

## **Consumer Preference Analysis of Turmeric Simplisia Attributes Using Conjoint Analysis Method at PT CAN Herbs Indonesia**

### **Analisis Preferensi Konsumen terhadap Atribut Simplisia Kunyit Menggunakan Metode Analisis Konjoin di PT CAN Herbs Indonesia**

**Anugerah Putri Unikinova<sup>1</sup>, Fitria Naimatus Sadiyah<sup>1\*</sup>, Adi Prayoga<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>*Program Studi Agribisnis Hortikultura, Jurusan Pertanian, Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta–Magelang, Indonesia.*

\*Email Corresponding Author: [fitrianaaimatus@gmail.com](mailto:fitrianaaimatus@gmail.com)

**Abstract.** Indonesia has substantial potential for the development of biopharmaceutical crops, including turmeric (*Curcuma domestica* Val.), which is widely used as a raw material in the herbal industry. However, the declining demand for dried turmeric simplisia indicates a mismatch between the characteristics of the products offered and consumer preferences. This study aimed to analyze consumer preferences for dried turmeric simplisia attributes using conjoint analysis. The study was conducted using a full-profile approach by distributing questionnaires to 40 respondents, consisting of home industry business actors, micro, small, and medium enterprises (MSMEs), and herbal industries. The analyzed attributes included price, moisture content, payment system, and color. The data were analyzed to obtain the utility value and relative importance of each attribute. The results showed that price was the most influential attribute in consumer decision-making, followed by payment system, moisture content, and color. The most preferred attribute combination was dried turmeric simplisia with a moisture content of <8%, a price of IDR 35,000.00-40,000.00, full upfront payment, and bright yellow color. Consumer preferences for dried turmeric simplisia were multidimensional and influenced by a combination of product attributes. Therefore, producers are advised to implement quality standardization and competitive pricing strategies to improve the market competitiveness of dried turmeric simplisia.

**Keywords:** consumer preference, conjoint analysis, dried turmeric simplisia, product attributes.

**Abstrak.** Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan tanaman biofarmaka, termasuk kunyit (*Curcuma domestica* Val.), yang banyak dimanfaatkan sebagai bahan baku industri herbal. Namun, penurunan permintaan simplisia kunyit menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara karakteristik produk yang ditawarkan dan preferensi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut simplisia kunyit menggunakan metode analisis konjoin. Penelitian dilakukan dengan pendekatan *full-profile* melalui penyebaran kuesioner kepada 40 responden yang terdiri atas pelaku usaha industri rumah tangga (IRT), usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta industri herbal. Atribut yang dianalisis meliputi harga, kadar air, sistem pembayaran, dan warna. Data dianalisis untuk memperoleh nilai utilitas dan tingkat kepentingan masing-masing atribut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga merupakan atribut yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen, diikuti oleh sistem pembayaran, kadar air, dan warna. Kombinasi atribut yang paling disukai adalah simplisia kunyit dengan kadar air <8%, harga Rp35.000,00–Rp40.000,00, sistem pembayaran penuh di muka, dan warna kuning cerah. Preferensi konsumen terhadap simplisia kunyit bersifat multidimensional dan dipengaruhi oleh kombinasi atribut produk. Oleh karena itu, produsen disarankan menerapkan standarisasi mutu dan strategi harga yang kompetitif untuk meningkatkan daya saing simplisia kunyit di pasar.

**Kata Kunci:** preferensi konsumen, analisis konjoin, simplisia kunyit, atribut produk.

#### **Cite this article (APA Style):**

Unikinova, A. P., Sadiyah, F. N., & Prayoga, A. (2026). Consumer Preference Analysis of Turmeric Simplisia Attributes Using Conjoint Analysis Method at PT CAN Herbs Indonesia. *Journal of Food Security and Agroindustry*, 4(2), 74–84. <https://doi.org/10.58184/jfsa.v4i2.954>

**Submitted: 27 Apr 2026; Received in revised form: 18 May 2026; Accepted: 24 May 2026; Published regularly: 7 Jun 2026**

This is an open access article under CC-BY-SA 4.0 license.



Copyright © 2026 The Author(s)

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan tanaman biofarmaka karena memiliki keanekaragaman hayati yang tinggi (Cahyaningsih *et al.*, 2021; Hadi *et al.*, 2024). Pemanfaatan tanaman biofarmaka semakin meningkat sejak pandemi COVID-19, terutama karena meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan penggunaan bahan alami. Menurut Sadiyah (2021), pandemi COVID-19 berdampak pada sektor perdagangan komoditas pertanian yang ditunjukkan oleh adanya disparitas harga yang tinggi pada beberapa komoditas, termasuk komoditas pertanian yang menjadi bahan baku industri. Kondisi ini turut mendorong pertumbuhan industri obat tradisional, yang pada tahun 2023 mencapai 1.110 unit (Tistiyanto *et al.*, 2023).

Salah satu bahan baku penting dalam industri herbal adalah simplisia, termasuk kunyit (*Curcuma domestica* Val.), yang mengandung senyawa bioaktif seperti kurkumin dan banyak digunakan sebagai bahan baku jamu, obat tradisional, serta produk herbal lainnya. Dalam rantai pasok industri herbal, simplisia kunyit memiliki peran penting karena sangat menentukan mutu produk akhir yang dihasilkan. Untuk menjaga mutu tersebut, *Farmakope Herbal Indonesia* (Depkes, 2008) menetapkan standar mutu simplisia, terutama pada aspek kadar air, warna, dan karakter fisik lainnya, agar produk aman selama penyimpanan, tidak mudah rusak, serta tetap memiliki kandungan senyawa aktif yang optimal.

Namun, PT CAN Herbs Indonesia mengalami penurunan penjualan simplisia kunyit dari 6–7 kg menjadi 1–2 kg per bulan pada tahun 2025. Kondisi ini menunjukkan adanya penurunan permintaan pasar dan mengindikasikan kemungkinan ketidaksesuaian antara karakteristik produk yang ditawarkan dan preferensi konsumen. Penurunan permintaan tersebut dapat berdampak pada daya saing perusahaan serta keberlanjutan pasokan bahan baku industri herbal. Menurut Oktarici dan Sirait (2023), kondisi tersebut menuntut adanya penyesuaian produk sesuai dengan preferensi konsumen agar perusahaan mampu mempertahankan pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap produk herbal telah banyak dilakukan, tetapi sebagian besar masih berfokus pada produk herbal jadi atau atribut produk secara umum. Penelitian yang secara khusus menganalisis preferensi konsumen terhadap simplisia kunyit berdasarkan atribut kadar air, harga, sistem pembayaran, dan warna masih terbatas, khususnya pada pelaku industri rumah tangga (IRT), usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta industri herbal di Yogyakarta. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan analisis konjoin untuk mengidentifikasi atribut yang memengaruhi keputusan pembelian serta menentukan kombinasi atribut simplisia kunyit yang paling disukai konsumen.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan analisis konjoin berbantuan SPSS untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap simplisia kunyit pada pelaku industri rumah tangga (IRT), usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta industri herbal di Yogyakarta. Data diperoleh melalui kuesioner dengan atribut yang meliputi kadar air, harga, sistem pembayaran, dan warna. Analisis konjoin dilakukan menggunakan pendekatan *full-profile* untuk memperoleh nilai utilitas dan tingkat kepentingan setiap atribut.

## 2.1 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner berbasis analisis konjoin dengan pendekatan *full-profile*. Pada pendekatan ini, responden diminta menilai beberapa kombinasi atribut produk simplisia kunyit. Atribut yang digunakan meliputi harga, kadar air, sistem pembayaran, dan warna. Pemilihan atribut tersebut didasarkan pada studi literatur dan pertimbangan bahwa atribut tersebut merupakan faktor utama yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap simplisia kunyit. Atribut lain tidak dimasukkan karena dinilai kurang relevan dengan tujuan penelitian serta untuk menghindari jumlah kombinasi stimulus yang terlalu banyak, sehingga dapat menyulitkan responden dalam memberikan penilaian. Penentuan jumlah minimum stimulus dilakukan menggunakan desain ortogonal dengan rumus berikut:

$$JK = JT - JA + 1$$

Keterangan:

JK : jumlah kombinasi

JT : jumlah total level atribut

JA : jumlah atribut

Sehingga diperoleh:

$$JK = (3 + 3 + 3 + 3) - 4 + 1 = 9 \text{ Kombinasi}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh 9 stimulus sebagai kombinasi level atribut yang digunakan dalam penelitian. Penyusunan atribut dan level mengacu pada penelitian sebelumnya (Nisa *et al.*, 2023).

## 2.2 Penyusunan Kuesioner

Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur yang berisi kombinasi atribut atau stimulus simplisia kunyit. Atribut yang digunakan dipilih berdasarkan hasil studi literatur dan relevansinya terhadap preferensi konsumen, yaitu kadar air, harga, sistem pembayaran, dan warna. Atribut lain, seperti ukuran irisan, aroma, dan jenis kemasan, tidak dimasukkan karena dianggap memiliki pengaruh yang lebih rendah terhadap keputusan pembelian pada objek penelitian ini. Selain itu, pembatasan atribut dilakukan untuk menghindari jumlah kombinasi stimulus yang terlalu banyak dalam analisis konjoin.

Jumlah atribut yang terlalu banyak dapat meningkatkan kompleksitas penilaian responden dan menurunkan konsistensi jawaban. Responden diminta memberikan penilaian terhadap setiap stimulus menggunakan skala Likert 5 tingkat sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Deskripsi Rating

Rating	Keterangan
1	Sangat tidak suka
2	Tidak suka
3	cukup suka
4	Suka
5	Sangat suka

## 2.3 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur ketepatan instrumen penelitian menggunakan korelasi Pearson dengan bantuan SPSS. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai *r*-hitung lebih besar daripada *r*-tabel. Pada penelitian ini, jumlah responden sebanyak 40 orang sehingga diperoleh  $df = n - 2 = 38$ . Pada taraf signifikansi 5%, nilai *r*-tabel yang digunakan adalah 0,312. Seluruh butir pernyataan memiliki nilai *r*-hitung > *r*-tabel sehingga dinyatakan valid.

## 2.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Hasil pengujian menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,775 sehingga instrumen dinyatakan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang baik dan layak digunakan dalam pengumpulan data penelitian.

## 2.5 Analisis Konjoin

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode konjoin pada SPSS untuk menghasilkan nilai utilitas (*utility*) dan nilai kepentingan (*importance value*). Nilai utilitas menunjukkan tingkat preferensi konsumen terhadap setiap level atribut, sedangkan nilai kepentingan menunjukkan pengaruh relatif setiap atribut terhadap pembentukan preferensi konsumen (Rahim, 2020).

Menurut Rifandi dan Yuniar (2021), level dan atribut yang paling disukai konsumen dapat ditentukan berdasarkan nilai utilitas dan *importance value* tertinggi. Dengan demikian, analisis konjoin digunakan untuk mengidentifikasi faktor utama yang membentuk preferensi konsumen terhadap simplisia kunyit.

## 2.6 Uji Ketepatan Model

Uji ketepatan model dilakukan menggunakan nilai *Pearson's R* dan *Kendall's Tau*. Kedua nilai tersebut digunakan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara hasil prediksi model dan penilaian aktual responden. Nilai yang semakin mendekati 1 menunjukkan bahwa model memiliki tingkat ketepatan yang semakin baik. Kategori ketepatan model yang digunakan adalah sebagai berikut: sangat baik (0,80–1,00), baik (0,70–0,80), sedang (0,60–0,70), dan rendah (<0,60).

## 2.7 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen potensial simplisia kunyit yang berasal dari pelaku industri rumah tangga (IRT), UMKM, dan industri herbal di Yogyakarta. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah pelaku usaha yang mengetahui, menggunakan, atau berpotensi membeli simplisia kunyit sebagai bahan baku produk herbal.

Jumlah sampel mengacu pada *rule of thumb* analisis konjoin sebagaimana dikemukakan oleh Orme (2010), dengan rumus berikut:

$$n = [(Jumlah\ level - Jumlah\ atribut) + 1] \times 5$$

Penelitian ini menggunakan 4 atribut dengan total 11 level atribut, sehingga jumlah sampel minimum yang dibutuhkan adalah:

$$n = [(11 - 4) + 1] \times 5 = 40$$

Dengan demikian, jumlah responden minimum yang digunakan dalam penelitian ini adalah 40 responden.

## 2.8 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal ilmiah, buku, dokumen perusahaan, dan sumber lain yang relevan dengan preferensi konsumen, simplisia kunyit, serta analisis konjoin.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan [Tabel 2](#), sebagian besar responden merupakan pelaku industri rumah tangga (IRT), yaitu sebanyak 30 responden atau 75,0%. Sementara itu, responden dengan legalitas *Commanditaire Vennootschap* (CV) dan Perseroan Terbatas (PT) masing-masing berjumlah 5 responden atau 12,5%. Dominasi pelaku IRT menunjukkan bahwa pasar simplisia kunyit di wilayah penelitian masih banyak melibatkan pelaku usaha skala kecil dan menengah. Kelompok usaha ini umumnya memiliki keterbatasan modal, kapasitas produksi, dan sistem pengadaan bahan baku. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku IRT cenderung lebih sensitif terhadap atribut ekonomis, terutama harga dan sistem pembayaran, dibandingkan atribut fisik produk.

Temuan tersebut sejalan dengan hasil analisis tingkat kepentingan atribut yang menunjukkan bahwa harga menjadi faktor paling dominan dalam keputusan pembelian konsumen. Hasil ini juga mendukung penelitian [Cahyani et al. \(2025\)](#), yang menyatakan bahwa usaha jamu berbasis rumah tangga memiliki peran penting dalam pengembangan produk herbal tradisional, tetapi tetap mempertimbangkan efisiensi biaya dalam pengadaan bahan baku.

**Tabel 2.** Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Spesifikasi	Jumlah	Persentase
1	Legalitas	Industri rumah Tangga (IRT)	30	75%
		<i>Commanditaire Vennootschap</i> (CV)	5	12,5%
		Perseroan Terbatas (PT)	5	12,5%
2	Lama Usaha	1-20 Tahun	32	80%
		21-40 Tahun	5	12,5%
		41-60 Tahun	3	7,5%

Berdasarkan karakteristik lama usaha, sebagian besar responden telah menjalankan usahanya selama 1–20 tahun, yaitu sebanyak 32 responden atau 80,0%. Lama usaha tersebut menunjukkan bahwa responden telah memiliki pengalaman dan standar tertentu dalam memilih simplisia kunyit sebagai bahan baku produksi. Pengalaman usaha dapat memengaruhi

kemampuan responden dalam mengevaluasi kualitas simplisia, terutama pada atribut kadar air dan warna, karena kedua atribut tersebut berkaitan dengan daya simpan, mutu, dan hasil pengolahan produk herbal. Pelaku usaha yang lebih berpengalaman umumnya lebih selektif dalam menentukan bahan baku untuk menjaga konsistensi mutu produk yang dihasilkan.

Selain itu, atribut warna dalam penelitian ini hanya dibedakan menjadi dua kategori, yaitu kuning cerah dan kuning pucat. Keterbatasan variasi warna tersebut dapat menyebabkan preferensi konsumen terhadap atribut warna belum menggambarkan secara menyeluruh. Rendahnya tingkat kepentingan atribut warna dibandingkan atribut lain diduga turut dipengaruhi oleh terbatasnya variasi level yang digunakan. Oleh karena itu, responden cenderung lebih memfokuskan penilaian pada atribut yang dianggap lebih berpengaruh secara ekonomis dan fungsional, seperti harga, sistem pembayaran, dan kadar air.

### 3.2 Analisis Data

#### 3.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Pearson* terhadap 40 responden. Nilai *r*-tabel pada taraf signifikansi 5% dengan derajat kebebasan  $df = 38$  adalah 0,312. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai *r*-hitung > *r*-tabel dan nilai signifikansi < 0,05, sebagaimana dijelaskan oleh [Lusiana et al. \(2024\)](#). Hasil uji validitas disajikan pada [Tabel 3](#).

**Tabel 3.** Uji Validitas

No	Item	r Hitung	r Tabel (0,312)	Sig.	Keterangan
1	P1	0,607	0,312	0,000	Valid
2	P2	0,650	0,312	0,000	Valid
3	P3	0,515	0,312	0,001	Valid
4	P4	0,671	0,312	0,000	Valid
5	P5	0,563	0,312	0,000	Valid
6	P6	0,347	0,312	0,028	Valid
7	P7	0,564	0,312	0,000	Valid
8	P8	0,678	0,312	0,000	Valid
9	P9	0,607	0,312	0,000	Valid

Berdasarkan [Tabel 3](#), seluruh butir pernyataan (P1–P9) memiliki nilai *r*-hitung > *r*-tabel (0,312) dan nilai signifikansi < 0,05, sehingga dinyatakan valid. Nilai korelasi tertinggi terdapat pada P8 sebesar 0,678, sedangkan nilai korelasi terendah terdapat pada P6 sebesar 0,347. Meskipun demikian, nilai tersebut tetap memenuhi kriteria validitas. Hasil ini sejalan dengan [Cahyani et al. \(2025\)](#), yang menyatakan bahwa instrumen dinyatakan valid apabila nilai *r*-hitung > *r*-tabel dan signifikan.

#### 3.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* untuk mengetahui konsistensi instrumen. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 ([Yusup et al., 2018](#)). Hasil pengujian menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,775, sehingga instrumen memiliki konsistensi internal yang baik dan seluruh butir pernyataan dinyatakan reliabel.

### 3.2.3 Analisis Konjoin

Analisis konjoin digunakan untuk mengetahui preferensi responden terhadap kombinasi atribut produk melalui nilai utilitas (*utility*) pada setiap level atribut dan tingkat kepentingan (*importance value*) setiap atribut dalam memengaruhi keputusan responden.

### 3.2.4 Analisis Nilai Utilitas Level Atribut

Analisis nilai utilitas dilakukan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap setiap level atribut. Nilai utilitas positif menunjukkan tingkat kesukaan yang lebih tinggi, sedangkan nilai utilitas negatif menunjukkan tingkat kesukaan yang lebih rendah. Semakin besar nilai utilitas, semakin tinggi pengaruh level atribut tersebut terhadap keputusan konsumen (Fauzi & Supardi, 2023). Hasil analisis utilitas level atribut disajikan pada Tabel 4.

**Tabel 4.** Nilai Utilitas Atribut dan Level

Atribut	Level	Nilai Utilitas
Kadar Air	<8%	0.162
	8-10%	0.051
	>10%	-0.214
Sistem Pembayaran	Pembayaran penuh diawal	0.350
	50% sebelum dan sesudah QC	0.051
	Pembayaran full setelah QC	-0.402
Warna	Kuning cerah	0.109
	Kuning pucat	-0.109
Harga	<Rp35.000	-0.333
	Rp35.000-Rp40.000	0.564
	>Rp40.000	-0.231

Berdasarkan Tabel 4, pada atribut kadar air, level kadar air <8% memiliki nilai utilitas tertinggi, yaitu 0,162, diikuti kadar air 8-10% sebesar 0,051. Sementara itu, kadar air >10% memiliki nilai utilitas terendah, yaitu -0,214. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai simplisia kunyit dengan kadar air rendah karena dianggap memiliki mutu dan daya simpan yang lebih baik (Nisa *et al.*, 2023).

Pada atribut sistem pembayaran, pembayaran penuh di muka memiliki nilai utilitas tertinggi, yaitu 0,350, diikuti pembayaran 50% sebelum dan 50% sesudah *quality control* (QC) sebesar 0,051. Sementara itu, pembayaran penuh setelah QC memiliki nilai utilitas terendah, yaitu -0,402. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai sistem pembayaran yang memberikan kepastian sejak awal transaksi. Preferensi tersebut sejalan dengan *Prospect Theory*, yang menjelaskan adanya *certainty effect* dan *loss aversion*, yaitu kecenderungan konsumen untuk memilih kepastian dan menghindari risiko (Bleichrodt & L'haridon, 2023).

Selanjutnya, pada atribut warna, warna kuning cerah memiliki nilai utilitas positif sebesar 0,109, sedangkan warna kuning pucat memiliki nilai utilitas negatif sebesar -0,109. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai simplisia kunyit berwarna kuning cerah karena dianggap mencerminkan mutu produk yang lebih baik. Temuan ini didukung oleh Saputri *et al.* (2025), yang menyatakan bahwa warna kuning cerah pada kunyit berkaitan dengan kandungan kurkuminoid dan menjadi salah satu indikator mutu yang masih diterima secara organoleptik.

Pada atribut harga, kisaran harga Rp35.000,00–Rp40.000,00 memiliki nilai utilitas tertinggi, yaitu 0,564, diikuti harga >Rp40.000,00 sebesar –0,231 dan harga <Rp35.000,00 sebesar –0,333. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai harga pada kategori menengah karena dianggap memberikan keseimbangan antara mutu dan biaya atau *perceived value*. Harga yang terlalu rendah cenderung diasosiasikan dengan mutu yang lebih rendah, sedangkan harga yang terlalu tinggi dianggap tidak sebanding dengan manfaat yang diperoleh.

### 3.2.5 Analisis Tingkat Kepentingan Atribut

Tingkat kepentingan atribut dianalisis untuk mengetahui pengaruh relatif setiap atribut dalam membentuk preferensi responden terhadap simplisia kunyit. Nilai ini menunjukkan prioritas atribut dalam pengambilan keputusan konsumen. Hasil analisis tingkat kepentingan atribut disajikan pada [Tabel 5](#).

**Tabel 5.** Tingkat Kepentingan Atribut

Atribut	Tingkat Kepentingan (%)
Harga	36.169
Sistem Pembayaran	26.482
Kadar	25.606
Warna	11.743

Berdasarkan [Tabel 5](#), atribut harga memiliki tingkat kepentingan tertinggi sebesar 36,169%, diikuti oleh sistem pembayaran sebesar 26,482% dan kadar air sebesar 25,606%. Sementara itu, atribut warna memiliki tingkat kepentingan terendah sebesar 11,743%. Hasil ini menunjukkan bahwa harga merupakan faktor dominan dalam memengaruhi preferensi responden terhadap simplisia kunyit.

Tingginya tingkat kepentingan harga menunjukkan bahwa konsumen cenderung mempertimbangkan aspek ekonomi sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan pendapat [Utama](#) dan [Antonio \(2022\)](#), yang menyatakan bahwa atribut dengan nilai kepentingan tertinggi memiliki pengaruh paling besar dalam menentukan preferensi konsumen. Selain harga, atribut sistem pembayaran dan kadar air juga memiliki kontribusi yang cukup besar. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan aspek biaya, tetapi juga kemudahan transaksi dan mutu produk. Sementara itu, atribut warna memiliki tingkat kepentingan paling rendah, yang menunjukkan bahwa faktor visual bukan menjadi pertimbangan utama dibandingkan atribut lainnya.

### 3.2.6 Uji Korelasi Model Konjoin

Uji korelasi dilakukan untuk menilai ketepatan model konjoin dalam memprediksi preferensi responden terhadap kombinasi atribut simplisia kunyit. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan data aktual dan hasil estimasi model. Dalam analisis konjoin, *Pearson's R* digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara nilai aktual dan nilai prediksi, sedangkan *Kendall's Tau* digunakan untuk mengukur kesesuaian peringkat preferensi.

Nilai korelasi yang semakin mendekati 1 menunjukkan bahwa model memiliki tingkat akurasi prediksi yang semakin baik ([Santoso, 2016](#)). Hasil pengujian menunjukkan bahwa model konjoin mampu merepresentasikan preferensi responden secara akurat. Dengan demikian, atribut yang digunakan dalam penelitian ini dinilai cukup representatif dalam

menjelaskan keputusan konsumen terhadap simplisia kunyit. Hasil uji korelasi model konjoin disajikan pada [Tabel 6](#).

**Tabel 6.** Pengujian Pearson's R

Pengujian	Nilai	Sig
Pearson's R	0.981	0.000
Kendall's Tau	0.778	0.002

Berdasarkan [Tabel 6](#), nilai *Pearson's R* sebesar 0,981 menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara preferensi aktual responden dan estimasi model konjoin. Sementara itu, nilai *Kendall's Tau* sebesar 0,778 menunjukkan kesesuaian peringkat yang kuat antara data aktual dan hasil prediksi. Nilai signifikansi pada kedua pengujian lebih kecil dari 0,05 ( $p < 0,05$ ), sehingga hubungan tersebut signifikan secara statistik. Dengan demikian, model konjoin yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat akurasi yang tinggi dan mampu memprediksi preferensi responden dengan baik ([Adelawati, 2021](#)).

Namun, nilai korelasi yang sangat tinggi dimungkinkan dipengaruhi oleh jumlah responden yang terbatas, yaitu 40 responden, serta jumlah stimulus yang hanya terdiri atas 9 kombinasi. Kondisi tersebut berpotensi menyebabkan *overfitting* pada model. Oleh karena itu, hasil penelitian perlu diinterpretasikan dengan hati-hati.

### 3.3 Peringkat Kombinasi Produk

Pemeringkatan kombinasi produk dilakukan berdasarkan total nilai utilitas hasil analisis konjoin untuk mengetahui urutan preferensi responden. Semakin tinggi nilai utilitas, semakin disukai kombinasi atribut tersebut oleh responden. Dengan demikian, hasil pemeringkatan dapat menjadi dasar dalam menentukan profil produk simplisia kunyit yang sesuai dengan preferensi konsumen ([Santoso, 2016](#)). Hasil pemeringkatan kombinasi produk disajikan pada [Tabel 7](#).

Berdasarkan [Tabel 7](#), kombinasi produk yang paling disukai responden adalah *Card 3* dengan nilai total utilitas sebesar 0,857. Kombinasi ini terdiri atas kadar air <8%, sistem pembayaran penuh di muka, warna kuning cerah, dan harga Rp35.000,00–Rp40.000,00. Nilai utilitas yang tinggi menunjukkan bahwa kombinasi atribut tersebut paling sesuai dengan preferensi responden.

Sebaliknya, kombinasi produk dengan tingkat preferensi terendah adalah *Card 1* dengan nilai total utilitas sebesar -0,605. Kombinasi ini terdiri atas kadar air >10%, pembayaran 50% sebelum dan 50% sesudah *quality control* (QC), warna kuning cerah, serta harga <Rp35.000,00. Nilai utilitas negatif menunjukkan bahwa kombinasi atribut tersebut kurang disukai responden.

Hasil ini menunjukkan bahwa responden cenderung lebih menyukai kombinasi produk dengan kadar air rendah, harga pada kategori menengah, sistem pembayaran yang memberikan kepastian transaksi di awal, serta warna kuning cerah. Kombinasi atribut dengan nilai utilitas tertinggi dapat dijadikan profil produk yang paling optimal dan direkomendasikan untuk memenuhi preferensi konsumen terhadap simplisia kunyit.

**Tabel 7.** Rangking Kombinasi Produk

Ranking	Card	Kadar	Sistem Pembayaran	Warna	Harga	Total Utility
1	3	<8-10%	Pembayaran penuh diawal	Kuning cerah	35.000–40.000	0,857
2	9	<8%	50% sebelum & sesudah QC	Kuning pucat	35.000–40.000	0,669
3	7	<8%	Pembayaran penuh diawal	Kuning cerah	<35.000	0,071
4	8	>10%	Pembayaran penuh diawal	Kuning pucat	>40.000	0,015
5	2	>10%	Pembayaran full setelah QC	Kuning cerah	35.000–40.000	-0,160
6	5	8–10%	50% sebelum & sesudah QC	Kuning cerah	>40.000	-0,237
7	4	8–10%	Pembayaran full setelah QC	Kuning pucat	<35.000	-0,575
8	6	<8%	Pembayaran full setelah QC	Kuning cerah	>40.000	-0,579
9	1	>10%	50% sebelum & sesudah QC	Kuning cerah	<35.000	-0.605

#### 4. SIMPULAN

Preferensi konsumen terhadap simplisia kunyit dipengaruhi oleh harga, sistem pembayaran, kadar air, dan warna. Atribut yang paling berpengaruh adalah harga, diikuti oleh sistem pembayaran, kadar air, dan warna. Kombinasi produk yang paling disukai konsumen adalah simplisia kunyit dengan kadar air <8%, sistem pembayaran penuh di muka, warna kuning cerah, dan harga Rp35.000,00–Rp40.000,00. Hasil uji ketepatan model menunjukkan bahwa model konjoin mampu menggambarkan preferensi responden dengan baik. Penelitian ini masih terbatas pada responden di wilayah Yogyakarta dan didominasi oleh pelaku industri rumah tangga (IRT). Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan atribut lain, seperti ukuran irisan, aroma, jenis kemasan, dan sertifikasi mutu, agar hasil penelitian lebih lengkap.

#### 5. REFERENSI

- Adelawati, K. (2021). Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Brastagi Supermarket Medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian [JIMTANI]*, 1(2), 1–12.
- Bleichrodt, H., & L'haridon, O. (2023). Prospect theory's loss aversion is robust to stake size. *Judgment and Decision Making*, 18, e14. <https://doi.org/10.1017/jdm.2023.2>
- Cahyani, D., Ridha, M., Huda, K., & Mubarok, A. (2025). Peningkatan Ekonomi Keluarga melalui Pelatihan Bisnis Jamu Tradisional dengan Pendekatan PAR dan Capacity Building di Mojogebang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 5(2), 1–14. <https://doi.org/10.59818/jpm.v5i1.1254>
- Cahyaningsih, R., Brehm, J. M., & Maxted, N. (2021). Setting the priority medicinal plants for conservation in Indonesia. *Genetic resources and crop evolution*, 68(5), 2019–2050. <https://doi.org/10.1007/s10722-021-01115-6>

- Departemen Kesehatan Republik Indonesia. (2008). *Farmakope herbal Indonesia* (Edisi I). Departemen Kesehatan Republik Indonesia. <https://farmalkes.kemkes.go.id/en/unduh/farmakope-herbal-indonesia-edisi-i/>
- Fauzi, R., & Supardi, U. S. (2023). Pendekatan Analisis Konjoin untuk Menentukan Preferensi Atribut Laptop. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 1(3), 257–264. <https://doi.org/10.31004/ijmst.v1i3.208>
- Lusiana, I. S., Susongko, P., & Nafiati, D. A. (2024). Desain Instrumen Tes Capaian Pembelajaran Matematika dengan Uji Validitas Pearson Correlation. *Journal of Education Research*, 5(4), 5666–5675. <https://doi.org/10.37985/jjer.v5i4.1700>
- Nisa, M., Jannah, R., Qodri, U. L., & Sari, D. R. T. (2023). Pengaruh Metode Pengeringan terhadap Kadar Flavonoid Simplisia Daun Cermay (*Phyllanthus acidus* L. Skeels). *Jurnal Farmasi Ma Chung: Sains, Teknologi, dan Klinis Komunitas*, 1(1), 8–12. [https://doi.org/10.33479/jfmc.v1i\(1\).2](https://doi.org/10.33479/jfmc.v1i(1).2)
- Oktarici, E. N., & Sirait, F. M. (2023). Evaluasi Kinerja Bisnis Pemasok dengan Pendekatan Analytical Hierarchy Process Pada PT XYZ. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 1–13.
- Orme, B. K. (2010). *Getting started with conjoint analysis: Strategies for product design and pricing research* (2nd ed.). Research Publishers LLC.
- Rahim, N. A. F. (2020). *Analisis Konjoin untuk Menentukan Preferensi Mahasiswa FMIPA terhadap E-Commerce (Perniagaan Elektronik)* [Skripsi, Universitas Brawijaya]. Repository Universitas Brawijaya. <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/183267/>
- Rifandi, M. N., & Yuniar. (2021). Usulan Atribut Jasa Transportasi Kereta Api Argo Parahyangan Berdasarkan Preferensi Konsumen Menggunakan Metode Conjoint Analysis. *E-Proceeding FTI*, 1(1), 1–12.
- Sadiyah, F. N. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Perdagangan Komoditas Pertanian di Idoneisa. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(3), 950–961. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.03.30>
- Santoso, A. (2016). (2017). *Statistik multivariat dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo. <https://books.google.co.id/books?id=qi9IDwAAQBAI>
- Saputri, D. E., Astuti, D. F., Handayani, W. N., & Dewi, Y. C. (2025). Pengaruh Penambahan Kunyit (*Curcuma Longa* L.) dan Kacang Hijau (*Vigna radiata*) terhadap Sifat Fisikokimia Tempe. *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi (HUBISINTEK)*, 6(1), 681–689.
- Tistiyanto, P. D., Sukrasno, S., Budiastuti, B., & Prima, L. (2023). Kajian Penerapan Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik pada Industri Ekstrak Bahan Alam di Indonesia. *Pharmaceutical and Biomedical Sciences Journal (PBSJ)*, 5(1), 23–34. <https://doi.org/10.15408/pbsj.v5i1.32090>
- Utama, R., & Antonio, J. (2022). Analisis Conjoint Terhadap Preferensi Konsumen Pada Kemasan Minuman Kalamansi Siap Minum Di Kota Bengkulu. *Technologica*, 1(2), 104–112. <https://doi.org/10.55043/technologica.v1i2.47>
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>