

Preferensi Konsumen dalam Membeli Jamur Tiram Putih di Kursus Pertanian Taman Tani (KPTT) Kota Salatiga

Puja Anita¹, Shofia Nur Awami¹, Rossi Prabowo¹, Renan Subantoro¹

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Wahid Hasyim, Semarang

*Correspondensi: Puja Anita
Email: pujaanita57@gmail.com

Published: September, 2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen, atribut dan level produk yang menjadi preferensi, serta urutan kepentingan atribut dalam pembelian jamur tiram putih (*Pleurotus ostreatus*) di KPTT Kota Salatiga. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif deskriptif menggunakan kuesioner terhadap 50 responden yang dipilih secara accidental sampling. Analisis data menggunakan conjoint analysis. Hasil penelitian menunjukkan konsumen lebih menyukai jamur dengan harga murah, porsi besar, kondisi segar, pelayanan cepat dengan salam–senyum–sapa, serta tekstur lunak. Atribut yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah harga (33,80%), diikuti porsi (21,62%), kesegaran (20,94%), pelayanan (13,90%), dan tekstur (9,73%). Temuan ini menegaskan pentingnya strategi harga terjangkau dan kualitas produk segar untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Keywords: preferensi konsumen; jamur tiram; analisis conjoint; atribut produk

PENDAHULUAN

Jamur tiram putih (*Pleurotus ostreatus*) merupakan salah satu komoditas hortikultura yang banyak dibudidayakan di Indonesia karena produktivitas tinggi dan sesuai dengan kondisi lingkungan (Astuti & Kartikasari, 2021). Namun, produksi jamur tiram di Jawa Tengah mengalami penurunan dari 115.964,90 kg pada tahun 2021 menjadi 86.948,06 kg pada tahun 2023 (BPS, 2024). Kondisi ini menuntut strategi pemasaran yang mampu menjaga daya serap pasar.

Kursus Pertanian Taman Tani (KPTT) Kota Salatiga merupakan salah satu lembaga pertanian yang aktif memproduksi jamur tiram putih. Meskipun pasarnya cukup potensial, kajian mengenai preferensi konsumen terhadap jamur tiram di KPTT masih terbatas. Penelitian sebelumnya umumnya hanya menyoroti atribut tertentu seperti harga atau kualitas, tanpa mengaitkannya secara menyeluruh dengan karakteristik konsumen.

Preferensi konsumen didefinisikan sebagai kecenderungan konsumen dalam memilih suatu produk berdasarkan atribut tertentu seperti harga, kualitas, porsi, maupun pelayanan (Kotler & Armstrong, 2001). Memahami preferensi konsumen penting bagi KPTT untuk merancang strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis preferensi konsumen dalam membeli jamur tiram putih di KPTT Kota Salatiga dengan menggunakan *conjoint analysis*. Kajian ini diharapkan dapat mengisi celah penelitian mengenai perilaku konsumen jamur tiram pada level lokal, sekaligus memberikan masukan praktis bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif karena sesuai untuk menggambarkan karakteristik konsumen serta mengukur preferensi mereka terhadap atribut produk berdasarkan data empiris (Sugiyono, 2017). Analisis conjoint dipilih karena mampu menilai kombinasi atribut yang memengaruhi keputusan konsumen, berbeda dengan metode lain yang hanya menilai atribut secara terpisah (Zulaikha & Jannah, 2021).

Responden ditentukan menggunakan teknik accidental sampling sebanyak 50 orang konsumen yang membeli jamur tiram di KPTT Kota Salatiga. Kriteria inklusi meliputi konsumen berusia ≥ 18 tahun, pernah membeli jamur tiram di KPTT minimal satu kali dalam tiga bulan terakhir, serta bersedia mengisi kuesioner. Sementara itu, kriteria eksklusi adalah konsumen yang hanya membeli produk lain di KPTT atau tidak bersedia mengikuti survei.

Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur dengan kombinasi pertanyaan tertutup (skala nominal dan ordinal) dan pertanyaan berbasis stimulus conjoint. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson dan semua item dinyatakan valid ($r > 0,3$). Uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,82 yang menunjukkan instrumen reliabel.

Atribut produk ditetapkan melalui studi literatur dan diskusi dengan pengelola KPTT, meliputi: harga (murah, sedang, mahal), porsi (250 gram, 500 gram), kesegaran (sangat segar, segar), pelayanan (cepat ramah, standar), dan tekstur (lunak, agak keras). Desain kombinasi stimulus menggunakan metode full-profile dengan fractional factorial design sehingga diperoleh 16 kombinasi yang kemudian dievaluasi responden. Proses pengumpulan data dilakukan secara langsung di lokasi KPTT selama bulan Mei–Juni 2025 dengan durasi ± 15 menit per responden. Data dianalisis menggunakan analisis conjoint dengan SPSS 25 untuk memperoleh nilai utilitas (utility) dan kepentingan relatif (importance value).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen Jamur di KPTT Kota Salatiga

Karakteristik konsumen jamur tiram putih ditampilkan pada Tabel 1. Sebagian besar responden adalah perempuan (56%) dengan rentang usia 24–32 tahun (42%). Sebanyak 52% responden memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK, dan 36% berprofesi sebagai ibu rumah tangga. Selain itu, 68% responden membeli jamur tiram 1–2 kali per minggu.

Tabel 1. Karakteristik Konsumen Jamur Tiram di KPTT Kota Salatiga

| Kategori | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|-------------------------------------|----------------|----------------|
| Jenis Kelamin - Perempuan | 28 | 56 |
| Jenis Kelamin - Laki-laki | 22 | 44 |
| Usia 24–32 Tahun | 21 | 42 |
| Pendidikan SMA/SMK | 26 | 52 |
| Pekerjaan Ibu Rumah Tangga | 18 | 36 |
| Frekuensi Pembelian 1–2 kali/minggu | 34 | 68 |

Sumber : Data Primer Diolah, 2025.

Atribut dan Level Jamur Tiram yang Menjadi Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen dianalisis menggunakan metode conjoint dengan lima atribut: harga, porsi, kesegaran, pelayanan, dan tekstur. Nilai kepentingan (importance value) tiap atribut disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai Utility dan Importance Atribut Jamur Tiram

| Atribut | Level yang Disukai | Nilai Importance (%) |
|-----------|--------------------------------|----------------------|
| Harga | Murah | 33,80 |
| Porsi | Besar | 21,62 |
| Kesegaran | Segar | 20,94 |
| Pelayanan | Cepat dengan Salam Senyum Sapa | 13,90 |
| Tekstur | Lunak | 9,73 |

Sumber : Data Primer Diolah, 2025.

Berdasarkan Tabel 2, urutan tingkat kepentingan atribut adalah: harga (33,80%), porsi (21,62%), kesegaran (20,94%), pelayanan (13,90%), dan tekstur (9,73%).

Pembahasan

Karakteristik responden pada Tabel 1 menunjukkan dominasi perempuan usia produktif dengan latar belakang pendidikan menengah dan peran penting rumah tangga. Hal ini mendukung temuan Putri dan Maharani (2014) serta Yuliati dan Ardiansyah (2020), bahwa faktor demografis seperti jenis kelamin, pendidikan, dan usia berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi hortikultura. Kondisi tersebut menegaskan bahwa jamur tiram sudah menjadi bagian dari kebutuhan rumah tangga, sebagaimana diperkuat oleh Syahputra dan Siregar (2020) yang menyatakan frekuensi pembelian rutin berkaitan erat dengan loyalitas konsumen produk pertanian segar.

Hasil conjoint analysis pada Tabel 2 menunjukkan harga sebagai atribut dominan dengan nilai kepentingan tertinggi (33,80%). Hal ini menandakan konsumen jamur tiram di KPTT sensitif terhadap aspek ekonomis. Temuan ini sejalan dengan teori perilaku konsumen rasional Kotler dan Armstrong (2001) serta didukung penelitian Aini et al. (2022), Rahmawati dan Fauzan (2021), dan Widodo dan Prasetyo (2022) yang menegaskan bahwa harga menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian produk hortikultura. Sensitivitas harga ini juga konsisten dengan segmen konsumen berpenghasilan menengah ke bawah (\leq Rp2.000.000), sehingga produsen dituntut menjaga keseimbangan antara kualitas dan keterjangkauan.

Selain harga, atribut porsi (21,62%) dan kesegaran (20,94%) memiliki peran penting. Konsumen menilai porsi besar memberikan nilai ekonomis lebih, sementara kesegaran dianggap indikator utama kualitas produk. Hal ini sejalan dengan penelitian Kurniawan dan Fauziah (2023), Pramudya dan Cahyadinata (2012), serta Zulaikha dan Jannah (2021) yang menunjukkan bahwa konsumen hortikultura lebih memilih produk segar dengan kuantitas sesuai kebutuhan rumah tangga. Di KPTT, jamur tiram putih dijual dalam kemasan 250 gram dengan harga Rp6.000, yang dianggap sesuai dengan daya beli konsumen sekaligus memenuhi kebutuhan konsumsi rutin.

Atribut pelayanan (13,90%) menempati urutan keempat. Meskipun nilainya lebih rendah dibandingkan harga, porsi, dan kesegaran, pelayanan yang ramah tetap berkontribusi terhadap pengalaman belanja. Rachmawati et al. (2020) dan Arifin (2019) menegaskan bahwa pelayanan positif meningkatkan persepsi konsumen, bahkan pada produk segar. Namun, temuan ini sedikit berbeda dengan Dharmawan et al. (2024) yang menyatakan loyalitas konsumen produk jamur lebih

dipengaruhi faktor harga dan kualitas dibanding pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan di KPTT lebih berfungsi sebagai faktor pendukung daripada faktor utama.

Atribut tekstur (9,73%) berada pada posisi terakhir. Meskipun kontribusinya rendah, tekstur tetap relevan dalam memengaruhi persepsi kualitas setelah konsumsi. Wulandari dan Setyawati (2019) menunjukkan tekstur berperan dalam kepuasan pascakonsumsi. Namun, hasil penelitian ini sedikit menyimpang dari temuan Mardiyah dan Rina (2020) yang menempatkan karakteristik sensori (tekstur dan rasa) sebagai faktor penting dalam minat beli. Perbedaan ini dapat disebabkan karena mayoritas konsumen KPTT lebih menekankan harga dan kesegaran, sedangkan persepsi tekstur dianggap dapat diatasi melalui cara pengolahan di rumah.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini konsisten dengan studi sebelumnya (Putri & Maharani, 2014; Kurniawan & Fauziah, 2023; Widodo & Prasetyo, 2022), namun juga menunjukkan variasi unik, khususnya terkait atribut tekstur. Hal ini mengindikasikan bahwa preferensi konsumen jamur tiram di KPTT dipengaruhi kombinasi faktor rasional (harga, porsi, kesegaran) dan emosional (pelayanan, tekstur), dengan dominasi pertimbangan ekonomis. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang optimal di KPTT perlu menekankan keterjangkauan harga, menjaga kesegaran produk melalui manajemen pascapanen, serta mempertahankan pelayanan fungsional yang sederhana.

KESIMPULAN

Konsumen jamur tiram putih di KPTT Kota Salatiga didominasi perempuan usia produktif berpendidikan menengah, dengan frekuensi pembelian rutin untuk kebutuhan rumah tangga. Analisis conjoint menunjukkan bahwa atribut harga merupakan faktor utama dalam keputusan pembelian, diikuti porsi dan kesegaran, sementara pelayanan dan tekstur menempati posisi lebih rendah. Temuan ini memperkuat teori preferensi konsumen pada produk hortikultura segar dan secara praktis memberi arahan bagi KPTT untuk menekankan strategi harga terjangkau serta menjaga kualitas dan kesegaran produk. Penelitian lanjutan disarankan menambahkan atribut lain, seperti kemasan atau label organik, dan memperluas cakupan lokasi agar hasil lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, R. N., Sari, D. M., & Saputri, D. F. (2022). Analisis preferensi konsumen terhadap sayuran organik menggunakan conjoint analysis. *Jurnal Agribisnis Indonesia (JAGI)*, 10(2), 153–163. <https://doi.org/10.29244/jagi.10.2.153-163>
- Arifin, Z. (2019). Strategi peningkatan daya saing produk hortikultura melalui pemahaman preferensi konsumen. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 24(1), 45–53. <https://doi.org/10.18343/jipi.24.1.45>
- Astuti, Y. D., & Kartikasari, N. D. (2021). Pengembangan produk olahan jamur tiram putih berbasis PKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 5(2), 180–188. <https://doi.org/10.31599/jabdinas.v5i2.1234>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (2024). *Statistik produksi hortikultura 2021–2023*. Semarang: BPS. Diakses dari <https://jateng.bps.go.id> pada 10 Agustus 2025.
- Conyers, D. (1991). *Perencanaan sosial di dunia ketiga*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Dharmawan, B. P., Rochdiani, D., & Setia, B. (2024). Strategi pemasaran jamur tiram pada Perusahaan Putra Panengah di Kabupaten Ciamis. *Agroinfo Galuh*, 11(2), 613–623. <https://doi.org/10.25157/agroinfoGaluh.v11i2.15892>
- Iqbal, M. (2007). Analisis peran pemangku kepentingan dan implementasinya dalam pembangunan pertanian. *Jurnal Litbang Pertanian*, 26(2), 120–130. <https://doi.org/10.21082/jlitbang.v26n2.2007.120-130>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, E., & Fauziah, N. (2023). Preferensi konsumen terhadap produk hortikultura segar di pasar tradisional. *Jurnal Agribisnis*, 12(1), 88–96. <https://doi.org/10.20884/agribisnis.12.1.2023>.
- Mardiyah, R., & Rina, M. (2020). Analisis preferensi konsumen terhadap produk pangan lokal berbasis jamur tiram. *Jurnal PKM Agroindustri*, 2(3), 45–52. <https://doi.org/10.30872/jpkma.v2i3.123>
- Ningsih, E. A., & Laksani, D. D. (2020). Analisis daya saing sektor pertanian Indonesia (Agriculture in Indonesia: A SWOT analysis). *Prosiding PERHEPI 2014*. <http://perhepi.org/prosiding/2020/analisis-daya-saing>
- Pamungkas, R. A. (2022). Analisis strategi pemasaran jamur tiram putih di Kecamatan Ngemplak. *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret. Diakses dari <https://digilib.uns.ac.id> pada 12 Agustus 2025.
- Pramudya, F. N., & Cahyadinata, I. (2012). Analisis usaha budidaya jamur tiram putih (*Pleurotus ostreatus*) di Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong. *Agriseip*, 11(2), 237–250. <https://doi.org/10.31186/agriseip.11.2.237-250>
- Putri, D. A., & Maharani, D. (2014). Faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap produk hortikultura. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 3(1), 22–31. <https://doi.org/10.31289/jsep.v3i1.123>
- Rachmawati, A., Pratiwi, N. P., & Wibowo, R. (2020). Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen produk pertanian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 18(2), 112–120. <https://doi.org/10.21831/jim.v18i2.30452>
- Rahmawati, E., & Fauzan, A. (2021). Pengaruh harga dan kualitas terhadap minat beli konsumen produk hortikultura. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(1), 77–85. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.01.9>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputra, H., & Siregar, A. N. (2020). Pengaruh frekuensi pembelian terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Agribisnis dan Ekonomi Pertanian*, 8(1), 55–62. <https://doi.org/10.31289/jaep.v8i1.2321>
- Widodo, A., & Prasetyo, F. (2022). Persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian jamur tiram di wilayah perkotaan. *Jurnal Agribisnis dan Pembangunan Ekonomi*, 9(2), 145–153. <https://doi.org/10.15294/jape.v9i2.5839>
- Wulandari, S., & Setyawati, R. (2019). Pengaruh tekstur dan rasa produk jamur tiram terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*, 14(3), 203–209. <https://doi.org/10.20961/jthp.v14i3.6234>

-
- Yuliati, L. N., & Ardiansyah, F. (2020). Analisis segmentasi pasar sayur segar berdasarkan demografi. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 8(1), 45–53. <https://doi.org/10.29244/jai.8.1.45-53>
- Zulaikha, N., & Jannah, M. (2021). Evaluasi kombinasi atribut produk hortikultura dengan analisis conjoint. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 6(2), 102–110. <https://doi.org/10.24843/jma.2021.v6.i2.102>