

INTISARI

Beras merupakan makanan pokok bagi sebagian besar penduduk di dunia, termasuk di Indonesia. Indonesia memiliki banyak varietas beras, salah satunya beras hitam. Daerah Istimewa Yogyakarta adalah salah satu daerah yang memiliki beras hitam lokal. Harga jual beras hitam lebih tinggi dibanding beras putih, namun produsen kurang berminat untuk menanam karena umurnya yang relatif panjang dan produktivitasnya lebih rendah dari beras putih. Beras hitam juga merupakan alternatif pangan fungsional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sifat fungsional beras hitam, mengetahui persepsi dan *willingness to pay* (WTP) konsumen, persepsi dan *willingness to accept* (WTA) produsen, serta mengembangkan strategi pemasaran beras hitam lokal DIY. Penelitian ini dilakukan di wilayah DIY, yaitu Kabupaten Sleman, Bantul, dan Gunungkidul yang merupakan daerah penghasil beras hitam lokal. Teknik pengambilan sampel yaitu *purposive* dan *snowball sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang konsumen dan 30 orang petani. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji aktivitas antioksidan DPPH, analisis faktor, *Contingent Valuation Method* (CVM), analisis SWOT, serta QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas antioksidan beras hitam lokal DIY adalah 78,66%, kemudian faktor yang paling berpengaruh terhadap persepsi konsumen adalah faktor atribut mutu, sedangkan faktor harga jual sesuai kualitas adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap persepsi produsen. WTP konsumen sebesar Rp. 29.000 ± Rp. 7.050/kg, sedangkan WTA produsen sebesar Rp. 19.800 ± Rp. 4.880/kg, yang berarti konsumen bersedia untuk membayar beras hitam lebih tinggi karena manfaat bagi kesehatan. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan antara lain adalah dengan melakukan promosi yang lebih masif dengan bantuan pemerintah, memperluas lokasi penjualan, memperluas dan memperkuat jaringan pemasaran, meningkatkan kinerja kelembagaan petani, serta meningkatkan produksi beras hitam lokal DIY.

Kata kunci: Aktivitas antioksidan, beras hitam, persepsi, strategi pemasaran, *willingness to accept*, *willingness to pay*

ABSTRACT

Rice is a staple food for most of the population in the world, including Indonesia. Indonesia has many rice varieties, including black rice. Special Region of Yogyakarta is one of the regions that has local black rice. Black rice has higher price compared to white rice, but producers do not really interest to plant black rice because it needs longer time to harvest and lower productivity than white rice. Black rice is also a functional food alternative. This research was aimed to determine functional properties of black rice, consumer perceptions and willingness to pay (WTP), producer perceptions and willingness to accept (WTA), and develop a marketing strategy for local black rice. This research was conducted in Special Region of Yogyakarta (Yogyakarta) area, which was Sleman, Bantul, and Gunungkidul Regencies as producers of local black rice. The sampling technique was purposive and snowball sampling. Respondents were 100 consumers and 30 farmers. The methods used were descriptive analysis, DPPH, factor analysis, Contingent Valuation Method (CVM), SWOT analysis, and QSPM. The result of the research showed that antioxidant activity (DPPH) of local black rice was 78,66%, the quality attributes factor was the most influence factor of consumer perceptions, while the selling price according to quality factor was the most influence factor of producer perceptions. Consumer's WTP was Rp. 29.000 ± Rp. 7.050/kg, while producer's WTA was Rp. 19.800 ± Rp. 4.880/kg, which means consumers are willing to pay black rice higher because of its benefit. The marketing strategy for local black rice is to do more massive promotions with government support, expand sales location, expand and strengthen marketing networks, improve farmer institutional performance, and optimize local black rice production.

Keywords: Antioxidant activity, black rice, perceptions, marketing strategy, willingness to accept, willingness to pay