



ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK GULA SEMUT DI UMKM RANAU BABAN KECAMATAN BATURAJA TIMUR

ANALYSIS PREFERENCE CONSUMER TO PALM CRYSTAL SUGAR IN UMKM RANAU BABAN DISTRICT EAST BATURAJA

Juwarini¹, Henny Rosmawati², Septianita², Windi Lestari², Endang Lastinawati²

⁽¹⁾⁽²⁾Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Baturaja

Jl. Ratu Penghulu Karang Sari No. 02301, OKU, Sumatera Selatan, Telp/Fax 0735-326122

Email: juwarini1204@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze consumer preferences for brown sugar products and find out the attributes that consumers most consider in their decision to buy brown sugar products at Ranau Baban UMKM. This research uses a case study method. The sampling method used the Accidental Sampling technique of 50 brown sugar consumers at Ranau Baban UMKM. Data processing was carried out quantitatively, using Conjoint Analysis. The results of this research show that consumer preference for brown sugar products in Ranau Baban UMKM, East Baturaja District is original flavor variant products, with a price of IDR 20,000,00 - IDR 23,000,00, which are packaged in aluminum foil packaging, have a BPOM label and a halal label, with sizes 500 gr and has an expiration date. The attribute of brown sugar products most considered by consumers when purchasing brown sugar is the BPOM label attribute.

Keywords: *brown sugar, consumer preferences, product attributes*

PENDAHULUAN

Peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat penting bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia. UMKM memberikan kontribusi sebesar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), dan berkontribusi 96,9% terhadap penyerapan tenaga kerja dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Sebagai bagian dari upaya membangun perekonomian

kerakyatan, Presiden Indonesia telah mengeluarkan pedoman pengembangan usaha kecil dan menengah untuk naik kelas dan modernisasi koperasi (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022; Merzarani *et al.*, 2023).

Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan juga sangat mendukung pengembangan UMKM. Menurut data Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sumatera

Selatan, jumlah UMKM di Sumatera Selatan pada tahun 2022 berjumlah 2,2 juta UMKM, namun yang terdata hanya berjumlah 860.000 UMKM.

Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) merupakan salah satu bagian dari Provinsi Sumatera Selatan yang memiliki potensi UMKM yang besar. Jumlah UMKM di Kabupaten Ogan Komering Ulu meningkat pada beberapa bidang, salah satunya pada bidang agribisnis dengan total 4.635 unit usaha pada tahun 2022. Jumlah UMKM per bidang usaha di Kabupaten Ogan Komering Ulu Tahun 2020-2022 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data UMKM pada setiap bidang usaha di Kabupaten OKU Tahun 2020-2022

No	Uraian	Tahun		
		2020	2022	2023
1	Bidang Kuliner	20.536	25.319	15.745
2	Bidang Fashion	3.616	4.026	5.146
3	Bidang Pendidikan	633	643	628
4	Bidang Otomotif	2.567	2.808	2.719
5	Bidang Agrobisnis	821	896	4.635
6	Bidang Jasa	637	647	1.866
7	Bidang Lainnya	8.458	10.995	14.595

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Ogan Komering Ulu, 2023

Salah satu produk yang banyak diproduksi dan dipasarkan oleh pelaku usaha

di Kabupaten OKU adalah gula semut. Gula semut banyak diminati oleh masyarakat yang menerapkan gaya hidup sehat. Gula semut merupakan bahan makanan dan minuman yang bahan bakunya berasal dari tanaman aren, yaitu nira aren yang dibuat dalam bentuk serbuk. Gula semut memiliki cita rasa cenderung jauh lebih manis dan tajam. Oleh karena itu, industri pangan umumnya lebih senang menggunakan gula semut (Habibu *et al.*, 2022).

Usaha gula semut sudah banyak tersebar di Kabupaten OKU, khususnya di Kota Baturaja, salah satunya UMKM Ranau Baban. UMKM Ranau Baban merupakan salah satu UMKM di Kabupaten Ogan Komering Ulu yang bergerak di bidang pemasaran oleh-oleh khas daerah Ranau. Produk yang dipasarkan salah satunya adalah gula semut. Berdasarkan data penjualan selama tiga bulan terakhir, pada tahun 2023 produk gula semut mengalami fluktuasi atau naik turun. Pada bulan Juli hasil penjualan mengalami peningkatan mencapai 563 bungkus. Tetapi pada bulan Agustus mengalami penurunan menjadi 517 bungkus, dan meningkat kembali sebanyak 546 bungkus di bulan September.

Fluktuasi penjualan tersebut diduga memiliki hubungan dengan preferensi konsumen. Preferensi dapat terbentuk

melalui suatu pola pikir konsumen yang didasarkan oleh beberapa alasan, misalnya terdapat pengalaman yang diperoleh sebelumnya, di mana konsumen merasakan kepuasan dalam membeli produk itu, dan merasakan kecocokan dalam mengkonsumsi produk yang dibelinya. Hal ini membuat konsumen akan terus-menerus memakai atau menggunakan produk itu, sehingga konsumen mengambil keputusan pembelian (Dewi *et al.*, 2022).

Hal-hal yang umumnya menjadi acuan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian ialah atribut yang ada pada suatu produk (Yuliyanti *et al.*, 2023). Oleh karena itu, menarik untuk diteliti tentang (1) Preferensi konsumen terhadap produk gula semut di UMKM Ranau Baban, dan (2) Atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan membeli produk gula semut di UMKM Ranau Baban.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Ranau Baban di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*). Metode penelitian menggunakan metode studi kasus, yaitu UMKM Ranau Baban sebagai satuan kasusnya.

Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 50 responden, yaitu konsumen yang membeli gula semut di UMKM Ranau Baban.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari UMKM Ranau Baban dan konsumen gula semut yang menjadi responden penelitian ini. Sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai instansi yang terkait dengan penelitian ini.

Untuk menjawab tujuan penelitian ini, digunakan analisis konjoin dengan bantuan *software* SPSS versi 23. Menurut Sarwono (2013), ada beberapa langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis konjoin:

1. Menentukan atribut dan Item

Atribut dan item atribut yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

Tabel 2. Atribut dan Item Produk Gula semut di UMKM Ranau Baban

No.	Atribut	Item
1.	Varian Rasa	Original Jahe Kunyit
2.	Harga	Rp11.000,00- Rp12.000,00 Rp20.000,00- Rp23.000,00

		Rp35.000,00- Rp40.000,00
3.	Kemasan	<i>Standing Pouch</i> <i>Aluminium Foil</i>
4.	Label BPOM	Ada Tidak Ada
5.	Label Halal	Ada Tidak Ada
6.	Ukuran	250 gr 400 gr 500 gr 1000 gr
7.	Masa kadaluwarsa	Ada Tidak ada

2. Membuat kombinasi atribut (*stimuly*)

Untuk memudahkan responden, digunakan teknik *Orthogonal Design* pada SPSS 23 untuk membuat kombinasi fitur yang menghasilkan 16 kombinasi.

3. Mengumpulkan pendapat sampel terhadap kombinasi yang terbentuk

Responden akan memberikan penilaian terhadap item produk tersebut yang terbentuk berupa penilaian rating menggunakan skala Likert, yaitu:

Tabel 3. Skala Likert Atribut dan Item Produk Gula semut di UMKM Ranau Baban

Simbol	Penjelasan	Bobot
SS	Sangat Suka	5
S	Suka	4
KS	Kurang Suka	3
TS	Tidak Suka	2
STS	Sangat Tidak Suka	1

4. Melakukan proses analisis konjoin

Terdapat dua bahan yang diperlukan dalam proses analisis konjoin yaitu bentuk kombinasi (*stimuly*) dan penilaian responden terhadap stimuli yang terbentuk, kemudian dianalisis lebih lanjut dengan perintah Syntax pada SPSS versi 23.

5. Melakukan interpretasi

Hasil yang diperoleh dari analisis konjoin berupa nilai kegunaan (*utility*), yang merupakan nilai yang menggambarkan pilihan konsumen terhadap produk yang disukai apabila yang diperoleh positif. Sebaliknya jika hasilnya negatif, maka konsumen tidak menyukai atribut produk tersebut. Nilai kepentingan (*importance values*) merupakan nilai yang menggambarkan tingkat kepentingan responden terhadap atribut produk dalam pembelian gula semut.

Menurut Santoso (2012), untuk mengetahui tingkat keakuratan prediksi model hasil analisis konjoin dapat dilihat melalui dua nilai korelasi parametrik dan non parametrik yaitu nilai korelasi *Pearson's R* dan *Kendall's Tau*. Dalam uji korelasi ini terdapat 2 kriteria keputusan yaitu jika $Sig.>0,05$, maka hipotesis diterima. Jika $Sig.<0,05$, maka hipotesis ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Preferensi Konsumen Terhadap Produk Gula Semut di UMKM Ranau Baban

Informasi mengenai preferensi konsumen dapat diperoleh dari nilai kegunaan (*utility*). Nilai kegunaan (*utility*) mencerminkan preferensi konsumen terhadap produk yang disukai jika nilainya positif. Sebaliknya, jika nilai negatif, itu menandakan ketidaksesuaian konsumen terhadap atribut produk tersebut. Nilai kegunaan (*utility*) hasil analisis konjoin dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.

Table 4. Nilai Kegunaan (*utility*) Berdasarkan Hasil Analisis Konjoin Atribut dan Item Produk Gula semut di UMKM Ranau Baban

Atribut	Item	Utility Estimate	Preferensi konsumen
Varian rasa	Original	.097	
	Jahe	-.053	Original
Harga	Kunyit	-.043	
	Rp11.000,00		
	Rp12.000,00	-.010	Rp20.000,00
	Rp20.000,00		Rp23.000,00
	Rp23.000,00	.085	

	Rp35.000,00		
	0-		
	Rp40.000,00	-.075	
	0		
Kemasan	Standing pouch	-.005	Aluminium foil
	Aluminium foil	.005	
Label	Ada	.338	Ada
BPOM	Tidak ada	-.338	
Label halal	Ada	.278	Ada
	Tidak ada	-.278	
Ukuran	250 gr	.013	
	500 gr	.031	500 gr
	1000 gr	-.044	
Masa kedaluwarsa	Ada	.313	
	Tidak ada	-.313	Ada
(Constant)		3.468	

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Atribut Varian Rasa

Berdasarkan hasil analisis konjoin pada Tabel 4 menunjukkan bahwa responden gula semut secara bersama-sama lebih menyukai varian rasa original dengan nilai kegunaan (*utility*) positif yaitu 0,097 dibandingkan dengan varian rasa jahe dengan nilai kegunaan (*utility*) negatif -0,053 dan varian rasa kunyit dengan nilai kegunaan (*utility*) negatif -0,043. Maksud dari varian rasa original dalam penelitian ini adalah rasa khas dari gula aren yang pekat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yulinda (2016), yang menyatakan bahwa 51% konsumen menyukai rasa original dibandingkan rasa lainnya.

Atribut Harga

Berdasarkan hasil analisis konjoin tersebut dapat diketahui bahwa konsumen gula semut lebih menyukai harga Rp20.000,00 - Rp23.000,00 karena nilai kegunaan (*utility*) positif sebesar 0,085. Untuk harga Rp11.000,00 - Rp12.000,00 memiliki nilai kegunaan (*utility*) negatif sebesar -0,010, dan harga Rp35.000,00 - Rp40.000,00 memiliki nilai kegunaan (*utility*) negatif sebesar -0,075. Maka harga Rp11.000,00 - Rp12.000,00 dan harga Rp35.000,00 - Rp40.000,00 tidak disukai konsumen karena memiliki nilai kegunaan (*utility*) negatif. Konsumen meyakini dengan harga tersebut konsumen akan mendapatkan gula semut dengan rasa yang beragam dan mempunyai manfaat yang baik bagi kesehatan, sehingga dapat memuaskan keinginan konsumen sehingga memutuskan untuk membeli produk gula semut.

Atribut Kemasan

Responden secara keseluruhan lebih menyukai gula semut yang dikemas menggunakan kemasan *aluminium foil*, yang memiliki nilai kegunaan (*utility*) positif yaitu 0,005, dibandingkan kemasan *standing pouch* yang memiliki nilai kegunaan (*utility*) negatif -0,005. Hal tersebut disebabkan produk gula semut yang dikemas menggunakan *aluminium foil* lebih menarik,

lebih bagus. dan terjaga keamanannya. Pengemasan berbahan *aluminium foil* dilakukan dengan cara direkatkan dengan mesin *sealer*, sehingga kualitasnya tetap terjaga dan tahan lama. Kemasan tersebut juga dilengkapi dengan *ziplock*, atau klip plastic, sehingga kemasan yang telah dibuka dapat ditutup kembali dengan rapi.

Atribut Label BPOM

Berdasarkan hasil analisis konjoin pada Tabel 4, konsumen gula semut lebih menyukai atribut gula semut yang ada label BPOM. Hal ini didukung dengan nilai kegunaan (*utility*) positif yaitu 0,338. Konsumen tidak menyukai gula semut dengan item tidak ada label BPOM karena nilai kegunaan (*utility*) negatif yaitu -0,388. Konsumen lebih menyukai atribut yang ada label BPOM karena konsumen yakin produk gula semut yang akan dibeli terjamin kualitasnya karena sudah teruji dan memiliki kandungan yang aman untuk dikonsumsi. Hal ini sesuai dengan penelitian Hanifawati *et al* (2017) bahwa atribut kualitas seperti informasi halal, kadaluarsa dan BPOM merupakan prioritas utama dalam pemilihan keputusan pembeli makanan.

Atribut Label Halal

Konsumen gula semut di UMKM Ranau Bababm secara keseluruhan lebih

menyukai atribut gula semut yang ada label halal. Hal ini didukung dengan nilai kegunaan (*utility*) positif yaitu 0,278. Konsumen tidak menyukai gula semut dengan item tidak ada label halal karena nilai kegunaan (*utility*) negatif yaitu -0.278. Konsumen lebih menyukai atribut yang ada label halal dengan alasan konsumen yakin akan memberikan keselamatan dan ketenangan dalam mengonsumsi produk gula semut, seperti pendapat Bulan *et al* (2017) bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli. Ini menandakan bahwa produk yang dikonsumsi terjamin bebas dari bahan-bahan yang tidak halal, serta diproduksi dengan metode yang sesuai dengan standar kehalalan dan kebersihan.

Atribut Ukuran

Produk gula semut dengan ukuran 250 gr memiliki nilai kegunaan (*utility*) positif yaitu 0,013, ukuran 500 gr memiliki nilai kegunaan (*utility*) positif yaitu sebesar 0,031, kemudian ukuran 1000 gr memiliki nilai kegunaan (*utility*) negatif -0,044. Berdasarkan hal tersebut, konsumen gula semut secara bersama-sama lebih menyukai ukuran 500 gr dibandingkan dengan ukuran yang lain. Konsumen merasa ukuran gula semut yang bervariasi membuat konsumen

memilih sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan daya belinya. Selain itu ukuran 500 gr dianggap lebih praktis dan pas, karena tidak terlalu banyak dan tidak terlalu sedikit. Hal ini sejalan dengan penelitian Djalil *et al.* (2022), yang mengatakan bahwa ukuran kemasan gula pasir 0,5 hingga 1 kilogram dianggap lebih praktis dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga.

Atribut Masa Kedaluwarsa

Berdasarkan hasil analisis konjoin pada Tabel 4 menunjukkan bahwa konsumen gula semut secara bersama-sama lebih menyukai atribut gula semut yang ada masa kedaluwarsa dengan nilai kegunaan (*utility*) positif 0,313 dibandingkan dengan atribut yang tidak ada masa kedaluwarsa dengan nilai kegunaan (*utility*) negatif yaitu -0,313. Hal tersebut karena pada saat akan melakukan pembelian, konsumen akan melihat masa kedaluwarsa atau batas waktu yang panjang pada produk yang akan dibeli. Sehingga akan membuat konsumen merasa produk gula semut aman saat akan digunakan atau dikonsumsi.

Pertimbangan Konsumen terhadap Atribut-Atribut Gula Semut

Pertimbangan konsumen terhadap atribut-atribut gula semut dapat diketahui dari nilai kepentingan (*importance values*)

dari hasil analisis konjoin dengan menggunakan SPSS seperti yang ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai Kenpentingan (*importance values*) Berdasarkan Hasil Analisis Konjoin

Atribut	<i>Importance Values</i>
Varian rasa	15,308
Harga	11,666
Kemasan	7,612
Label BPOM	17,905
Label halal	16,831
Ukuran	14,156
Masa kedaluwarsa	16,522

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan nilai tingkat kepentingan atribut (*importance values*) dari hasil analisis konjoin dengan menggunakan SPSS, dapat diketahui bahwa secara bersama-sama konsumen menilai bahwa atribut yang paling pertama dipertimbangkan ketika membeli gula semut di UMKM Ranau Baban di Kecamatan Baturaja Timur adalah label BPOM dengan nilai kepentingan (*importance values*) tertinggi yaitu 17,905%. Hal ini berarti bahwa konsumen lebih mengutamakan atribut label BPOM ketika membeli gula semut, dibandingkan dengan atribut gula semut lainnya. Atribut label halal merupakan atribut kedua yang dipertimbangkan oleh konsumen dengan nilai kepentingan (*importance values*) sebesar 16,831%. Atribut masa kedaluwarsa menjadi atribut ketiga yang dipertimbangkan oleh

konsumen dengan nilai kepentingan (*importance values*) sebesar 16,522%. Atribut varian rasa dengan nilai kepentingan (*importance values*) sebesar 15,308% berada pada urutan keempat atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk gula semut. Atribut kelima yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian gula semut dengan nilai kepentingan (*importance values*) sebesar 14,156%. Atribut harga merupakan atribut keenam yang dipertimbangkan oleh konsumen dengan nilai kepentingan (*importance values*) sebesar 11,666%. Konsumen di UMKM Ranau Baban tidak terlalu mementingkan atribut harga gula semut dan rela membayar lebih untuk produk yang sesuai dengan keinginan. Atribut kemasan menjadi atribut terakhir yang dipertimbangkan oleh konsumen dengan nilai kepentingan (*importance values*) sebesar 7,612%. Jadi pada penelitian ini atribut produk gula semut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian gula semut di UMKM Ranau Baban adalah atribut label BPOM.

Untuk mengetahui korelasi (hubungan) antara data responden dengan data sebenarnya yang bertujuan untuk mengukur ketepatan estimasi model, dapat diketahui dengan melihat nilai

signifikansi < 0,05. Berikut hasil uji *correlations* dapat dilihat pada Tabel 6.

Table 6. Hasil Uji Korelasi

<i>Correlations^a</i>		
	Value	Sig.
Pearson's R	.980	.000
Kendall's tau	.862	.000

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan hasil uji *correlations* pada Tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai korelasi Pearson's R sebesar 0,980 dan Kendall's tau sebesar 0,862 dibawah 0,05. Maka kedua uji tersebut berada pada taraf signifikan, maka H_0 ditolak. Artinya ada korelasi atau hubungan yang kuat antara hasil konjoin dengan preferensi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa hasil konjoin diterima dalam menggambarkan keinginan konsumen produk gula semut.

KESIMPULAN

1. Preferensi konsumen terhadap produk gula semut di UMKM Ranau Baban Kecamatan Baturaja Timur adalah produk varian rasa original, dengan harga Rp20.000-Rp23.000, yang dikemas dengan kemasan *aluminium foil*, terdapat label BPOM dan label halal, dengan ukuran 500 gr dan terdapat masa kedaluwarsa.
2. Atribut produk gula semut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam

melakukan pembelian gula semut yaitu atribut label BPOM. Urutan atribut dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan oleh konsumen gula semut yaitu label BPOM, label halal, masa kedaluwarsa, varian rasa, ukuran dan yang terakhir kemasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bulan TPL, Fazrin K, Rizal M. 2017. Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa. *jurnal manajemen dan keuangan*, 6 (2), 729-739
- Dewi, M. P., Millaty, M., Pratiwi, L. F. L., & Puspitasari, Y. (2022). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Gula Semut di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 6(4), 1227–1235.
- Djalil, S. M., Prasmatiwi, F. E., Endaryanto, T. (2020). Preferensi dan Permintaan Rumah Tangga Terhadap Gula Pasir di Kota Bandar Lampung. *Journal of Food System and Agribusiness*, 6 (1), 1-11.
- Habibu, H., Saleh, Y., & Bakari, Y. (2022). Analisis Pendapatan dan Kelayakan

- Usaha Pengolahan Gula Semut (Aren) di Desa Dulamayo Selatan Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 6(2), 103–111.
- Hanifawati¹ T, Suryantini² A, Mulyo JH. 2017. Pengaruh Atribut Kemasan Makanan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Pembelian. *Agriekonomika* 6(1), 73-86. DOI: <http://dx.doi.org/10.21107/agriekonomika.v6i1.1895>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. *Jurnal Kemenko*. Jakarta.
- Merzarani, S., Rusdi, M., & Lidyah, R. (2023). Analisis Inklusi Keuangan Bagi Pelaku UMKM di Kabupaten Ogan Komering Ulu: Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Baturaja. Medina-Te: *Jurnal Studi Islam*, 19(1), 64–76.
- Santoso, Singgih. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J. (2013). *Statistik Multivariat Aplikasi untuk Riset Skripsi*. Edisi Pertama Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Yulinda, I. S. (2016). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Perluasan Lini terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Teh Botol Sosro Kemasan Pet 450 ml Varian 3 Rasa di Minimarket Surabaya Selatan). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), 372–380.
- Yuliyanti, E., Lastinawati, E., & Septianita. (2023). Analisis Preferensi Konsumen dalam Pembelian Beras Premium di Pasar Modern Kota Baturaja. *Jurnal Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(2), 2294-2306.