	35
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	36
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Keluarga .....	37
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga ...	40
4.2.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....	41
4.3. Uji Instrumen .....	42
4.3.1. Uji Validitas Atribut Gula Pasir .....	42
4.3.2. Uji Reliabilitas Atribut Gula Pasir .....	43
4.4. Preferensi Konsumen terhadap Atribut Gula Pasir .....	44
4.5. Atribut yyang Dipertimbangkan Konsumen dalam Pembelian Gula Pasir .....	45
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....	50
5.1. Kesimpulan .....	50
5.2. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA .....	52
LAMPIRAN .....	55

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Konsumsi Gula Nasional dan Produksi Gula Nasional pada Tahun 2017-2021.....	1
Tabel 1.2. Konsumsi Gula Pasir di Kabupaten Ogan Ilir Tahun 2018-2021.....	2
Tabel 1.3. Volume Impor Gula di Indonesia pada Tahun 2017-2021 .....	3
Tabel 2.1. Kandungan Gula Pasir per 100 gram .....	7
Tabel 3.1. Atribut dan Taraf Nilai pada Pembelian Gula Pasir .....	24
Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Kecamatan Indralaya Menurut Kelurahan dan Jenis Kelamin (Jiwa) Tahun 2019-2021. ....	30
Tabel 4.2. Jumlah Penduduk Kecamatan Indralaya berdasarkan Golongan Umur .....	31
Tabel 4.3. Jumlah Penduduk Kecamatan Indralaya berdasarkan Pendidikan .....	32
Tabel 4.4. Sebaran Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.5. Hasil Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	35
Tabel 4.6. Hasil Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	37
Tabel 4.7. Hasil Sebaran Responden Berdasarkan Pendapatan Keluarga ..	38
Tabel 4.8. Hasil Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.9. Hasil Sebaran Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga.....	41
Tabel 4.10. Hasil Sebaran Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	42
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Atribut Gula Pasir .....	42
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas Atribut Gula Pasir.....	43
Tabel 4.13. Hasil Analisis Uji <i>Chi Square</i> .....	44
Tabel 4.14. Preferensi Konsumen terhadap Gula Pasir.....	45
Tabel 4.15. Keyakinan Konsumen (bi) terhadap Atribut Gula Pasir .....	46
Tabel 4.16. Evaluasi Konsumen (ei) terhadap Atribut Gula Pasir.....	46
Tabel 4.17. Sikap Konsumen (Ao) terhadap Atribut Gula Pasir.....	47

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Skema Kerangka Pemikiran Pendekatan Masalah .....	16

## BIODATA

NAMA/NIM	: Surya Guru Sihombing/05011281823080
Tempat/tanggal lahir	: Panagaran/07 Agustus 2000
Tanggal Lulus	: 28 Juli 2022
Fakultas	: Pertanian
Judul	: Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Produk Gula Pasir di Kecamatan Indralaya (Studi Kasus: Pasar Tradisional Indralaya Mulya)
Dosen Pembimbing Skripsi	: Dr. Dessy Adriani, S.P.,M.Si.
Pembimbing Akademik	: Dr. Dessy Adriani, S.P.,M.Si.

---

**Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Produk Gula Pasir di Kecamatan Indralaya  
(Studi Kasus: Pasar Tradisional Indralaya Mulya)**

*Analysis of Consumer Preferences for the Purchase of Granulated Sugar Products in Indralaya District  
(Cases Study: Indralaya Mulya Traditional Market)*

Surya Guru Sihombing<sup>1</sup>, Dessy Adriani<sup>2</sup>

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya Jalan Palembang Prabumulih Km. 32, Indralaya Ogan Ilir 30662

### **Abstract**

*The purpose of this research are (1) to describe the characteristics of consumers who buy granulated sugar in Indralaya District, (2) to identify the attributes of granulated sugar that are consumer preferences in Indralaya District and (3) to analyze the attributes that consumers consider the most in buying granulated sugar in Indralaya District. A company must be able to find out what are the consumer preferences of a product so that later it can be adjusted to the product to be marketed and adjusted to SNI. In this study, preference theory is used to measure the level of consumer satisfaction with granulated sugar products. The method used in this study is a survey method through a questionnaire and the determination of the sample using Quota Sampling. This research was conducted in March 2022 with a direct survey to the Indralaya Mulya traditional market and obtained 100 respondents. While the data processing method in this study is chi square analysis and uses a Likert scale to determine the attributes that consumers consider the most in buying granulated sugar. The results showed that the most dominant consumer characteristics buying granulated sugar in Indralaya District were female, age group 46-55 years old, high school education level and dominantly working as a housewife and followed by entrepreneurs or traders, family members 6, having income is high Rp3.500.000,- and is married. The results of the research show that the attributes of granulated sugar that become consumer preferences are yellowish brown, have a large grain size (1,3 mm), with a packaging size of 1kg, and branded packaging design. While the attribute of sugar that is most considered by consumers*

---

<sup>1</sup> Mahasiswa

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing

*in purchasing is the color attribute. The attributes of granulated sugar starting from the most considered are color, crystal size, packaging size and packaging design.*

*Keywords: characteristics, fishbein, multi-attribute, tastes.*

Pembimbing,



Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.  
NIP. 197412262001122001



Indralaya, Juli 2022  
Ketua Jurusan  
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.  
NIP. 197412262001122001

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Denah Wilayah Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir ..	56
Lampiran 2. Identitas dan Karakteristik Responden .....	57
Lampiran 3. Preferensi Konsumen Gula Pasir .....	60
Lampiran 4. Perhitungan Multiatribut <i>Fishbein</i> terhadap Atribut Gula Pasir .....	63
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas terhadap Atribut Gula Pasir .....	67
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas terhadap Atribut Gula Pasir .....	68
Lampiran 7. Hasil Uji <i>Chi Square</i> terhadap Instrumen Atribut Gula Pasir di SPSS .....	69
Lampiran 8. Dokumentasi di Lapangan .....	72

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam terutama di sektor pertanian. Sektor pertanian akan menghasilkan bahan pangan dan harus menjadi target utama untuk terus dikembangkan agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang terus meningkat. Sebagai negara agraris, sangat bergantung pada sektor pertanian dan sebagian besar masyarakat bekerja di sektor pertanian. Bahan pangan menjadi kebutuhan mendasar bagi masyarakat yang harus dipenuhi. Salah satu bahan pangan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari adalah gula. Gula merupakan bahan pangan yang berasal dari tanaman tebu yang diolah melalui beberapa tahapan hingga menjadi gula pasir yang dapat dikonsumsi.

Gula merupakan salah satu bahan pangan pokok yang sangat penting di masyarakat dan merupakan salah satu komoditas pertanian yang ditetapkan oleh pemerintah Indonesia sebagai komoditas khusus (*special products*) dan bahan pemanis utama. Kebutuhan akan gula pasir akan terus meningkat dari tahun ke tahun seiring bertambahnya kebutuhan masyarakat (Sofa *et al.*, 2019).

Menurut Badan Pusat Statistik (2022), permintaan gula pasir masyarakat Indonesia tergolong tinggi seiring dengan peningkatan jumlah penduduk, perkembangan industri makanan dan juga minuman serta perkembangan hotel dan restoran. Konsumsi gula nasional dan produksi nasional gula pasir dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Konsumsi Gula Nasional dan Produksi Gula Nasional pada Tahun 2017-2021

No	Tahun	Konsumsi Gula Nasional (Juta Ton)	Produksi Gula Nasional (Juta Ton)
1.	2017	5,13	2,36
2.	2018	5,15	2,19
3.	2019	5,17	2,17
4.	2020	5,22	2,22
5.	2021	5,38	2,10

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2022



Menurut Badan Pusat Statistik (2022), tercatat konsumsi gula nasional tahun 2020 mencapai 5,22 juta ton, sedangkan produksi gula nasional hanya mencapai 2,22 juta ton. Pada 2021, kebutuhan konsumsi gula mencapai 5,3 juta ton namun terjadi penurunan produksi gula nasional dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 2,10 juta ton. Peningkatan konsumsi gula nasional tidak diimbangi dengan peningkatan produktivitas gula nasional sehingga pemerintah melakukan impor sebagai solusinya. Akan tetapi perlu kita ketahui bahwa impor gula di Indonesia tidak sepenuhnya dilakukan karena kekurangan produktivitas gula nasional, akan tetapi karena banyaknya permintaan konsumen yang menganggap gula impor memiliki kualitas yang lebih baik dari gula nasional. Contohnya para pengusaha makanan dan minuman (Mamin) mengeluhkan bahwa kualitas gula lokal masih dibawah standar dan berdampak terhadap kualitas produk mereka. Konsumsi gula pasir di Kabupaten Ogan Ilir dapat kita lihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2. Konsumsi Gula Pasir di Kabupaten Ogan Ilir Tahun 2018-2021

No	Tahun	Jumlah (Ton)
1.	2018	2,40
2.	2019	2,36
3.	2020	2,48
4.	2021	2,62

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2022

Dari Tabel 1.2. di atas dapat kita lihat pada tahun 2021, konsumsi gula pasir di Kabupaten Ogan Ilir mencapai 2,62 ton mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu 2,48 ton. Konsumsi gula pasir di Kabupaten Ogan Ilir mengalami peningkatan selama tiga tahun terakhir sehingga perlunya peningkatan produktivitas terhadap gula pasir.

Gula pasir lokal di Indonesia saat ini menghadapi tantangan berat karena harus bersaing dengan gula pasir impor berkualitas tinggi, membuat gula pasir dalam negeri kurang diminati konsumen. Peningkatan impor gula berdampak pada penurunan produksi tebu, karena jumlah gula yang diimpor mempengaruhi penurunan harga gula di petani. Artinya, semakin tinggi jumlah gula yang diimpor, semakin rendah harga gula di petani. Oleh karena itu, jika harga gula on farm turun, maka akan mengurangi luas dan rendemen yang pada akhirnya akan

berdampak pada penurunan produksi tebu di Indonesia. (Safrida *et al.*, 2020). Impor gula di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3. Volume Impor Gula di Indonesia pada Tahun 2017-2021

No	Tahun	Impor Gula (Juta Ton)
1.	2017	4,48
2.	2018	5,03
3.	2019	4,09
4.	2020	5,54
5.	2021	4,00

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2022

Impor gula pada 2020 yakni 5,54 juta ton. Volume tersebut naik 35,44 persen jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Volume impor gula Indonesia mengalami fluktuasi sejak tahun 2010. Pada 2020 Indonesia melakukan impor senilai 5,54 juta ton. Jika dibiarkan, hal ini tentu akan berdampak buruk terhadap petani dan berimbas pada konsumsi rumah tangga dan pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Preferensi konsumen didefinisikan sebagai selera subjektif (individu), yang diukur dengan utilitas dari berbagai barang (Indarto, 2011). Atribut seperti kualitas, promosi, harga dan juga kemasan yang melekat pada suatu produk akan mempengaruhi preferensi konsumen terhadap pemilihan dari produk tersebut. Preferensi jika dilihat dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan pilihan, kecenderungan, kesukaan ataupun minat. Preferensi merupakan pilihan suka yang dibuat konsumen tentang suatu produk yang mereka konsumsi. Kekuatan preferensi konsumen ini nantinya akan menentukan produk yang akan mereka beli dan juga pendapatan mereka yang terbatas, serta permintaan juga terhadap produk tersebut.

Begitu pula saat membeli gula pasir, beberapa atribut yang menjadi pertimbangan konsumen antara lain harga, warna, ukuran kristal, ukuran kemasan, dan lain-lain. Upaya produsen untuk memenuhi permintaan pasar terhadap produk gula pasir menuntut mereka untuk memahami selera konsumen agar gula yang akan dipasarkan mendapat respon yang baik dari konsumen. Produsen dan distributor harus mampu menyediakan gula pasir dengan sifat fisik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. (Harianto *et al.*, 2017).

Selain meningkatkan produktivitas suatu produk, perusahaan juga harus mampu mengenali perilaku konsumen. Dengan mengetahui perilaku konsumen maka tingkat keberhasilan pemasaran juga akan meningkat karena dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Pengambilan keputusan pembelian merupakan pembahasan penting dalam bidang pemasaran, studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan menggunakan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. (Isa *et al.*, 2019).

Menurut Kotler dan Armstrong (2010), perilaku pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu: (1) faktor budaya dan kelas sosial; (2) faktor sosial meliputi kelompok referensi, keluarga, peran dan status; (3) faktor pribadi meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, ekonomi dan kepribadian, gaya hidup dan citra diri; dan (4) faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

Akpyomare (2012) menegaskan bahwa atribut produk berperan penting dalam aspek pemasaran baik di tingkat bisnis maupun konsumen. Konsumen percaya bahwa atribut produk menjadi dasar pertimbangan mereka ketika melakukan pembelian. Oleh karena itu, produsen gula harus dapat meningkatkan kualitas produksinya dan melakukan pemasaran yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Sebelum memasarkan suatu produk, penting untuk mengetahui selera konsumen untuk menentukan apakah mereka menyukai produk gula pasir atau tidak.

PTPN VII Cinta Manis sebagai salah satu pabrik gula di Sumatera Selatan yang memiliki jarak tidak jauh dari Kecamatan Indralaya menjadi salah satu alasan mengapa peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dimana PTPN VII Cinta Manis berencana menghasilkan produk gula retail dengan merk Walini yang sebelumnya hasil produksi masih berupa karungan 50kg. Tentunya sebelum memasarkan produk retail tersebut, PTPN VII Cinta Manis harus mampu mengetahui terlebih dahulu gula yang menjadi preferensi konsumen terkhusus di Kecamatan Indralaya.

Penelitian ini dilakukan di kabupaten Indralaya dengan studi kasus pasar tradisional Indralaya Mulya. Adapun gula premium yang dipasarkan di pasar tradisional Indralaya Mulya diantaranya merk Walini, Gulaku dibawah naungan *Sugar Group Companies (SGC)*, *Rose Brand* dibawah naungan PT. Sungai Budi, Sania, dan Maniskita dibawah naungan Perum Bulog.

Oleh karena itu, diharapkan penelitian ini nantinya dapat menjadi referensi bagi produsen gula pasir agar mengetahui preferensi konsumen terhadap gula pasir yang akan dipasarkan. Penulis juga tidak menemukan penelitian yang sama di tempat penelitian. Oleh karena itulah, gula pasir tepatnya di Kecamatan Indralaya dengan studi kasus di pasar tradisional Indralaya Mulya.

### **1.1. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan-rumusan masalah yang ada dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang membeli gula pasir di Kecamatan Indralaya?
2. Atribut gula pasir yang bagaimanakah yang menjadi preferensi konsumen di Kecamatan Indralaya?
3. Atribut yang bagaimanakah yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian gula pasir di Kecamatan Indralaya?

### **1.2. Tujuan dan Kegunaan**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dan kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen yang membeli gula pasir di Kecamatan Indralaya.
2. Mengidentifikasi atribut gula pasir yang menjadi preferensi konsumen di Kecamatan Indralaya.
3. Menganalisis atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam membeli gula pasir di Kecamatan Indralaya.

Adapun kegunaan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, pengalaman serta dapat mempraktikkan teori yang didapat di dalam kampus, juga dapat mengetahui permasalahan permasalahan terkait penelitian yang terjadi di masyarakat dan belajar bersosialisasi dengan masyarakat.
2. Bagi produsen serta pemasar gula Pasir, diharapkan dapat menambah wawasan tentang preferensi konsumen terhadap pembelian gula pasir yang nantinya dapat menjadi acuan dan pertimbangan pengambilan keputusan sehingga mempermudah pemasaran dan mengetahui karakteristik gula pasir yang sesuai dengan selera konsumen.
3. Bagi pemerintah, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi acuan dan pertimbangan dalam membuat kebijakan terkhusus kebijakan impor gula dan kebijakan standar operasi pabrik gula yang ada di Indonesia.
4. Bagi pihak lain, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber informasi, pengetahuan dan wawasan serta dapat menjadi referensi apabila melakukan penelitian yang sejenis



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi. 2017. Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Kencana.
- Akpoyomare. 2012. *The Influence of Product Attributes on Purchase Decision in the Nigerian Food and Beverages Industry: A Study of Lagos Metropolis*. Journal of Business and Management. Vol. 1 No. 4.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2022. Distribusi Perdagangan Komoditas Gula Pasir Indonesia. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Ogan Ilir. 2022. Ogan Ilir Dalam Angka dalam Angka 2021. Badan Pusat Statistik. Palembang.
- Darwin, P. 2013. Menikmati Gula Tanpa Rasa Takut. Sinar Ilmu. Yogyakarta.
- Dhameria, V. 2014. Analisis Pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif (Studi Pada Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang). Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, XIII(1): 1-44.
- Emiliana, Sadilah. 2011. Masyarakat di Kawasan Situs. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Jakarta.
- Engel JF, Roger DB, Paul WM. 2004. Perilaku Konsumen. Edisi Keenam. Jilid 1. Budiayanto. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Evi Yudianto. 2012. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Sabun Cream (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso). Skripsi. Universitas Jember Fakultas Ekonomi. Jember.
- Fredereca, Chairy. 2018. Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Blackberry". Jurnal Universitas Tarumanegara Vol. 3 No 2.
- Ghozali. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Halim Fitri. 2015. Manajemen Pemasaran Jasa. Yayasan Kita Menulis.
- Hamzan Wadi dan Bayu Rahanatha. 2019. Hubungan Variabel Demografi dengan Respon Konsumen Terhadap Iklan Merk Top Coffe di Kota Denpasar. Jurnal Ekonomi 2(9) : 1036-1052. Denpasar.
- Harianto. 2017. Analisis Permintaan Impor Bawang Merah di Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 1 No 4.
- Irawan, B. 2010. Analisis Pendapatan Dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Pada Agroekosistem Tipe Sawah Tadah Hujan Dan Lahan Kering Di Kabupaten Lampung Selatan (Skripsi). Bandar Lampung: Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung.
- Isa. 2019. Perilaku Konsumen. Jilid I. Erlangga. Jakarta.

- Kotler, P dan Armstrong, Gary. 2010. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Lestari. 2016. Kualiatas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio”, Jurnal EMBA. Vol. 1, No. 3.
- Muri Yusuf. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Prenadamedia Group. Jakarta.
- Mutmainah. 2016. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Iklan Terhadap Brand Image dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Kawasaki. Jurnal WIGA Vol.3 NO. 1. Maret 2013 ISSN NO 2088-0944.
- Neuman, W. Lawrence. 2003. *Social Research Methods. Qualitative and Quantitative Approaches*. Allyn and Bacon. London.
- Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2017. Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Prasetijo, Ristiyanti. 2015. Perilaku Konsumen. Andi Offset. Yogyakarta.
- Rahardja dan Manurung. 2010. Teori Ekonomi Mikro (Suatu Pengantar). Lembaga Penerbit FEUI. Jakarta.
- Safrida, E. 2020. Komoditas Perkebunan Tebu. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, Sekretariat Jendral. Jakarta.
- Semiawan, C. R. 2010. Metodei Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya. Grasindo. Jakarta.
- Simamora, B. 2004. Riset Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Situngkir. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Inovva di Semarang”, Journal of Management, Vol. 2, No. 3. Semarang.
- Soekartawi. 2012. Teori Ekonomi Produski dengan pokok bahasan Analisis Fungsi Produski *Cob-Douglas*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta .
- Sofa. 2019. Analisis Permintaan dan Penawaran Gula Pasir di Indonesia. S2 Ekonomi Pertanian, Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Soleh Ibrahim. 2017. Analisis Perilaku Konsumen dalam Membeli Cabai Merah Keriting di Pasar Tradisional dan Pasar Modern Kota Palembang. Skripsi. Palembang.
- Sugiyanto. 2007. Perilaku Konsumen: Analisis Model Keputusan Pembelian Gula, Universitas Atmajaya Press. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2003. Statistika Nonparametris untuk Penelitian. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Suharno dan Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2004. Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.



- Sukirno. 2013. *Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2. Edisi 4.* Erlangga. Jakarta.
- Sumarwan, U. 2014. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran.* Jakarta: Ghalia Indonesia. Umar, Husein. *Metode Penelitian: Aplikasi Dalam Pemasaran.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suprihati. 2015. *Analisis Faktor–faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo.* Skripsi. Jawa Tengah.
- Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi.* Alfabeta. Bandung.
- Yusuf. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan.* Prenadamedia Group. Jakarta.

