

**PENGARUH PREFERENSI DAN FAKTOR KONSUMEN YANG MEMPENGARUHI
MANAJEMEN PEMASARAN DARI PADI HITAM DI GEOPARK CILETUH-
PELABUHANRATU**

***EFFECT OF CONSUMER PREFERENCES AND FACTORS AFFECTING
MARKETING MANAGEMENT OF BLACK RICE IN GEOPARK
CILETUH- PELABUHANRATU***

Oleh:

(* Neneng Kartika Rini, S.P., M.P dan Venita Sofiani, S.E., M.Si
Universitas Muhammadiyah Sukabumi

ABSTRAK

Membangun Kecamatan Ciemas Sukabumi Tepat Ciletuh ke Geopark atau jangka panjang sebagai tujuan wisata Objek wisata geologi di wilayah Sukabumi perlu persiapan dan perencanaan yang tepat. Hal ini terkait dengan tidak sedikit potensi yang dapat dikembangkan di Kabupaten Ciemas. Selain itu ada beberapa sumber air terjun yang sangat indah, bebatuan yang memiliki nilai sejarah dari sejarah pembentukannya, Panenjoan sebagai Amphitheater, pantai Ciletuh, Cikadal, dan Palangpang, hutan Mangrove, hutan Bambu, juga ada beberapa komoditas alam yang memiliki karakteristik dan potensi lokal Unggul yang dapat dikembangkan. Manggo, Beras Hitam, Beras Merah, Batu Akik, Batik Pakululan, Bunga Raflesia Fatma. Keindahan, keunikan, dan potensi lokal daerah dapat memberikan peluang untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi penduduk setempat.

Beras hitam adalah salah satu komoditas lokal yang paling potensial untuk dikembangkan. Dari alam dan iklim yang berkembang berbeda dengan beras putih yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat umum. Nasi hitam hidup di tanah huma yang tidak membutuhkan banyak air seperti padi. Namun dari kandungan nutrisi dan manfaatnya tidak kalah hebat. Harga beras hitam lebih tinggi dari beras putih atau beras konsumsi. Namun saat musim panen tiba pasokan beras hitam di petani melimpah, dan proses pemasarannya masih terbatas. Karena keunggulan yang dimiliki oleh beras hitam perlu untuk memeriksa pengaruh preferensi konsumen dari beras hit dan faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen pemasaran. Menggunakan tes IPA (Analisis Kinerja Penting), analisis regresi linier berganda, dan Chi Square untuk melihat hubungannya. Diharapkan beras hitam dapat menjadi salah satu komoditas unggulan dan salah satu ikon kawasan Geopark Ciletuh dan desa lainnya di kabupaten Sukabumi.

Hasil penelitian menemukan bahwa preferensi konsumen terhadap nutrisi, tekstur, warna menjadi prioritas utama. Selera dan aroma preferensi kuadran dipertahankan. Kemudahan memasak, hama kotoran beras, kemurnian beras, batas penggunaan, dan kandungan air beras prioritas rendah. Faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen pemasaran meliputi: preferensi konsumen, harga, produk, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen pemasaran. Sedangkan tempat tidak berpengaruh (tidak signifikan) pada manajemen pemasaran. Hasil Chi Square menunjukkan hubungan antara preferensi konsumen dan manajemen pemasaran beras hitam.

Kata Kunci: *Preferensi konsumen, Manajemen pemasaran, beras hitam, Geopark Ciletuh*

I. PENGANTAR

1.1 Latar Belakang

Pendapatan lokal (PAD), merupakan poin penting menuju kemerdekaan daerah untuk memenuhi otonomi daerah dan desentralisasi. Untuk itu daerah harus memaksimalkan sumber pendapatan lokal dan berinovasi untuk mencari sumber lain. Penghasilan masyarakat. Wilayah-wilayah independen dan maju akan ditunjukkan oleh kesejahteraan rakyat (kesejahteraan sosial) yang dicirikan oleh pendapatan yang tinggi. Pendapatan yang tinggi akan menciptakan sumber pembiayaan pembangunan dari tabungan, investasi, dan produktivitas tinggi.

Melalui Geopark, orang-orang diundang untuk mengeksplorasi sumbu waktu geologis yang periodenya tidak hanya mencakup ratusan tahun tetapi hingga jutaan tahun. Geopark tidak hanya menyajikan sifat geologis yang monokular, tetapi juga kehidupan yang ada di dalamnya, manusia, hewan dan tumbuhan. Manusia mungkin hidup di dalamnya selama beberapa generasi, bekerja di wilayah itu sehingga menghasilkan beberapa nilai ekonomi sendiri. Melalui pengembangan Geopark, nilai ekonomi masyarakat lokal akan ditingkatkan, sejalan dengan kegiatan konservasi berkelanjutan dan pendidikan yang merupakan kegiatan di kawasan ini. Geopark adalah bentuk apresiasi kita semua terhadap nilai dan makna dari keunikan, kelangkaan dan estetika keragaman dan warisan geologi yang terkandung dalam suatu wilayah. Didukung oleh pilar pembangunan berkelanjutan, pengembangan kawasan karakteristik khusus ditujukan kepada komunitas lokal yang tinggal di dan sekitar kawasan Geopark. Dengan demikian masyarakat setempat akan merasakan manfaat yang diperoleh, langsung atau tidak langsung, dari kegiatan pembangunan Pulau di daerahnya.

Geopark adalah kawasan lindung berdasarkan arti khusus geologi, kelangkaan dan keindahan. Fenomena ini melambangkan sejarah, peristiwa, dan

proses bumi. Seperti Taman Nasional, Geopark berada di bawah manajemen pemerintah tempat situs tersebut berada.

Selain membuka peluang untuk penelitian dan pendidikan, Geopark memiliki potensi besar untuk mengembangkan ekonomi lokal. Situasi ini akan menciptakan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi baru. Geopark dapat dikembangkan menjadi objek dan atraksi (geotourism), selain tempat produksi, pemasaran, serta pelatihan untuk komoditas lokal seperti; Mangga, makanan laut, beras hitam, beras merah, olahan pisang, kerajinan tangan (geoproduk) seperti cetakan fosil, sediaan bambu, dan suvenir.

1.2 Maksud dan Tujuan

Tujuan melakukan Penelitian tentang Preferensi Konsumen serta Faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran beras hitam adalah untuk menghasilkan informasi kepada produsen, yaitu kelompok petani dan pengolahan hasil, dan pemerintah daerah, tentang prospek beras hitam yang sangat besar di Kawasan Geopark Ciletuh.

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- A. Meningkatkan upaya untuk mengelola beras hitam di kawasan Geopark Ciletuh, Kecamatan Ciemas, Kabupaten Sukabumi secara terpadu
- B. Mendorong partisipasi dan integritas di antara para pemangku kepentingan di pemerintah, antar-lembaga, sektor swasta dan masyarakat dalam mengembangkan upaya pengelolaan beras hitam sebagai komoditas lokal yang bertanggung jawab.
- C. Memberikan arahan bagi Produsen, Konsumen, Instansi Pemerintah, pihak swasta, masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya tentang strategi pengelolaan beras hitam, di Wilayah Geopark, Kecamatan Ciemas, Kabupaten Sukabumi.
- D. Mengembangkan rencana pengembangan beras hitam sebagai bagian dari kegiatan ekonomi di Geopark Ciletuh Pelabuhanratu.

1.3 Identifikasi Problem

Identifikasi masalah yang akan dipelajari adalah:

1. Preferensi Konsumen Beras Hitam
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen pemasaran beras hitam
3. Hubungan preferensi konsumen dan pemasaran beras hitam

3. Keterbatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder melalui wawancara pada sisi petani / kombinasi kelompok tani padi hitam, distributor beras hitam, konsumen beras, BP3K, penyuluh pertanian, pihak desa dan kecamatan setempat. Dengan lebih memfokuskan data pada preferensi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen pemasaran beras hitam di Geopark Ciletuh, serta hubungan preferensi konsumen dengan pemasaran beras hitam.

4. Rumusan Masalah

1. Apa preferensi konsumen beras hitam
2. Faktor - Faktor apa yang mempengaruhi manajemen pemasaran beras hitam
3. Apakah ada hubungan antara preferensi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen pemasaran beras hitam

5. Studi Studi Sebelumnya

Tinjauan atas penelitian sebelumnya tentang pengelolaan agribisnis beras hitam dalam upaya mengembangkan komoditas lokal di Geopark Ciletuh (KartikaRini, N. 2014). Menjelaskan bagaimana sistem manajemen agribisnis padi hitam berkisar mulai dari pemurnian benih hingga beras hitam murni, budidaya, pemasaran, dan pengolahan untuk meningkatkan nilai beras hitam.

Dalam kaitannya dengan preferensi konsumen, peneliti juga telah melakukan penelitian pada komoditas lokal lainnya yaitu Manggis, terkait dengan preferensi konsumen dari produk tepung kulit

manggis (NurMilla, A dan KartikaRini, N. 2014), diproduksi bahwa lebih disukai produk konsumen dari Olahan Tepung kulit manggis adalah Sabun dan masker kecantikan dari tepung manggis yang diproses, dibandingkan dengan selai kacang manggis dan mangosteendodol.

Preferensi konsumen pada anggrek dan impor lokal, serta hubungannya dengan konsistensi Standardisasi Anggrek Nasional pada Daya Saing Anggrek Lokal dan Impor (KartikaRini., N. 2012), menghasilkan hubungan antara preferensi konsumen dan Konsistensi standardisasi Anggrek Nasional pada Daya Saing dan Impor Anggrek Lokal.

6. Studi Studi Sebelumnya

Tinjauan atas penelitian sebelumnya tentang pengelolaan agribisnis beras hitam dalam upaya mengembangkan komoditas lokal di Geopark Ciletuh (KartikaRini, N. 2014). Menjelaskan bagaimana sistem manajemen agribisnis padi hitam berkisar mulai dari pemurnian bibit hingga beras hitam murni, budidaya, pemasaran, dan pengolahan untuk meningkatkan nilai beras hitam.

Dalam kaitannya dengan preferensi konsumen, peneliti juga telah melakukan penelitian pada komoditas lokal lainnya yaitu Manggis, terkait dengan preferensi konsumen dari produk tepung kulit manggis (NurMilla, A dan KartikaRini, N. 2014), diproduksi bahwa lebih disukai produk konsumen dari Olahan Tepung kulit manggis adalah Sabun dan masker kecantikan dari tepung manggis yang diproses, dibandingkan dengan selai kacang manggis dan mangosteendodol.

Preferensi konsumen pada anggrek dan impor lokal, serta hubungannya dengan konsistensi Standardisasi Anggrek Nasional pada Daya Saing Anggrek Lokal dan Impor (KartikaRini., N. 2012), menghasilkan hubungan antara preferensi konsumen dan Konsistensi standardisasi Anggrek Nasional pada Daya Saing dan Impor Anggrek Lokal.

II. METODE PENELITIAN

2.1. Lokasi dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di Wilayah Geopark Ciletuh, Kecamatan Ciemas, Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa Barat. Waktu penelitian dimulai dari Februari hingga Mei 2017. Beberapa lokasi spesifik yang menjadi pusat penelitian adalah kabupaten dan desa yang berada di Kabupaten Sukabumi.

2.2 Metode Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif melalui pendekatan survei dalam pengumpulan datanya. Studi deskriptif lebih ditekankan pada penemuan fakta di bidang penafsiran yang tepat. Survei adalah teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk mengumpulkan jumlah data yang relatif besar dalam suatu populasi. Survei dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada responden yang dipilih dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data dari suatu populasi. Alat analisis yang digunakan adalah IPA (Important Performance Analyze), Multiple Linear Regression, dan Chi Square untuk melihat hubungannya.

2.3. Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh langsung di lapangan melalui wawancara dan observasi langsung di lapangan. Sumber data sekunder diperoleh melalui data tumpukan meja, literatur, dan artikel yang berkaitan dengan penelitian sebelumnya. Data yang diambil, adalah:

- A. Data RTRW Kabupaten Sukabumi
- B. Data kondisi penggunaan lahan yang ada
- C. Data tentang jenis usaha, kapasitas bisnis dan pendapatan masyarakat Geopark Ciletuh
- D. Data SDM petani atau produsen beras hitam
- E. Data Sosial dan Budaya komunitas Geopark
- F. Data produksi, skala usaha, pendapatan produsen beras hitam

2.4. Teknik Pengambilan Responden

Pengambilan responden dilakukan secara purposive kepada stakeholder terkait dengan penelitian, Stakeholder terdiri dari instansi pemerintah terkait di Kabupaten Sukabumi, petani, kelompok tani, penghasil beras hitam, distributor, asosiasi dan tokoh masyarakat yang dipilih menjadi narasumber. Orang-orang yang memiliki pengetahuan atau kompetensi yang terkait dengan perikanan serta dianggap mewakili daerah komoditas beras hitam di kawasan Geopark Ciletuh.

III. HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan hasil uji analisis yang dilakukan pada Produser, Distributor, dan Konsumen Beras Hitam, diperoleh hasil sebagai berikut:

3.1 Hasil dari tes Analisis Konsumen Beras Hitam ditunjukkan dalam diagram Cartesian berikut;

Tidak. *Cartecians Quadrant Type of Indicator* per Responden kategori Produsen dan Distributor

A Prioritas Utama

1. Nutrisi
2. Tekstur
3. Warna

B Pertahankan

1. Rasa
2. Bau
3. Tekstur
4. Taste
5. Aroma

C. Prioritas rendah

1. Konten air rumah
2. Cara memasak
3. Sampah beras
4. Batasan Penggunaan

D. Berlebihan

Berdasarkan diagram dapat dilihat bahwa:

- A. Kuadran I, Prioritas Utama: ada indikator nutrisi, tekstur, dan warna
- B. Kuadran II, Preserve: ada indikator rasa dan aroma

- C. Kuadran III, Prioritas Rendah: ada indikator kadar air, batas penggunaan, metode memasak, kotoran pada beras hitam.
- D. Kuadran IV, Berlebihan: - (Tidak ada)

Kandungan nutrisi beras hitam sangat baik karena memiliki kandungan B1 lebih besar dari nasi putih dan beras merah, baik untuk jantung dan dapat dikonsumsi dengan aman oleh penderita diabetes. Berisi anti-agen yang dapat memperbaiki sel-sel penuaan. Tekstur dan warna yang dominan menjadi potensi besar untuk beras hitam untuk digunakan sebagai bahan mentah untuk makanan olahan dan kosmetik.

Beberapa produk olahan dari beras hitam sebagai uji preferensi konsumen meliputi: Brownis Lava, Breaksi Creacers, dan Cucur Coal

3.2 Hasil analisis regresi linier berganda dari faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen Pemasaran Beras Hitam, dapat dilihat pada tabel berikut:

- Berdasarkan Tabel dijelaskan bahwa;
1. Nilai Ho kurang dari H1 maka, Hipotesis diterima. Ada perbedaan signifikan dalam Harga, Produk, dan Promosi
 2. Ho lebih besar dari H1, Maka H1 ditolak Tidak ada perbedaan signifikan pada tempat

3.3 Hasil uji analisis Chi Square, melihat hubungan antara preferensi konsumen dan faktor pemasaran Beras Hitam di Geopark Ciletuh Pelabuhanratu.

Marketing Factors	Frekuensi of Consumer Preferention					Σ
	5(ST)	4(T)	3(S)	2(R)	1(SR)	
Price	0	0	2(0,72)	0	0	2
Product	0	17 (10,15)	9 (10,44)	3 (14,04)	0	29
Place	0	0	6(4,68)	5(3,19)	2 (0,39)	13
Promotion	6(2,55)	3(5,95)	7(6,12)	0	1(0,51)	17
< Standar	9(5,25)	15 (13,65)	12 (6,12)	3(4,29)	0	39
Σ	15	35	36	11	3	100

Hasil Chi Square menunjukkan bahwa dengan rumus χ^2 Arithmetic Chi (x 2) Square, maka diperoleh nilai χ^2 hitungan 38,42 untuk Faktor Pemasaran dimana $\chi^2_{hit} > \chi^2_{tabel}$, yang terbukti $34,42 > 26,30$, maka Ho ditolak, H1 diterima, hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa ada Hubungan Antara Preferensi Konsumen dan Faktor Pemasaran Beras Hitam. Semakin tinggi nilai faktor pemasaran, semakin tinggi preferensi konsumen terhadap Beras Hitam.



IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Hasil penelitian menemukan bahwa preferensi konsumen untuk nutrisi, tekstur, warna menjadi prioritas utama. Pilihan rasa kuadran dipertahankan atau dipertahankan. Kemudahan memasak, kontaminasi hama beras, kemurnian beras, batas penggunaan, dan kandungan air rendah dari beras prioritas rendah. Faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen pemasaran meliputi: preferensi konsumen, harga, produk, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen pemasaran. Sedangkan tempat tidak berpengaruh (tidak signifikan) terhadap manajemen pemasaran. Hasil Chi Square menunjukkan hubungan antara preferensi konsumen dan manajemen pemasaran beras hitam.

4.2. Saran

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk meningkatkan kualitas beras hitam dari prioritas rendah guna meningkatkan pengembangan pengolahan produk Beras Hitam menjadi produk olahan Black Rice menjadi produk cinderamata khas Geopark Ciletuh Pelabuhanratu yang dicari dan disukai oleh wisatawan.

REFERENSI

- KartikaRini, N. 2012. Pengaruh Preferensi Konsumen dan Konsistensi Standardisasi Anggrek Nasional pada Anggrek Lokal dan Daya Saing Impor. Skripsi. Melanjutkan Unsoed, ISBN: 978-602-70388-1-3
- _____ dan NurAmalia, A. 2014. Preferensi Konsumen Terhadap Produk Olahan Tepung Daun Manggis. Lanjutkan tanpa suara. ISBN: 978-602-70388-1-3
- _____. 2015. Manajemen Agribisnis Padi Hitam Dalam Upaya Mengembangkan Komoditas Lokal di Kawasan Geopark Ciletuh Kabupaten Sukabumi. Buku Studi Geopark. ISBN: 978-602-70388-1-3
- Hendarsyah, K. 2014. Pengembangan Area Geopark Ciletuh. Melanjutkan Unsoed. ISBN: 978-602-70388-1-3
- Widyaningsih, Nikken Setyowati,. 2010. Relevansi Preferensi Penduduk terhadap Fasilitas Kota yang Mempengaruhi Faktor Pembangunan Perkotaan, Jurnal Plannit, Th I / No.2 Juli-Agustus.
- Sumarwan, U. 1999. Mengamati Pasar Agribisnis Melalui Analisis Konsumsi Perilaku Konsumen dan Pembelian Buah. Manajemen Majalah Agribisnis dan Volume Teknologi 3 November. Magister Manajemen Agribisnis. Institut Pertanian Bogor (IPB).
- _____. 2003. Perilaku Konsumen, Teori dan Adopsi dalam Pemasaran. PT Ghalia Indonesia. Master Manajemen Agribisnis IPB.
- Sunyoto, D. 2011. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. PT. Buku Menyenangkan Kirim masukan Histori Disimpan Komunitas