

**PREFERENSI PETANI TERHADAP KRITERIA VARIETAS CABAI KERITING MERAH YANG DIBUDIDAYAKAN (KAJIAN DI KECAMATAN SEMIN, KABUPATEN GUNUNG KIDUL, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)**

*Farmers' Preferences of Cultivated Red Chilli Varieties Criteria (Study in Semin District, Gunung Kidul Regency, Special Region of Yogyakarta)*

Paksi Mei Penggalih<sup>1)\*</sup>, Nailan Nabila<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

<sup>2)</sup> Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

\* E-mail: [paksi.meipenggalih@upnyk.ac.id](mailto:paksi.meipenggalih@upnyk.ac.id)

Diterima: 15 Juni 2023 | Direvisi: 01 Juli 2023 | Disetujui: 20 Agustus 2023

**ABSTRACT**

*One of the horticultural commodities that becomes Indonesian people favorite is red chili. Demand for this commodity is quite high, so producers should create red chili varieties that suitable with farmers' preferences. This study focuses on determining the farmer's preferences of red chili. This research was conducted using a quantitative approach between June and July 2023 in Semin District, Gunung Kidul Regency, Special Region of Yogyakarta. The sample was selected with the purposive sampling method. They were farmers who plant the red chili in Semin District. The analysis involved primary data. The data was collected by interviewing the farmers. Data analysis was conducted using Conjoint Analysis. The results showed that the five main priorities of farmers' preferences in cultivating red chilies were 1) the chili colour was red, 2) the chili shape was elongated, 3) the chili harvesting time range from 80-100 days, 4) the chili size was 10-15 cm, 5) there was a pruning of the chili plants starting from the 3rd branch. Furthermore, farmers like the chili that were resistant to Anthracnose/"Patek" disease, the chili curvatures was winding, the chili plant height was around 100-150 cm, the chili plant frame was wide, the chili shelf life was 7-10 days, the chili position was fall off, the chili skin thickness was medium, the chili surface was smooth, the chili taste was spicy, and resistant to "grapyak" caterpillars and fruit flies.*

**Keywords:** Chili, farmer, preference

**ABSTRAK**

Salah satu komoditas hortikultura yang menjadi favorit masyarakat Indonesia adalah cabai keriting merah. Permintaan terhadap komoditas ini cukup tinggi, sehingga produsen cabai keriting merah sebaiknya menanam varietas cabai keriting merah yang sesuai. Preferensi petani tersebut menjadi peluang bagi produsen benih cabai merah keriting. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil analisis preferensi petani terhadap kriteria varietas cabai keriting merah yang ditanamnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dilaksanakan pada Juni – Juli 2023 di Kecamatan Semin, Kabupaten Gunung Kidul, D.I.Yogyakarta. Metode pemilihan sampel adalah *purposive sampling* yaitu petani yang menanam cabai keriting merah di Kecamatan Semin. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data tersebut diambil dengan cara wawancara langsung kepada petani. Analisis data yang dilakukan adalah Analisis Conjoint. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima prioritas utama preferensi petani dalam membudidayakan cabai keriting merah adalah, warna cabai merah, bentuk cabai memanjang, umur mulai panen cabai mulai dari 80-100 hari, ukuran cabai 10-15 cm, terdapat pemangkasan pada tanaman cabai mulai cabang ke-3. Selanjutnya, petani menyukai cabai yang memiliki ketahanan terhadap penyakit Antraknosa/Patek, cabainya memiliki lengkungan yang berliku, tinggi tanaman sekitar 100-150 cm, keragaan tanaman

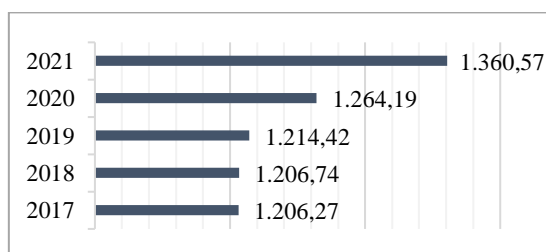
yang melebar, daya simpan cabainya 7-10 hari, posisi cabainya terjatuh, ketebalan kulit cabainya sedang, permukaan cabainya halus, rasa cabainya pedas, serta tahan terhadap hama ulat grapyak dan lalat buah.

**Kata kunci:** Cabai, petani, preferensi

**PENDAHULUAN**

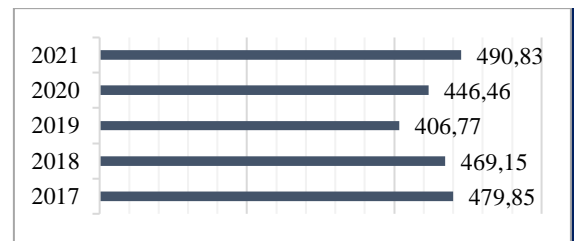
Era globalisasi dan liberalisasi perdagangan memberikan peluang sekaligus tantangan baru dalam pembangunan pertanian ke depan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2022), pertanian menjadi sektor ketiga yang berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Kuartal III 2022, yakni mencapai 12,91%. Angka yang sangat besar tersebut menunjukkan bahwa pertanian masih menjadi sektor yang menjanjikan hingga saat ini.

Subsektor pertanian yang memegang peranan penting dan memberikan banyak peluang di Indonesia diantaranya subsektor hortikultura. Subsektor hortikultura ini memberikan peluang karena pasar komoditas hortikultura semakin luas dan dihapuskannya hambatan perdagangan antar negara (Widiyanto, 2019). Salah satu komoditas hortikultura yang diminati hampir seluruh lapisan masyarakat Indonesia adalah cabai, sehingga produksi dan konsumsinya tergolong tinggi. *Trend* produksi cabai merah dari tahun 2017-2021 selalu meningkat. Berikut data produksi cabai merah di Indonesia dari tahun 2017-2021 ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1. Produksi Cabai Merah (ribu ton)  
Sumber: BPS, 2022

Di bawah ini merupakan data konsumsi cabai merah di Indonesia dari tahun 2017-2021, ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 2. Konsumsi Cabai Merah (ribu ton)  
Sumber: BPS, 2022

Minat masyarakat yang tinggi dalam mengkonsumsi cabai merupakan sebuah peluang bisnis yang potensial baik untuk produsen benih cabai, petani, maupun pedagang cabai. Saat ini terdapat banyak sekali varietas benih atau bibit cabai di pasaran.

Wardhani et al., (2016) menyebutkan bahwa preferensi konsumen merupakan hal yang penting dalam pemasaran karena berhubungan erat dengan keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuannya, yaitu keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen atas dasar preferensi konsumen. Shilling dan Hill (1998) dalam (Kusumaningrum et al., 2021) mengemukakan bahwa untuk mempertahankan posisi kompetitifnya, perusahaan memiliki tantangan untuk bertemu dengan pelanggan untuk mengetahui kebutuhan/keinginannya. Perilaku konsumen adalah keputusan tentang apa yang dibeli oleh konsumen, termasuk di dalamnya mengapa, dimana, kapan, dan seberapa sering mereka membeli produk (Aiman et al., 2017). Salah satu

kelebihan preferensi konsumen adalah meningkatkan kualitas produk. Di bidang pertanian, studi tentang preferensi konsumen dapat dilakukan untuk menghasilkan varietas tanaman yang berkualitas serta memenuhi preferensi konsumen (Sembiring *et al.*, 2022)

Preferensi konsumen sebagai pilihan suka tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada (Kotler, 1997). Dua hal yang mempengaruhi preferensi konsumen antara lain adalah atribut produk dan menyesuaikan dengan keinginan konsumen (Aulia Rahmi & Sudarmiatin, 2022). Kepercayaan secara turun temurun dan pengalaman yang dialami oleh konsumen merupakan hal-hal yang juga membentuk pola pikir konsumen (Angriva & Sunyigono, 2020). Pemetaan preferensi, khususnya pemetaan preferensi eksternal, adalah alat yang efektif dalam pengembangan produk baru melalui korelasi data sensori dan konsumen untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang ruang preferensi, termasuk sifat-sifat yang mendorong konsumen menyukai suatu produk (Bowen *et al.*, 2019). Ada kalanya konsumen dalam keluarga yang memiliki kondisi sosial ekonomi tertentu memiliki preferensi khusus terhadap suatu produk (Weltzien *et al.*, 2019).

Hubungan preferensi memiliki tiga sifat mendasar, yaitu:

a) Kelengkapan (*Completeness*)

Apabila A dan B adalah dua kondisi atau situasi, maka setiap orang harus bisa menspesifikasikan apakah:

1. A lebih disukai dibandingkan B,
2. B lebih disukai dibandingkan A, atau,
3. A dan B sama-sama disukai.

Dengan demikian tiap orang diasumsikan tidak memiliki keraguan dalam menentukan pilihan, sebab mereka mengetahui mana yang lebih baik dan lebih buruk, sehingga bisa menjatuhkan pilihan di antara dua alternatif.

b) Transitivitas (*Transitivity*)

Jika seseorang mengatakan ia lebih menyukai A dibandingkan B, dan lebih menyukai B dibandingkan C, maka ia lebih menyukai A dibandingkan C. Dengan demikian orang tidak bisa mengartikulasikan preferensinya yang saling bertentangan.

c) Kontinuitas (*Continuity*)

Jika seseorang menyatakan lebih menyukai A daripada B, ini berarti segala kondisi di bawah A tersebut disukai daripada kondisi di bawah pilihan B. Menurut Lilien *et al.*, dalam (Simamora, 2003) beberapa langkah yang harus dilalui hingga konsumen memiliki preferensi adalah:

- a) Konsumen melihat produk sebagai sekumpulan atribut. Konsumen yang berbeda memiliki persepsi yang berbeda pula tentang atribut mana yang relevan.
- b) Tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsumen memiliki penekanan yang berbeda pula tentang atribut apa yang terpenting.
- c) Konsumen memiliki kepercayaan sendiri tentang letak produk pada setiap atribut.
- d) Tingkat kepuasan konsumen beragam sesuai dengan perbedaan atribut.
- e) Konsumen akan sampai pada sikap atau perilaku terhadap produk yang berbeda melalui evaluasi.

Selain keamanan, harga atau kesediaan membayar merupakan faktor yang penting untuk penerimaan konsumen. Reaksi konsumen dalam mencicipi produk terdiri dari tiga macam, yaitu:

- a) Konsumen menyukai produk. Ini mengarah pada potensi penerimaan produk tetapi dipengaruhi oleh ketersediaan produk, interaksi dengan produk pesaing dan pemasaran dan promosi di pasar terbuka.
- b) Konsumen tidak menyukai produk. Ini mengarah pada potensi penolakan produk tetapi akan dipengaruhi oleh harga, ketersediaan alternatif, dan pemasaran.
- c) Konsumen netral terhadap produk. Ini menunjukkan sikap netral, hal ini bisa berarti kurangnya insentif untuk membeli produk (Bechoff et al., 2018).

Dilihat dari sisi petani, tentu mereka memiliki preferensi atau kebutuhan tertentu akan varietas cabai yang ditanam agar cabai yang dibudidayakan membawa keuntungan yang optimal. Tentu ini menjadi hal penting yang perlu diperhatikan oleh produsen benih cabai. Apabila produsen benih cabai mengetahui bagaimana preferensi petani, maka hasil penjualan produsen benih juga akan lebih optimal karena produk varietas cabai keriting yang diciptakan sesuai dengan kebutuhan petani.

Terdapat banyak penelitian yang telah dilakukan terkait dengan preferensi konsumen terhadap produk-produk tertentu, termasuk komoditas pertanian. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Prasetya dan Partini (2019) tentang analisis preferensi konsumen terhadap cabai merah di Kecamatan Tembilahan, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa cabai merah yang menjadi preferensi konsumen

adalah cabai dengan tingkat kepedasan tinggi, berwarna merah cerah dan permukaan kulit halus mengkilat. Untuk atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pembelian cabai berturut-turut adalah tingkat kepedasan, warna, dan permukaan kulit. Terdapat pula penelitian yang dilakukan oleh Fauza et al., (2018) yaitu analisis preferensi konsumen terhadap komoditi tomat dan cabai merah di Kota Banda Aceh menyebutkan bahwa konsumen di Kota Banda Aceh memiliki preferensi terhadap cabai merah berjenis cabai keriting, dengan harga cabai terendah atau Rp 34.000,00 dengan daya tahan cabai selama 5-6 hari dan tingkat kesegaran cabai merah sangat segar dan tingkat kepedasan yang pedas. Ada juga penelitian yang dilakukan oleh Haeriah et al., (2022) tentang perbandingan preferensi konsumen dengan pedagang terhadap cabai rawit domba (*Capsicum frutescens l.*) di Pasar Manis Ciamis. Hasilnya menyebutkan bahwa konsumen dan pedagang dalam memilih atribut cabai rawit domba yakni cabai yang berwarna merah, memiliki ukuran sangat besar, tingkat kepedasan sangat pedas, dan cabai yang dalam kondisi sangat segar.

Nilai keterbaruan dari penelitian ini adalah terkait subjek dan lokasi penelitian. Berkaitan dengan subjek penelitian, penelitian ini subjeknya adalah petani, dimana petani bukanlah konsumen akhir dari produk pertanian. Sementara itu, penelitian tentang preferensi sebagian besar subjeknya adalah konsumen akhir. Keterbaruan berikutnya adalah lokasi penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Semin, Kabupaten Gunung Kidul, D.I. Yogyakarta. Daerah tersebut merupakan daerah yang terkenal dengan kondisi tanahnya yang kering dan lebih banyak digunakan untuk menanam tanaman

tahunan maupun pohon/hutan rakyat, sehingga belum banyak penelitian tentang komoditas hortikultura di lokasi tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti berkehendak menganalisis bagaimanakah minat atau preferensi petani dalam menentukan jenis cabai yang mereka budidayakan, khususnya di Kecamatan Semin, Kabupaten Gunung Kidul, D.I. Yogyakarta.

## **METODE PENELITIAN**

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sampel penelitian adalah 31 petani cabai keriting merah yang berada di Kecamatan Semin, Kabupaten Gunung Kidul, D.I. Yogyakarta. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive* dengan pertimbangan bahwa pada tahun 2022 Gunungkidul melakukan gerakan tanam cabai seluas 20 hektare. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* terhadap petani cabai keriting merah yang ada di wilayah tersebut, karena tidak semua petani yang ada di wilayah tersebut menanam cabai keriting merah, melainkan beberapa petani cabai hanya menanam cabai rawit saja.

Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan metode pengambilan data melalui kegiatan wawancara langsung kepada petani cabai menggunakan kuesioner terstruktur, yang dilaksanakan pada Bulan Juni – Juli 2023. Data sekunder juga digunakan dalam penelitian ini, yang diperoleh dari literatur-literatur yang relevan dengan penelitian ini serta dapat dipertanggungjawabkan. Analisis data yang digunakan Analisis Conjoint.

Analisis Conjoint menggambarkan preferensi konsumen dengan seperangkat atribut terhadap produk tertentu. Keunggulan analisis Conjoint adalah analisis ini dapat mendefinisikan dengan

tepat bagaimana tingkat kinerja atribut produk yang dinilai, sehingga responden dan peneliti dapat memahami pertanyaan penelitian dengan lebih jelas (Kotri, 2006). Sistem kerja analisis Conjoint adalah responden menilai satu per satu atribut pada setiap levelnya. Dengan pemeringkatan, responden diminta untuk membuat daftar level atribut dalam urutan preferensi, yaitu dari yang paling disukai hingga yang paling tidak disukai (Ighomereho, 2011).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Sosial Ekonomi Petani**

Karakteristik sosial ekonomi yang dikaji mencakup: jenis kelamin, umur, pendidikan, jenis pekerjaan serta karakteristik komoditas cabai yang dikembangkan. Sebagian besar petani di lokasi penelitian berjenis kelamin laki-laki. Berdasarkan kelompok umur, sebagian besar petani di lokasi penelitian berusia 46-50 tahun. Ditinjau dari aspek pendidikan petani, didominasi oleh lulusan SMA (48%). Berdasarkan jenis usaha yang dikelola, petani yang sepenuhnya menekuni pertanian komersial sebagai mata pencaharian utama sebanyak 45%, sedangkan 55% petani lainnya memiliki pekerjaan selain petani seperti beternak, buruh bangunan, pedagang, dll. Dilihat dari komoditas yang diusahakan, mereka membudidayakan cabai keriting merah. Cabai jenis ini rata-rata ditanam di lahan pribadi milik petani, dengan luas lahan rata-rata untuk menanam cabai tersebut sekitar 500-700m<sup>2</sup>. Cabai keriting merah ini mayoritas ditanam 2x per tahun.

### **Preferensi Petani terhadap Cabai Keriting Merah**

Preferensi konsumen sebagai pilihan suka tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Preferensi konsumen

menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada (Kotler, 1997). Untuk menciptakan sebuah varietas tanaman yang baik, perlu juga diidentifikasi karakter sosial konsumennya (Orr *et al.*, 2018). Dalam penelitian ini dikaji preferensi petani terhadap komoditas cabai keriting merah.

Atribut cabai yang diamati untuk menganalisis preferensi petani dalam memilih/membeli benih/bibit cabai yaitu (1) Tinggi tanaman, (2) Umur mulai panen, (3) Keragaan tanaman, (4) Pemangkasan ruas tanaman, (5) Posisi buah, (6) Bentuk cabai, (7) Lengkungan cabai, (8) Ketebalan kulit cabai, (9) Ukuran cabai, (10) Daya

simpan cabai, (11) Warna cabai, (12) Permukaan kulit cabai, (13) Rasa cabai, (14) Ketahanan terhadap hama, (15) Ketahanan terhadap penyakit. Masing-masing atribut tersebut memiliki berbagai macam level. Hasil *orthogonal plan* menghasilkan 81 jenis stimulus yang dinilai petani untuk mengetahui preferensi mereka terhadap cabai keriting merah.

Berdasarkan 15 atribut yang dianalisis menggunakan Analisis Conjoint menunjukkan bahwa atribut yang dianggap paling penting oleh petani ditunjukkan pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Importance Value

	Atribut	Importance Value
1	Warna	9,982
2	Bentuk	9,287
3	Umur	6,320
4	Ukuran	6,135
5	Pemangkasan	6,134
6	Penyakit	6,081
7	Lengkungan	6,059
8	Tinggi	5,922
9	Keragaan	5,883
10	Daya	5,847
11	Posisi	5,804
12	Ketebalan	5,651
13	Permukaan	5,569
14	Rasa	5,547
15	Hama	3,719

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan hasil analisis terhadap seluruh atribut yang dinilai untuk mengetahui preferensi petani, diketahui urutan kepentingan atribut mulai dari yang dianggap terpenting hingga yang paling tidak penting oleh petani terhadap komoditas cabai keriting merah yang dibudidayakan. Menurut petani, atribut yang paling penting adalah warna cabai dengan *importance value* sebesar 9,982.

Atribut terpenting kedua adalah bentuk cabai dengan *importance value* sebesar 9,287. Untuk atribut terpenting ketiga petani adalah umur mulai panen cabai dengan *importance value* sebesar 6,320.

Setiap atribut yang dianalisis memiliki berbagai macam level. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa setiap level pada atribut yang memiliki nilai *utility estimate* paling besar itulah yang

merupakan preferensi petani. Preferensi petani di Kecamatan Semin, Kabupaten

Gunung Kidul terhadap cabai keriting merah ditunjukkan pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Preferensi Petani terhadap Cabai Keriting Merah

		<b>Utilities</b>	
		Utility Estimate	Std. Error
Warna	Putih	-0,060	0,012
	Kuning	-0,032	0,012
	Orange	-0,008	0,012
	<b>Merah</b>	<b>0,094</b>	<b>0,016</b>
	Ungu	-0,040	0,016
	Hijau	0,046	0,016
Bentuk	<b>Memanjang</b>	<b>0,127</b>	<b>0,012</b>
	Lonjong	-0,003	0,012
	Bulat	-0,044	0,012
	Kerucut	-0,034	0,016
	Kotak	-0,027	0,016
	Tak beraturan	-0,019	0,016
Umur	<b>Mulai 80-100 hari</b>	<b>0,096</b>	<b>0,008</b>
	Mulai 100-120 hari	-0,037	0,008
	Mulai >120 hari	-0,059	0,008
Ukuran	<10 cm	-0,052	0,008
	<b>10-15 cm</b>	<b>0,060</b>	<b>0,008</b>
	16-20 cm	-0,009	0,008
Pemangkasan	Tidak ada pemangkasan	0,002	0,008
	<b>Ada pemangkasan (cabang 3)</b>	<b>0,023</b>	<b>0,008</b>
	Ada pemangkasan (cabang 4 atau lebih)	-0,026	0,008
Penyakit	<b>Antraknosa/Patek</b>	<b>0,021</b>	<b>0,011</b>
	Virus Kuning	-0,014	0,011
	Busuk Pytophora	-0,005	0,011
	Layu Fusarium	-0,009	0,011
	Virus Keriting	0,008	0,015
Lengkungan	Lurus	-0,036	0,008
	Melengkung	-0,030	0,008
	<b>Berliku</b>	<b>0,065</b>	<b>0,008</b>
Tinggi	<100 cm	-0,022	0,008
	<b>100 - 150 cm</b>	<b>0,057</b>	<b>0,008</b>
	>150 cm	-0,035	0,008
Keragaan	Tegak	0,000	0,008
	Semi tegak	-0,017	0,008
	<b>Melebar</b>	<b>0,017</b>	<b>0,008</b>
Daya	<b>7-10 hari</b>	<b>0,012</b>	<b>0,008</b>
	11-13 hari	-0,011	0,008
	14-16 hari	-0,001	0,008
Posisi	Tegak	-0,019	0,008
	Horizontal	-0,031	0,008
	<b>Terjatuh</b>	<b>0,049</b>	<b>0,008</b>

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Ketebalan	Tipis	-0,060	0,008
	<b>Sedang</b>	<b>0,052</b>	<b>0,008</b>
	Tebal	0,009	0,008
Permukaan	<b>Halus</b>	<b>0,011</b>	<b>0,008</b>
	Memutar sedang	0,009	0,008
	Memutar kuat	-0,020	0,008
Rasa	Tidak pedas	-0,048	0,008
	<b>Pedas</b>	<b>0,049</b>	<b>0,008</b>
	Sangat pedas	-0,001	0,008
Hama	<b>Ulat grapyak</b>	<b>0,005</b>	<b>0,008</b>
	<b>Lalat buah</b>	<b>0,005</b>	<b>0,008</b>
	Kutu	-0,010	0,008
(Constant)		3,509	0,007

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Tabel 2 menunjukkan preferensi petani terhadap komoditas cabai keriting. Pada atribut warna cabai (1), petani lebih cenderung menyukai cabai keriting yang berwarna merah. Terbukti warna merah memiliki nilai *utility estimate* paling besar diantara warna yang lainnya (0,094). Hal ini berkaitan dengan minat konsumen, apabila akan membeli cabai keriting mereka akan memilih yang berwarna merah karena dianggap lebih menarik, sehingga petani juga mengikuti preferensi konsumen. Untuk atribut bentuk cabai (2), petani lebih cenderung menyukai cabai keriting merah yang berbentuk memanjang. Bentuk memanjang ini memiliki nilai *utility estimate* paling besar diantara bentuk yang lainnya (0,127). Atribut berikutnya yaitu umur mulai panen cabai (3). Petani di Kecamatan Semin memiliki preferensi untuk membudidayakan cabai keriting merah yang umur mulai panen pada 80-100 hari. Petani lebih menyukai cabai yang waktu mulai panennya paling cepat untuk segera bisa dijual kepada konsumen. Atribut selanjutnya yaitu ukuran cabai (4). Untuk ukuran cabai keriting, petani lebih menyukai cabai yang berukuran 10-15 cm,

hal tersebut dikarenakan mereka menganggap bahwa ukuran tersebut sudah pas, tidak terlalu kecil dan tidak pula terlalu besar. Cabai keriting berukuran 10-15 cm ini memiliki *utility estimate* sebesar 0,060 yang menunjukkan bahwa petani lebih menyukai cabai keriting ukuran ini.

Terkait pemangkasan batang tanaman (5), petani lebih cenderung menyukai tanaman yang memiliki pemangkasan pada cabang ke tiga. Hal ini disebabkan karena apabila setelah cabang ketiga terdapat pemangkasan, maka struktur batang tanaman akan cenderung melebar yang rata-rata dapat menghasilkan buah yang lebih banyak. Pemangkasan mulai cabang ke tiga ini memiliki nilai *utility estimate* tertinggi, sebesar 0,023. Untuk atribut ketahanan terhadap penyakit yang menyerang (6), petani lebih menyukai cabai keriting yang tahan terhadap penyakit Antraknosa/Patek. Hal ini terbukti dengan nilai *utility estimate* paling tinggi yaitu 0,021. Petani memiliki preferensi ini dikarenakan penyakit yang selama ini paling banyak menyerang tanaman cabai mereka adalah Antraknosa/Patek.



Atribut dengan tingkat kepentingan ketujuh yaitu lengkungan buah cabai (7). Petani lebih cenderung menyukai cabai yang lengkungannya berliku. Nilai *utility estimate* sebesar 0,065. Selanjutnya, terkait tinggi tanaman (8), petani cenderung suka dengan tanaman yang tingginya 100 - 150 cm, dengan nilai *utility estimate* 0,057. Untuk atribut keragaan tanaman (9), petani cenderung menyukai tanaman cabai yang jenis keragaannya melebar. Nilai *utility estimate* sebesar 0,017. Menurut petani, tanaman cabai keriting yang memiliki keragaan melebar, cenderung memiliki buah cabai yang lebih banyak, sehingga petani lebih menyukai dengan bentuk keragaan tanaman seperti ini.

Terkait daya simpan cabai keriting (10), petani lebih cenderung menyukai cabai dengan daya simpan 7-10 hari semenjak panen. Nilai *utility estimate* sebesar 0,012. Petani menyukai cabai dengan daya simpan 7-10 hari ini sebenarnya tidak menjadi perhatian utama bagi petani, karena setelah memanen cabai, petani langsung menjual ke tengkulak atau konsumen dan tidak dilakukan penyimpanan.

Untuk posisi cabai (11), petani lebih menyukai cabai keriting yang posisinya terjatuh ke bawah. Nilai *utility estimate* sebesar 0,049. Posisi yang demikian lebih memudahkan petani dalam memetik buah cabainya ketika panen. Dari segi ketebalan kulit cabai (12), petani lebih cenderung menyukai cabai keriting yang kulitnya sedang, dengan nilai *utility estimate* sebesar 0,052. Atribut selanjutnya terkait permukaan kulit cabainya (13), petani cenderung menyukai permukaan kulit cabai yang halus karena permukaan yang halus cenderung lebih bersih dan jarang terserang hama maupun penyakit. Permukaan cabai yang halus ini memiliki nilai *utility estimate* sebesar 0,011. Dari segi rasa cabai keriting

(14), petani lebih cenderung menyukai cabai keriting yang memiliki rasa pedas dengan nilai *utility estimate* sebesar 0,049. Untuk selanjutnya, atribut yang diukur adalah hama yang menyerang tanaman cabai. Petani cabai di Kecamatan Semin cenderung menyukai tanaman cabai keriting yang tahan dari hama ulat grapyak dan lalat buah dengan nilai *utility estimate* sebesar 0,005. Hal ini disebabkan karena hama yang paling banyak menyerang di wilayah ladang mereka adalah hama tersebut.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Dalam membudidayakan komoditas cabai keriting merah, petani di Kecamatan Semin, Kabupaten Gunungkidul memiliki preferensi : warna cabai yang merah, bentuk cabai memanjang, umur mulai panen cabai mulai 80-100 hari, ukuran cabai 10-15 cm, terdapat pemangkasan batang tanaman mulai cabang ke-3, tahan terhadap penyakit Antraknosa/Patek, lengkungan cabai yang berliku, tinggi tanamannya 100-150 cm, keragaan tanaman yang melebar, daya simpan cabainya 7-10 hari setelah panen, posisi buah cabainya terjatuh, ketebalan kulit cabainya sedang, permukaan cabainya halus, rasa cabainya pedas, serta tahan terhadap hama ulat grapyak dan lalat buah.

### Saran

Pada kegiatan budidaya cabai keriting merah, sebaiknya terdapat keselarasan mulai dari hulu hingga hilir. Produsen benih cabai keriting sebaiknya memproduksi benih yang sesuai dengan preferensi petani. Dengan demikian, maka varietas cabai keriting yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan petani sehingga hasil budidaya cabai keriting tersebut dapat lebih optimal.

**REFERENSI**

- Aiman, A., Handaka, A. A., & Lili, W. (2017). Analisis Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Olahan Perikanan di Kota Tasikmalaya (Studi Kasus di Pasar Tradisional Cikurubuk, Kec. Mangkubumi). *Jurnal Perikanan Dan Kelautan*, 8(1), 8–18.
- Angriva, S., & Sunyigono, A. K. (2020). Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Produk Madu Pt Kembang Joyo. *Agriscience*, 1(1), 186–199. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.7850>
- Aulia Rahmi, V., & Sudarmiati, S. (2022). Online Consumer Preference For Local Culinary: Systematic Literature Review Variable. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(4), 856–865. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i4.533>
- Bechoff, A., Tomlins, K., Flidel, G., Becerra Lopez-lavalle, L. A., Westby, A., Hershey, C., & Dufour, D. (2018). Cassava traits and end-user preference: Relating traits to consumer liking, sensory perception, and genetics. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 58(4), 547–567. <https://doi.org/10.1080/10408398.2016.1202888>
- Bowen, A. J., Blake, A., Tureček, J., & Amyotte, B. (2019). External preference mapping: A guide for a consumer-driven approach to apple breeding. *Journal of Sensory Studies*, 34(1). <https://doi.org/10.1111/joss.12472>
- Fauza, R., Zakiah, dan S. Kasimin. (2018). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Komoditi Tomat dan Cabai Merah di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah* 3(2), 217-229. <https://jim.usk.ac.id/JFP/article/view/7222>
- Haeriah, Y., E. Hidayat, A. Najmudin, W. Juliawan, dan V.C. Mulyana. (2022). Perbandingan Preferensi Konsumen dengan Pedagang terhadap Cabai Rawit Domba (*Capsicum frutescens L.*) di Pasar Manis Ciamis. *COMPOSITE: Jurnal Ilmu Pertanian* 4(2), 54-62. <http://ejournal.uicm-unbar.ac.id/index.php/composite/article/view/451>
- Ighomereho, O. S. (2011). Conjoint Analysis: A Strategic Tool For Product Research. *International Journal of Economic Development Research and Investment*, 2(3), 1-9. [https://icidr.org/ijedri\\_vol2%20nos3\\_dec2011/Conjoint%20Analysis%20A%20Strategic%20Tool%20for%20Product%20Research.pdf](https://icidr.org/ijedri_vol2%20nos3_dec2011/Conjoint%20Analysis%20A%20Strategic%20Tool%20for%20Product%20Research.pdf)
- Kotri, A. (2006). Analyzing Customer Value Using Conjoint Analysis: The Example of a Packaging Company. Faculty of Economics and Business Administration, University of Tartu.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Prentice-Hall International, Inc.
- Kusumaningrum, N. R., Anggraeni, E., & Panoto, B. A. (2021). Consumer Preference Analysis of New Complementary Organic Food Products. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 31(3), 260–273. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2021.31.3.260>
- Orr, A., C. M. Cox, Y. Ru, & J. Ashby. (2018). *Gender and Social Targeting in Plant Breeding*. CGIAR Gender and Breeding Initiative International Potato Center (CIP), Peru.
- Prasetia, T. dan Partini. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Cabe Merah di Kecamatan Tembilihan. *Jurnal Agribisnis Unisi* 8(1), 26-35. <https://ejournal.unisi.ac.id/index.php/agribisnis/article/view/814>
- Sembiring, A., L. Prabaningrum, dan T.K. Moekasara. (2022). Farmers, Traders and Households' Preference to IVegRI's Open-Pollinated Chili Varieties in Lembang, West Java,

Indonesia. *Caraka Tani: Journal of Sustainable Agriculture*, 37(2), 321-332. <https://jurnal.uns.ac.id/carakatani/article/view/58346>

- Simamora, B. (2003). *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2016). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(1), 45. <https://doi.org/10.29244/jmo.v6i1.12183>
- Weltzien, E., Rattunde, F., Christinck, A., Isaacs, K., & Ashby, J. (2019). Gender and Farmer Preferences for Varietal Traits. *Plant Breeding Reviews*, 43, 243–278. <https://doi.org/10.1002/9781119616801.ch7>
- Widiyanto, N. A. (2019). Preferensi Konsumen Terhadap Buah Apel ( Studi Kasus Kota Malang Dan Kota Surabaya ). *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 1(1), 22–32.