

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN SAYURAN ORGANIK  
BAYAM RAJA (*Amaranthus hybridus* L.) DAN  
BAYAM MERAH (*Amaranthus tricolor* L.)  
CV. TANI ORGANIK MERAPI**

Nuria Dewi Larasati<sup>1</sup>, Dyah Ismoyowati<sup>2</sup>, Nafis Khuriyati<sup>2</sup>

**INTISARI**

Bayam raja merupakan produk yang ingin diangkat oleh CV. Tani Organik Merapi (TOM), namun jumlah permintaannya jauh di bawah bayam merah. Penelitian ini bertujuan untuk mengenali konsumen akhir produk sayuran organik TOM melalui identifikasi karakteristik konsumen dan analisis proses pengambilan keputusan pembelian konsumen serta mengidentifikasi alasan konsumen lebih tertarik membeli bayam merah dibandingkan dengan bayam raja.

Penelitian dilakukan pada bulan Mei-Juni 2015 di 8 cabang Superindo di D.I. Yogyakarta menggunakan kuisisioner dengan penentuan responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen dan proses pengambilan keputusan pembelian, multiatribut Fishbein untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap bayam raja dan bayam merah melalui penilaian tingkat kepercayaan dan evaluasi kepentingan terhadap atribut produk, dan *Crosstab Chi-Square* untuk melihat hubungan karakteristik konsumen dan proses pengambilan keputusan pembelian dengan preferensi konsumen terhadap bayam merah dan bayam raja.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konsumen TOM adalah wanita, berpendidikan S1/S2, pegawai swasta atau ibu rumah tangga, berpendapatan Rp 2.500.000,00 – Rp 5.000.000,00, dan bukan vegetarian. Pertimbangan utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk sayuran organik TOM adalah dari manfaat kesehatannya. Hasil analisis multiatribut Fishbein menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap produk (*Ao*) bayam merah yang lebih positif dibandingkan dengan *Ao* bayam raja, yaitu 5,85 dibandingkan dengan 5,30. Atribut paling penting adalah manfaat kesehatan dan konsumen lebih percaya terhadap manfaat kesehatan bayam merah dibandingkan dengan bayam raja. Karakteristik konsumen dan proses pengambilan keputusan pembelian tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli bayam merah atau bayam raja.

Kata kunci : bayam merah, bayam raja, konsumen, sayuran organik, keputusan pembelian, preferensi

<sup>1</sup>Mahasiswa Jurusan Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

<sup>2</sup>Staf Pengajar Jurusan Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

**PREFERENCE ANALYSIS TOWARDS CV. TANI ORGANIK MERAPI'S  
ORGANIC VEGETABLES CONSUMERS OF  
BAYAM RAJA (*Amaranthus hybridus* L.) AND  
BAYAM MERAH (*Amaranthus tricolor* L.)**

Nuria Dewi Larasati<sup>1</sup>, Dyah Ismoyowati<sup>2</sup>, Nafis Khuriyati<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

Bayam raja (king spinach) is a product that Tani Organik Merapi (TOM) wants to highlight but its demand is far below the demand of bayam merah (red spinach). This study aims to identify the end consumers of TOM's organic vegetables products through the identification of consumer characteristics and analysis of consumer purchasing decision making process and to identify the reasons consumers are more interested in buying bayam merah compared with bayam raja.

The study was conducted in 8 branches of Superindo Yogyakarta from May to June 2015 using questionnaires with purposive sampling technique. Descriptive analysis method is used to identify the characteristics of the consumer and purchasing decision making process, multiatribut Fishbein is used to determine consumer preferences towards bayam raja and bayam merah through the assessment of belief and evaluation level of the product's attributes, and Crosstab Chi-Square is used to identify the correlation of consumer's characteristics and purchasing decision making process with consumer's preferences towards bayam raja and bayam merah.

The results showed that the majority of TOM's consumers is a woman, with education level as undergraduate or master degree, private employee or housewife, income ranges between Rp 2.500.000,00 - Rp 5.000.000,00, and not a vegetarian. The health benefits is the major reason in the purchasing decision process of TOM's organic vegetables. The Fishbein multiatribut analysis results indicate that consumers attitudes (Ao) toward bayam merah better than Ao bayam raja, which is 5.85 compared to 5.30. The most important attribute is the health benefits and consumers believe that the health benefits of bayam merah better than bayam raja. Consumer's characteristics and purchasing decision-making process didn't affect the consumer's decision to buy bayam raja or bayam merah.

Keywords: bayam merah, bayam raja, consumers of organic vegetables, purchasing decision, preference

<sup>1</sup>Student of Agroindustrial Technology Department, Agricultural Faculty of Gadjah Mada University

<sup>2</sup>Lecturer of Agroindustrial Technology Department, Agricultural Faculty of Gadjah Mada University