



INTISARI

Beras mocaf merupakan salah satu produk pangan yang diinovasikan dalam rangka mendukung program diversifikasi pangan untuk mengurangi ketergantungan terhadap konsumsi beras putih. Namun, beras mocaf sebagai produk pangan baru belum terlalu dikenal oleh masyarakat luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) preferensi konsumen berdasarkan sikap terhadap atribut dari beras mocaf dan (2) faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap beras mocaf. Penelitian dilakukan di dua kemantren di Kota Yogyakarta dengan menggunakan uji organoleptik terhadap 60 responden. Atribut beras mocaf yang diteliti adalah rasa, tekstur, aroma, manfaat, dan harga. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode multiatribut Fishbein dan metode regresi logistik multinomial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) preferensi konsumen secara keseluruhan terhadap beras mocaf belum dapat ditentukan antara suka dan tidak suka karena adanya penilaian yang berbeda-beda pada tiap atribut dengan atribut manfaat menjadi yang paling disukai; atribut tekstur, aroma, dan harga dinilai netral; serta atribut rasa kurang disukai oleh konsumen dan (2) faktor yang memengaruhi preferensi konsumen berdasarkan kategori sikap konsumen terhadap beras mocaf, yaitu tingkat pendidikan konsumen.

Kata kunci: preferensi konsumen, beras mocaf, beras analog, multiatribut fishbein, logistik multinomial.



ABSTRACT

Mocaf rice is one of the food products that is innovated in order to support food diversification programs to reduce dependence on white rice consumption. However, mocaf rice as a new food product is not well known by the wider community. This study aims to determine (1) consumer preferences based on attitudes towards the attributes of mocaf rice and (2) the factors that influence consumer preferences for mocaf rice. The study was conducted in two sub-districts in Yogyakarta City by using an organoleptic test on 60 respondents. The attributes of mocaf rice studied were taste, texture, aroma, benefits, and price. The analytical method used in this study is the Fishbein multi-attribute and multinomial logistic regression. The results showed that (1) the overall consumer preference for mocaf rice could not be determined between likes and dislikes because of the different assessments on each attribute with benefits attribute being the most preferred; texture, aroma, and price attributes are considered neutral; taste attribute is less favored by consumers and (2) factor that influences consumer preferences based on the category of consumer attitudes towards mocaf rice, namely the education level of consumer.

Keywords: consumer preferences, mocaf rice, analog rice, fishbein multi-attribute, multinomial logistic regression.