

ANALISIS PENERIMAAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS BERAS ORGANIK “JOSS” (JATISARONO ORGANIK SEHAT SEJAHTERA)

Hasna Difa Salisa¹, Novita Erma Kristanti², Anggoro Cahyo Sukartiko³

INTISARI

Konsumsi beras organik terus meningkat diiringi dengan semakin banyaknya produk beras organik di pasar. Hal tersebut berdampak pada semakin ketatnya persaingan bagi sebuah produk beras organik untuk dipilih konsumen. Salah satu upaya bagi produk baru untuk dapat diterima oleh konsumen yaitu dengan memperhatikan kualitasnya dan mengetahui tingkat penerimaan konsumen terhadap produk tersebut. Objek utama pada penelitian ini adalah Beras Organik JOSS yang merupakan produk lokal dari Daerah Istimewa Yogyakarta dan saat ini masih dalam tahap pengenalan pasar. Tujuan penelitian ini adalah melakukan analisis profil dan posisi kualitas serta mengetahui tingkat penerimaan konsumen produk Beras Organik JOSS. Sampel beras yang digunakan adalah beras aromatik organik, yaitu: Beras Organik JOSS (Menor), beras Merek X (Mentik Susu), beras Merek Y (Pandan Wangi). Sampel berasal dari lingkup area yang sama dengan rentang harga dan kurun waktu produksi yang sama. Atribut warna, dimensi, dan kekerasan beras merupakan mutu fisik yang diuji, sedangkan pengujian mutu kimia meliputi kadar air, kepulenan nasi, dan umur simpannya. Dimensi beras dihitung menggunakan *software* ImageJ, kekerasan beras menggunakan *Universal Testing Machine*, kadar air beras menggunakan *moisture analyzer*, warna beras menggunakan *chromameter*, kepulenan beras menggunakan spektrofotometer, umur simpan dan penerimaan konsumen dengan uji sensoris. Beras Organik JOSS memiliki karakteristik beras dengan warna putih kusam, bentuk beras yang medium, dan cenderung mudah patah. Tekstur nasi dari beras ini tidak terlalu pulen maupun pera. Nasi yang dihasilkan dari beras ini memiliki umur simpan 24-36 jam. Berdasarkan uji penerimaan konsumen, Beras Organik JOSS memiliki nilai penerimaan tertinggi pada atribut kepulenan nasi, sedangkan atribut mutu yang memiliki nilai penerimaan terendah adalah keutuhan beras. Hasil tersebut membuktikan bahwa tingkat keutuhan Beras Organik JOSS yang paling tidak disukai ternyata menghasilkan tekstur nasi yang paling disukai konsumen.

Kata kunci : atribut mutu, beras organik, penerimaan konsumen, uji hedonik

¹Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

²Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

CONSUMER ACCEPTANCE ANALYSIS TOWARDS THE QUALITY OF “JOSS” (JATISARONO ORGANIK SEHAT SEJAHTERA) ORGANIC RICE

Hasna Difa Salisa¹, Novita Erma Kristanti², Anggoro Cahyo Sukartiko³

ABSTRACT

Consumption of organic rice continues to increase accompanied by the increasing number of organic rice products in the market. This results in increasingly tight competition for an organic rice product. To pay attention to the quality of new products is one of the efforts to meet consumer expectations. In addition, it is also necessary to the level of consumer acceptance on the product. The main subject of this research is JOSS Organic Rice, a local product from Yogyakarta Special Region that is currently still in the introduction phase to the market. The purpose of this study is to conduct an analysis of the profile and quality position and to determine the level of consumer acceptance towards JOSS Organic Rice. The rice samples used in this study are organic white and aromatic rice from JOSS Organic Rice (Menor), rice from Brand X (Mentik Susu), and rice from Brand Y (Pandan Wangi). The samples have the same limitations in terms of location, price, and production period. The physical quality testing includes attributes such as rice color, rice dimensions, and rice hardness. Meanwhile, the chemical quality testing includes moisture content, rice whiteness, and rice shelf life. Rice dimensions are calculated using ImageJ, rice hardness is tested using a Universal Testing Machine, rice moisture content is measured using an moisture analyzer, rice color is assessed using a chromameter, rice whiteness is measured using a spektrofotometer, shelf life is evaluated through sensory testing, and consumer acceptance is determined through hedonic testing. JOSS Organic Rice has the characteristic of having a dull white color, medium rice grain shape, but it tends to break easily. The texture of the cooked rice from JOSS Organic Rice is not too sticky nor too loose. Its shelf life is approximately 24-36 hours. Based on consumer acceptance tests, JOSS Organic Rice scored highest in terms of rice stickiness attribute, while the attribute related to rice appearance had the lowest consumer acceptance score. These results proved that the most disliked of JOSS Organic Rice's appearance surprisingly resulted in the most preferred cooked rice by consumers.

Keywords : quality attributes, organic rice, hedonic test, consumer acceptance

¹Student of Agro-industrial Technology Department, FTP UGM

²Lecturer of Agro-industrial Technology Department, FTP UGM