

Analisis Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Varietas Bawang Merah Lokal Kabupaten Temanggung

Yennita Sihombing

Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN)

*Email Korespondensi: axelleyni7607@gmail.com

Abstrak

Bawang merah merupakan salah satu komoditas hortikultura unggulan nasional yang banyak dibudidayakan oleh masyarakat di Indonesia dan memiliki nilai ekonomis tinggi. Terjadinya dinamika penggunaan varietas bawang merah di Kabupaten Temanggung menunjukkan bahwa petani memiliki kesukaan dan preferensi tersendiri terhadap varietas bawang merah. Tujuan penulisan ini untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap bawang merah melalui atribut yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian, serta menganalisis faktor-faktor yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam menentukan keputusan pembelian bawang merah. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei dengan menggunakan kuisioner. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara purposiv. Teknik penarikan sampel digunakan teknik *accidental* dengan jumlah sampel sebanyak 96 orang. Keputusan pembelian bawang merah bergantung pada preferensi konsumen terhadap pemilihan bawang. Atribut intrinsik seperti aroma, rasa, harga, warna, dan ukuran umbi bawang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli bawang merah. Secara keseluruhan, bawang merah Karet lebih unggul dan lebih disukai oleh konsumen dibandingkan varietas Bima Brebes. Hal tersebut dikarenakan bawang merah Karet memiliki mutu yang relatif lebih baik yaitu dari warna umbi, aroma, dan rasa.

Kata kunci: Bawang Merah, Preferensi Konsumen, Keputusan Pembelian

Abstract

Shallots are one of the national leading horticultural commodities widely cultivated by the community in Indonesia and have high economic value. The dynamics of red onion variety usage in Temanggung Regency indicate that farmers have their own preferences and likes for specific red onion varieties. The purpose of this writing is to understand consumer preferences for red onions thru the attributes that most influence purchasing decisions, as well as to analyze the main factors that consumers consider when making purchasing decisions for red onions. This research was conducted using a survey method with a questionnaire. The determination of the research location was conducted purposively. The sampling technique used was accidental sampling with a sample size of 96 people. The decision to purchase red onions depends on consumer preferences regarding the selection of onions. Intrinsic attributes such as aroma, taste, price, color, and size of the onion bulbs influence consumers' decisions to purchase red onions. Overall, Karet red onions are superior and more preferred by consumers compared to the Bima Brebes variety. This is because Karet red onions have relatively better quality in terms of bulb color, aroma, and taste.

Keywords: Red Onion, Consumer Preferences, Purchasing Decisions

PENDAHULUAN

Salah satu sektor yang berperan penting dalam peningkatan perekonomian di Indonesia adalah pertanian, yaitu sebagai sumber mata pencaharian masyarakat yang mayoritas penduduknya berprofesi sebagai petani. Di samping itu, sektor pertanian merupakan sumber penyedia pangan bagi masyarakat. Pengelolaan usahatani perlu dilakukan dengan intensif dari hulu ke hilir sehingga produktivitas, pendapatan, dan kesejahteraan petani dapat meningkat Harjanto, B. (2021).

Bawang merah merupakan salah satu komoditas hortikultura unggulan nasional yang banyak dibudidayakan oleh masyarakat di Indonesia dan memiliki nilai ekonomis tinggi Saptana *et al.*, (2021), memiliki prospek pasar yang baik, ditinjau dari sisi pemenuhan konsumsi nasional, sumber penghasilan petani dan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah Pranadi *et al.*, (2022). Bawang merah adalah salah satu komoditas sayuran dataran rendah, meskipun bukan merupakan kebutuhan pokok, namun selalu dibutuhkan oleh konsumen rumah tangga sebagai pelengkap bumbu masak sehari-hari. Akan tetapi banyak permasalahan yang dialami petani bawang merah diantaranya ditanam mengikuti iklim/musim dan mudah rusak/busuk, sehingga sangat berdampak terhadap perkembangan harga bawang merah yang sangat fluktuatif (Sahara, 2019).

Varietas Karet merupakan varietas bawang merah lokal unggul Kabupaten Temanggung, sedangkan varietas Bima Brebes yang berasal dari daerah Brebes. Perbedaan yang mencolok dari kedua varietas yaitu pada ukuran umbi, warna umbi, harga jual, tingkat kepedasan, aroma, serta tingkat kekerasan. Ukuran umbi varietas Karet cenderung lebih besar dibandingkan varietas Bima Brebes dengan harga jual yang relatif lebih rendah. Warna umbi varietas Karet yaitu merah keunguan, sedangkan varietas Bima Brebes memiliki warna umbi merah muda. Jika dilihat dari tingkat kepedasan, aroma, dan tingkat kekerasan, varietas Karet memiliki kualitas yang lebih rendah dibandingkan varietas Bima Brebes.

Terjadinya dinamika penggunaan varietas bawang merah di Kabupaten Temanggung menunjukkan bahwa petani memiliki kesukaan dan preferensi tersendiri terhadap varietas bawang merah tersebut. Kecenderungan petani terhadap varietas bawang merah yang berkembang di Kabupaten Temanggung berpengaruh terhadap hasil budidaya yang diterima. Hal tersebut tentunya dapat mempengaruhi petani sebagai pelaku usaha dalam menggunakan varietas bawang merah yang akan dibudidayakan

Preferensi konsumen merupakan suatu kecenderungan konsumen dalam memilih satu dari produk lain yang sejenis Sundari & Umbara, (2019). Preferensi konsumen menggambarkan tingkat kesukaan yang dapat diketahui berdasarkan atribut produk yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum mengambil keputusan pembelian Winarsih *et al.*, (2024). Pemahaman terhadap preferensi konsumen bertujuan untuk mengetahui yang diinginkan konsumen terhadap suatu produk dan strategi pemasaran yang dilakukan agar produk yang dipasarkan tetap diminati oleh konsumen. Mengetahui

keinginan konsumen melalui atribut produk menjadi suatu informasi penting bagi petani untuk membudidayakan bawang merah sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.

Secara spesifik, preferensi konsumen dan keputusan pembelian memiliki keterkaitan. Dimana sebelum membuat keputusan pembelian, terlebih dahulu melakukan tahap keputusan pembelian salah satunya evaluasi alternatif Syam *et al.*, (2022). Pada tahap tersebut, konsumen akan membuat suatu pilihan berdasarkan atribut-atribut produk sesuai dengan keinginannya yang nantinya akan terbentuk preferensi konsumen sehingga terjadi keputusan pembelian. Mengetahui keinginan konsumen menjadi suatu informasi penting yang dapat digunakan oleh produsen untuk keberlanjutan usahanya.

Menyikapi hal tersebut, maka penulisan makalah ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap bawang merah melalui atribut yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian, serta menganalisis faktor-faktor yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam menentukan keputusan pembelian bawang merah. Dengan memahami preferensi dan perilaku konsumen, diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi produsen dan pelaku pasar lainnya dalam meningkatkan daya saing produk bawang merah di pasar domestik.

METODE

Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu pasar tradisional yang berlokasi di pasar Legi Kecamatan Parakan Kabupaten Temanggung. Pasar Legi memiliki konsumen terbanyak, memiliki areal pasar yang luas dan memiliki pangsa pasar bawang merah varietas Karet sebagai varietas lokal Temanggung dan varietas Bima Brebes.

Analisis terhadap aroma, rasa, harga, dan warna pada bawang merah varietas Karet sebagai varietas lokal yang di persepsikan oleh konsumen, dan dikelompokkan dalam faktor-faktor tertentu yang dianalisis. Dalam analisis faktor bukan perbedaan antara *dependent variable* (variabel tergantung/terikat) dan *independent variable* (variabel bebas). Oleh karena antar variabel saling terikat, maka semua variabel merupakan *interdependent variable*.

Variabel-variabel yang dikelompokkan dalam faktor-faktor diantaranya: 1. Aroma : Menyengat atau tidak; 2. Rasa : Gurih, renyah; 3. Harga : Sangat murah, murah, mahal, dan Sangat mahal; 4. Warna : Merah menyala, merah kecoklatan; 5. Ukuran : Besar, bulat, kecil, dan lonjong. Pada penelitian ini populasi pada penelitian ini terdiri dari konsumen bawang merah varietas lokal Karet. Penentuan sampel penelitian dilakukan dengan metode *insedental sampling*.

Kuisiioner digunakan sebagai alat ukur dengan menggunakan “skala likert“, karena yang diteliti adalah sekelompok orang. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pengukuran interval, yaitu pengukuran menggunakan skala likert dengan skor 1-5. Dimana skor 5: sangat setuju, 4: setuju, 3: netral, 2: tidak setuju, dan 1: sangat tidak setuju. Setelah responden melakukan penilaian kemudian hasilnya dianalisis menggunakan SPSS dan hasil keseluruhannya dapat diketahui pada nilai *overall statistic subfile summary*. Dari hasil tersebut akan

diperoleh atribut produk mana yang disukai oleh konsumen dan yang menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian bawang merah.

Bahan literatur yang digunakan dalam penulisan makalah ini adalah beberapa referensi yang berasal dari hasil penelitian, kajian, dan ulasan dari beberapa tulisan yang kemudian dirangkum menjadi suatu karya tulisan ilmiah. Pengkajian dilakukan dengan menggunakan Metoda *Desk Research*, data yang digunakan adalah data sekunder yang berasal dari berbagai sumber yaitu; Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Pertanian, jurnal dan sumber lainnya yang mendukung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik konsumen bawang merah di Pasar Legi Kabupaten Temanggung mencakup jenis kelamin, usia, lama pendidikan, pekerjaan, pendapatan/uang saku (per bulan), pengeluaran (per bulan), dan perilaku pembelian. Tujuan mengetahui karakteristik konsumen yaitu untuk mengetahui konsumen seperti apa yang paling berpotensi membeli bawang merah. Karakteristik responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Profil Responden

Karakteristik	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Pria	27	28,1
Wanita	69	71,9
Usia		
Muda (< 30 Tahun)	15	15,6
Sedang (31-40 Tahun)	58	60,4
Tua (>41 Tahun)	23	24,0
Status		
Menikah	83	86,5
Tidak/Belum Menikah	13	13,5
Pendidikan		
Rendah (< 7 tahun)	32	33,3
Sedang (7-10 tahun)	40	41,7
Tinggi (>10 tahun)	24	25,0
Mata Pencarian Pokok		
Ibu rumah tangga	62	64,6
Pegawai negeri	20	20,8
Pegawai swasta	10	10,4
Wiraswasta	4	4,2
Pendapatan Total/Bulan		
Rp1.000.000,00 – Rp2.000.000,00/bulan	10	10,4
Rp2.000.001,00 – Rp3.000.000,00/bulan	31	32,3
Rp3.000.001,00 – Rp5.000.000,00/bulan	33	34,4
Rp4.000.001,00 – Rp5.000.000,00/bulan	22	22,9

Sumber: Data Primer Diolah, (2024)

Berdasarkan Tabel 1. diketahui bahwa dari 96 orang responden penelitian diperoleh hasil konsumen bawang merah di dominasi oleh konsumen berjenis kelamin perempuan sebanyak 69

responden atau 71,9% dan konsumen laki-laki sebanyak 27 responden atau 28,1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa perempuan sebagai ibu rumah tangga berperan dalam menciptakan konsumsi sehari-hari untuk keluarganya. Maulana *et al.* (2022) menjelaskan bahwa perempuan sering melakukan kegiatan belanja untuk kebutuhan konsumsi keluarganya ataupun memilih produk dan barang dalam hal memenuhi keperluan rumah tangga sehari-harinya.

Usia 31-40 tahun paling banyak membeli bawang merah sebanyak 58 orang (60.4%), status perkawinan menikah 83 orang (86.5%), dengan latar belakang pendidikan selama 7-10 tahun sebanyak 40 orang (41.7%), pekerjaan ibu rumah tangga 62 orang (64.6%), dengan total pendapatan per bulan sebesar Rp3.000.001,00 – Rp5.000.000,00/bulan sebanyak 33 orang (34.4%). Dari data tersebut diperoleh kesimpulan bahwa faktor-faktor tersebut berpengaruh nyata terhadap perilaku konsumen dalam membeli bawang merah. Hal ini sesuai dengan penelitian dari Utami *et al.* (2022), dimana faktor yang mempengaruhi permintaan bawang merah adalah harga, pendapatan, jenis kelamin, usia, status perkawinan, mata pencaharian pokok, dan lama pendidikan.

Preferensi Konsumen

Perilaku konsumen adalah segala aktivitas yang melibatkan orang pada saat menyeleksi, membeli dan menggunakan produk dan jasa sebagai pemuas kebutuhan dan keinginannya (Mulia *et al.*, 2023). Konsumen memiliki tujuan yang berbeda-beda dalam membeli bawang merah. Responden menyatakan bahwa memilih membeli bawang merah di Pasar Legi disebabkan kebutuhan untuk memasak maupun untuk usaha lainnya. Menurut Rusd (2018) keputusan konsumen untuk melakukan proses pembelian bisa dipengaruhi oleh variabel variabel tertentu, seperti variabel yang berasal dari konsumen sendiri ataupun dari lingkungan sekitarnya dan kedua variabel tersebut bisa saja saling berinteraksi satu sama lain. Dorongan yang sering kali timbul dari dalam diri konsumen bentuknya berbagai macam, mulai dari kebutuhan yang harus dipenuhi, keinginan diri sendiri, serta karakteristik konsumen itu sendiri.

Salah satu pertimbangan penting saat melakukan pembelian adalah kualitas produk Amalina *et al.*, (2023). Konsumen cenderung tidak khawatir tentang biaya atau menyesal mengeluarkan uang untuk suatu produk jika kualitasnya sangat baik dan memenuhi keinginan atau harapan mereka Sari & Prihartono, (2021). Menurut Rukmayanti dan Fitriana, (2022) bahwa keputusan untuk membeli adalah hasil dari pemikiran konsumen yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti situasi ekonomi, keadaan finansial, teknologi, aspek politik, budaya, jenis barang, harga, lokasi, promosi, dan proses. Semua elemen yang disebutkan sebelumnya membentuk perspektif konsumen, sehingga mereka memproses informasi dan menarik kesimpulan untuk menetapkan respons terhadap opsi produk yang ingin dibeli konsumen.

Adapun preferensi konsumen terhadap variabel atribut faktor yang paling dominan yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli bawang merah di Kabupaten Temanggung yaitu:

aroma, rasa, harga, warna, dan ukuran umbi bawang merah. Atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar melakukan pengambilan keputusan dalam pembelian (Monolimay *et al.*, 2024).

Aroma

Aroma adalah bau yang timbul dari makanan yang mempengaruhi konsumen sebelum menikmati makanan. Aroma dianggap penting oleh konsumen karena aroma bawang merah yang lebih kuat lebih disukai oleh para konsumen.

Tabel 2. Atribut Aroma Bawang Merah Varietas Karet dan Bima Brebes di Kabupaten Temanggung

Uraian	STS	TS	Netral	S	SS	Jumlah	%
Menyengat	0	0	11	27	51	89	92,7
Tidak Menyengat	0	0	1	2	4	7	7,3
Jumlah	0	0	12	29	55	96	100,0
Presentase (%)	0	0	12	30,2	57,3	100,0	100,0

Sumber: Data Primer Diolah, (2024)

Pilihan konsumen terhadap aroma bawang merah di Kabupaten Temanggung terlihat pada Tabel 2 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden konsumen bawang merah membeli bawang merah dengan aroma yang menyengat. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya presentase yaitu 92.7% konsumen lebih menyukai aroma bawang yang menyengat, daripada aroma bawang merah yang tidak menyengat dengan presentase 7.3%. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Wulandari dkk. (2021) yang menyatakan bahwa bawang merah yang lebih disukai konsumen adalah bawang merah yang memiliki warna merah, umbi bulat dan padat, rasa pedas, serta aromanya wangi saat digoreng.

Rasa

Rasa makanan merupakan hasil kombinasi semua komposisi dari makanan yang terbagi atas empat dasar rasa yakni manis, asam, asin dan pahit serta gurih. Bawang merah memiliki aroma yang kuat dan khas yang disebabkan oleh senyawa sulfur. Ketika dipotong, senyawa ini dilepaskan, memberikan aroma tajam yang menggugah selera. Rasa bawang merah cenderung manis dan pedas, menjadikannya bahan yang ideal untuk berbagai masakan.

Tabel 3. Atribut Rasa Bawang Merah Varietas Karet dan Bima Brebes di Kabupaten Temanggung

Uraian	STS	TS	Netral	S	SS	Jumlah	%
Gurih	0	0	6	15	62	83	86,5
Renyah	0	0	0	4	9	13	13,5
Jumlah	0	0	6	19	71	96	100,0
Presentase (%)	0	0	6	19,8	74,0	100,0	100,0

Sumber: Data Primer Diolah, (2024)

Konsumen umumnya menganggap produk bawang merah yang dijual di Pasar Legi Kabupaten Temanggung memiliki rasa yang gurih (Tabel 3). Konsumen lebih tertarik membeli bawang merah dengan rasa gurih 86.5% daripada yang renyah (13.5%). Konsumen berpendapat bahwa

bawang merah yang gurih akan memberikan tambahan rasa pada olahan makanan sehingga akan menambah nafsu makan Nurjayanti *et al.*, (2023).

Harga

Noviyanti *et al.* (2021) mendefinisikan harga sebagai biaya yang harus dibayar pelanggan untuk membeli barang atau jasa. Salah satu faktor fundamental yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian bawang merah adalah penetapan harga. Hal tersebut memicu motivasi para penjual bawang merah dalam menawarkan harga sehingga konsumen tertarik untuk membeli bawang merah. Oleh karena itu harga memegang peranan penting dalam proses jual beli dan keputusan konsumen terhadap pembelian bawang merah. Pilihan responden terhadap harga bawang merah di Kabupaten Temanggung disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Atribut Harga Bawang Merah Varietas Karet dan Bima Brebes di Kabupaten Temanggung

Uraian	STS	TS	Netral	S	SS	Jumlah	%
Sangat Murah	0	0	0	0	0	0	0,0
Murah	0	0	0	0	0	0	0,0
Mahal	0	0	0	13	16	29	30,2
Sangat Mahal	0	0	0	22	45	67	69,8
Jumlah	0	0	0	35	61	96	100,0
Presentase (%)	0	0	0	36,5	63,5	100,0	100,0

Sumber: Data Primer Diolah, (2024)

Dari Tabel 4 diperoleh data bahwa sebanyak 29 orang (30.2%) menyatakan harga bawang merah yang dijual mahal dan 67 orang (69.8%) menyatakan bahwa harga bawang merah saat ini sangat mahal sehingga konsumen membeli dalam jumlah yang sedikit. Hal ini disebabkan fluktuasi harga bawang merah karena stok yang sedikit. Sebagian besar konsumen membandingkan penawaran harga dari berbagai penjual sebelum membuat keputusan akhir. Ketersediaan harga yang kompetitif dan terjangkau menjadi salah satu pertimbangan utama yang memandu pilihan konsumen dalam memilih produk Hasan *et al.*, (2025). Hal ini diperkuat dengan penelitian Rahayu (2022) yang menyimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap pilihan pembelian. Ini berarti bahwa semakin positif persepsi konsumen terhadap harga, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian.

Warna

Warna umbi bawang merah dianggap penting karena warna umbi dapat mempengaruhi kualitas bawang merah. Tabel 5 menyajikan data atribut warna bawang merah di Kabupaten Temanggung berdasarkan jawaban dari responden sebanyak 96 orang.

Tabel 5. Atribut Warna Bawang Merah Varietas Karet dan Bima Brebes di Kabupaten Temanggung

Uraian	STS	TS	Netral	S	SS	Jumlah	%
Merah Menyala	0	0	10	20	44	74	77,1
Merah Kecokelatan	0	0	0	7	15	22	22,9
Jumlah	0	0	10	27	59	96	100,0
Presentase (%)	0	0	10	28,1	61,5	100,0	100,0

Sumber: Data Primer Diolah, (2024)

Dari hasil penelitian diperoleh sebanyak 74 orang (77.1%) responden memilih membeli bawang merah dengan warna umbi merah menyala, sedangkan 22 orang (22.9%) memilih membeli bawang merah yang berwarna merah kecokelatan (Tabel 5). Hal ini menunjukkan bahwa warna umbi menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, di mana warna umbi bawang merah yang baik yaitu merah tidak pucat. Hal ini sesuai dengan penelitian Karo dan Manik (2020) yang menyatakan bahwa warna umbi dari setiap varietas berpengaruh terhadap ketertarikan konsumen terhadap bawang merah.

Ukuran Umbi

Ukuran umbi merupakan salah satu atribut yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli bawang merah. Hal ini disebabkan ukuran umbi yang besar memudahkan konsumen untuk mengolahnya menjadi bumbu masakan. Tabel 6 menyajikan data atribut ukuran umbi bawang merah di Kabupaten Temanggung berdasarkan jawaban dari responden sebanyak 96 orang.

Tabel 6. Atribut Ukuran Bawang Merah Varietas Karet dan Bima Brebes di Kabupaten Temanggung

Uraian	STS	TS	Netral	S	SS	Jumlah	%
Besar	0	0	2	15	31	48	50,0
Bulat	0	0	3	7	22	32	33,3
Kecil	0	0	0	3	5	8	8,3
Lonjong	0	0	0	4	4	8	8,3
Jumlah	0	0	5	29	62	96	100,0
Presentase (%)	0	0	5	30,2	64,6	100,0	100,0

Sumber: Data Primer Diolah, (2024)

Dari 96 orang responden pada penelitian ini, sebanyak 48 orang (50%) responden lebih suka membeli bawang merah yang berukuran besar, 32 orang (33.3%) membeli bawang merah dengan bentuk bulat, dan sebanyak 8 orang (8.3%) responden membeli bawang merah yang kecil dan lonjong. Hal ini membuktikan bahwa ukuran umbi sangat mempengaruhi keputusan pembelian bawang merah oleh konsumen

Perbandingan Preferensi Petani terhadap Varietas Bawang Merah

Bawang merah varietas Karet memiliki nilai preferensi total sebesar 19.64 dan varietas Bima Brebes memiliki nilai preferensi total sebesar 14.89. Hasil ini menunjukkan bahwa varietas Karet lebih disukai dibandingkan dengan varietas Bima Brebes. Jika dilihat dari nilai preferensi setiap atribut, harga menjadi atribut tertinggi pada varietas Karet (6.02) dan atribut tertinggi kedua pada varietas Bima Brebes (4.30). Fluktuasi harga bawang merah sangat mempengaruhi keputusan

pembelian konsumen, karena dapat mengurangi minat konsumen untuk berbelanja. Meskipun bawang merah merupakan bahan yang sangat penting dalam masakan, konsumen akan mencari alternatif lain jika harga bawang merah mengalami kenaikan yang signifikan

Tabel 7. Preferensi Petani dalam Memilih Varietas Bawang Merah di Kabupaten Temanggung

No	Atribut	Skor Tingkat Kepentingan (ei)	Nilai Preferensi Petani (ei.bi)			
			Karet		Bima Brebes	
			bi	ei bi	bi	ei bi
1	Aroma	3.43	0.98	3.34	0.30	1.03
2	Rasa	3.50	1.08	3.76	0.35	1.23
3	Harga	4.30	1.40	6.02	1.00	4.30
4	Warna	3.85	0.98	3.75	0.68	2.60
5	Ukuran	3.95	0.70	2.77	1.45	5.73
	Total	19.03	5.14	19.64	3.78	14,89

Sumber: Data Primer Diolah, (2024)

Harga pada bawang merah juga merupakan atribut terpenting yang mempengaruhi keputusan pembelian. Harga yang terjangkau untuk produk dengan kualitas baik akan berbanding lurus dengan keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut. Hidayat dan Tjiptodjojo (2025) menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen tentang apa yang akan mereka beli. Dengan menetapkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk dapat meningkatkan daya saing dan menarik pelanggan. Kondisi ini akan mendorong pembelian karena konsumen merasa memperoleh nilai produk yang sesuai dengan barang yang dibeli, Jika harga bawang merah terlalu tinggi, sebagian konsumen cenderung mencari alternatif yang lebih terjangkau. Namun, konsumen tetap akan memilih bawang merah dengan harga yang lebih tinggi, asalkan memiliki kualitas rasa, tekstur, dan aroma yang lebih baik dibandingkan dengan bawang merah lainnya. Batubara *et al.*, (2025).

Berdasarkan Tabel 7, dapat diketahui bahwa setiap varietas bawang merah memiliki keunggulan pada atribut-atribut tertentu. Varietas Karet unggul pada harga, rasa, warna, dan aroma. Sedangkan varietas Bima Brebes unggul pada atribut ukuran. Secara keseluruhan, bawang merah Karet lebih unggul dan lebih disukai oleh konsumen dibandingkan varietas Bima Brebes. Hal tersebut dikarenakan bawang merah Karet memiliki mutu yang relatif lebih baik yaitu dari warna umbi, aroma, dan rasa.

KESIMPULAN

Secara spesifik, preferensi konsumen dan keputusan pembelian bawang merah memiliki keterkaitan. Sebelum membuat keputusan pembelian, konsumen terlebih dahulu mempertimbangkan faktor-faktor atribut yang mempengaruhi diantaranya aroma, rasa, harga, warna, dan ukuran umbi. Atribut harga merupakan faktor utama yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian karena berkaitan dengan banyaknya bawang merah yang dibeli. Semakin mahal harga jual bawang merah, maka semakin sedikit jumlah pembelian konsumen. Konsumen lebih menyukai bawang merah segar

yang berukuran besar, berbentuk bulat, berwarna merah tua, dan berbau menyengat dengan harga yang relatif murah sehingga terjangkau oleh konsumen.

SARAN

Para petani disarankan melakukan usaha budidaya bawang merah sebagai usaha komersial dengan memperhatikan aspek-aspek yang dapat mendukung budidaya bawang merah sehingga dapat menghasilkan bawang merah dengan kualitas yang baik dan produksi yang meningkat sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, F. N., Apriliani, M. P., Putri, T. N., Masruroh, U., & Anwar, R. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju “Klambiku.Kids” di Kota Madiun. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*. 12(1):75-85. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i1.1046>
- Batubara, A.H., H. Oktaviani, A.R.S.Putra & W. Kuntari. (2025). Tinjauan literatur preferensi konsumen terhadap atribut bawang merah segar untuk mengetahui keputusan pembelian. *Jurnal Ketahanan Pangan*. 9(1):30-36
- Harjanto, B. (2021). Manajemen Budidaya tanaman dan ternak dalam sistem usaha tani terpadu. *Jurnal Agribisnis dan Peternakan*. 9(2):134-145.
- Hasan, S., Sukma, S., Chusnah, M., Khasan, U. & Purbowo. (2025). Pengaruh harga, rasa dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sosis Salam Afco Fresh Jombang. *Sigmagri*. 05(01):202-211.
- Hidayat, B., & Tjiptodjojo, K. I. (2025). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Internasional Ilmu Pendidikan (JIIP)*. 8(1):559-564.
- Karo, B. B., & Manik, F. (2020). Observasi dan adaptasi 10 varietas bawang Merah (*Allium cepa*) di Berastagi Dataran Tinggi Basah. *Agroteknosains*. 4(2):1-9.
- Maulana, S., A. Dawam & A. Septiana. (2022). Perbandingan konsumtif ibu rumah tangga terhadap minat berbelanja antara pasar tradisional dan modern selama pandemi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. 14(1):175-181
- Monolimay, F., T.F. Lolowang & C. Talumangan. (2024). Preferensi konsumen dalam membeli gula aren di Pasar Bersehati Kota Manado. *Jurnal Agri-Sosio Ekonomi Unsrat*. 20(1): 43-50.
- Mulia, S., S. Surbakti, & Y.Yurizki. (2023). Analisis tingkat konsumsi dan preferensi konsumen bawang putih segar di Kota Medan." *Jurnal Pertanian Agros* 25(3):2510-2517.
- Shoffi Nurjayanti, S., N.A. Bahmid, & I. Karim. (2023). Analisis pengaruh kualitas produk dan dinamika perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian bawang merah goreng. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika*. 20(2):136-169.
- Pranadi, B., Darsono, D., & Ferichani, M. (2022). Peramalan luas tanam dan strategi pengembangan bawang merah di Kabupaten Wonogiri. *Jurnal Pangan*. 31(2):155-166.
- Rahayu, M., Restu, N., Susanti, R. & Sumaryanto. (2022). Pengaruh cita rasa, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di kedai kopi Sharing Karanganyar. *Ekonomi dan Kewirausahaan*. 22(3):281-291.

- Rusd, I. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perbandingan konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern di Kabupaten Pinrang. Universitas Muhammadiyah Makassar .
- Rukmayanti & Fitriana. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Jurnal Fokus Manajemen Bisnis. 12(2): 206-217
- Sahara, M.H. Utari, Z. Azijah. 2019. Volatilitas harga bawang merah di Indonesia. Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan. 13(2): 309-336. <https://doi.org/10.30908/bilp.v13i2.419>.
- Saptana, E. Gunawan, A.D. Perwita, S.G. Sukmaya, V. Darwis, E. Ariningsih, Ashari. (2021). The competitiveness analysis of shallot in Indonesia: A policy analysis matrix. PLoS ONE. 16(9): e0256832. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0256832>.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk kepada keputusan pembelian (Survey pelanggan produk Sprei Rise). Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA). 5 (3):1171-1184. <https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1573>
- Sundari, R. S., & Umbara, D. S. (2019). Preferensi Konsumen terhadap Agroindustri Abon Ikan. Jurnal Manajemen dan Bisnis. 4(1):36-43. <https://mebis.upnjatim.ac.id/index.php/mebis/article/view/38>
- Syam, S. A., Haeruddin, M. I. W., Ruma, Z., Musa, M. I., & Hasbiah, S. (2022). Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace. Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis. 18(2):73-79. <https://doi.org/10.26714/vameb.v18i2.10442>
- Utami,T., Antriandarti, E., & Khomah, I. (2022). Faktor-FaktorYang Mempengaruhi Permintaan Bawang Merah di Kabupaten Sukoharjo. Paradigma Agribisnis. 5(1):23-34.
- Winarsih, Nuriyana, Mardiyah Hayati, & Amanatuz Zuhriyah. "Preferensi Konsumen Bawang Merah Goreng PT Permata Indah Rubaru (PIR) untuk Mengetahui Keputusan Pembelian." Journal of Agribusiness Science and Rural Development. 4(1):13-31.
- Wulandari, T. R., Puspitorini, P., & Serdani, A. D. (2021). Dosis pupuk organik dan jarak tanam terhadap pertumbuhan dan hasil tanaman bawang merah (*Allium ascalonicum* L .) Jurnal Ilmiah Ilmu Pertanian, 11(2):76-85.