

ANALISIS PERBEDAAN PREFERENSI KONSUMEN DALAM MENGGONSUMSI BERAS KAMPUNG DAN BERAS PASAR DI WILAYAH DESA ANDENG KECAMATAN SENGAH TEMILA

Dela Salirta¹, Sabinus Beni², Yeremia Niaga Atlantika³, Usman⁴

^{1, 2, 3, 4}Institut Shanti Bhuana, Jl. Bukit Karmel Sebopet No.1, Bengkayang, Kalimantan Barat, Indonesia
Email: salirtadela@gmail.com

Article History

Received: 01-08-2024

Revision: 09-08-2024

Accepted: 11-08-2024

Published: 12-08-2024

Abstract. This research was conducted with the aim of observing and finding out the extent of consumers' preferences for consuming village rice. This research was carried out using qualitative methods through data collection by conducting observations and interviews. The results of this research are that village rice has several attribute elements such as price, shape of rice, taste, aroma, color and packaging size. These product attributes are one way to develop products and services that have been used by business actors. This product attribute can help consumers to differentiate village rice products from market rice because both have different attributes so that with these product attributes business actors can see consumer preferences in consuming village rice. Consumer preferences in the Andeng village area, Sengah Temila sub-district, Landak district can be seen from how often consumers buy or consume village rice sold by business actors. In terms of consumer interests and tastes, many consumers prefer to buy village rice rather than buy rice in the market because the price of village rice is cheaper than the price of market rice.

Keywords: Consumer Preferences, Product Attributes, Marketing

Abstrak. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat serta untuk mengetahui sejauh mana preferensi dari konsumen dalam mengkonsumsi beras kampung dan beras pasar. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif melalui pengumpulan data dengan melakukan observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini yaitu beras kampung memiliki beberapa unsur atribut seperti harga, bentuk beras, rasa, aroma, warna, dan ukuran kemasan, atribut produk tersebut merupakan salah satu cara untuk dapat mengembangkan produk maupun jasa yang telah digunakan oleh pelaku usaha. Atribut produk ini dapat membantu konsumen untuk dapat membedakan produk beras kampung dengan beras pasar karena keduanya memiliki atribut yang berbeda sehingga dengan adanya atribut produk ini pelaku usaha dapat melihat preferensi konsumen dalam mengkonsumsi beras kampung. Preferensi konsumen di wilayah Desa Andeng, Kecamatan Sengah Temila, Kabupaten Landak dapat dilihat dari seberapa sering konsumen membeli atau mengkonsumsi beras kampung yang dijual oleh pelaku usaha, dilihat dari segi minat maupun selera konsumen banyak konsumen yang lebih memilih untuk membeli beras kampung dari pada membeli beras di pasar karena harga beras kampung lebih murah dibandingkan dengan harga beras pasar.

Kata Kunci: Preferensi Konsumen, Atribut Produk, Pemasaran

How to Cite: Salirta, D., Beni, S., Atlantika, Y. N., & Usman. (2024). Analisis Perbedaan Preferensi Konsumen dalam Mengkonsumsi Beras Kampung dan Beras Pasar di Wilayah Desa Andeng Kecamatan Sengah Temila. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4 (4), 1502-1510. <http://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i4.1654>

PENDAHULUAN

Beras merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Beras menjadi sangat penting bagi masyarakat karena 90% masyarakat Indonesia mengolah beras menjadi nasi sebagai makanan pokok. Masyarakat mengolah beras menjadi nasi untuk dikonsumsi meskipun beras yang sering diolah oleh masyarakat berwarna putih, namun ada pula masyarakat yang mengolah beras merah untuk dikonsumsi. Produk beras sering kali dijumpai di pasar dan terdapat banyak pilihan beras yang dijual oleh produsen kepada konsumen yang memberikan kebebasan kepada konsumen untuk membeli beras sesuai dengan keinginan konsumen. Pilihan yang diberikan kepada konsumen dapat membuat konsumen dengan mudahnya berpindah dari satu produk ke produk lain sesuai dengan selera dan keinginan konsumen, membuat konsumen dengan mudah mengubah pilihannya karena produk yang sebelumnya mereka konsumsi kurang memuaskan konsumen.

Atribut produk yang ada pada produk dapat dilihat oleh konsumen dan menjadikannya sebagai dasar yang utama dalam sebuah keputusan untuk pembelian (Yunita, 2019). Preferensi konsumen dapat dilihat pada tingkat kegunaan dalam setiap atribut produk, masyarakat mempunyai sikap yang berbeda-beda terhadap suatu atribut produk yang akan masyarakat pilih dan dianggap paling penting, dalam hal ini masyarakat akan memberikan suatu penilaian pada suatu atribut produk yang telah memberikan manfaat-manfaat bagi konsumen. Unsur atribut produk yang dimaksud yaitu, harga, bentuk beras, rasa, aroma, warna, daya tahan, dan ukuran kemasan. Menjual produk yang harus diperhatikan adalah kepuasan konsumen, kepuasan konsumen harus tetap dijaga agar usaha yang dijalankan tersebut dapat terus berkembang dan berjalan dengan lancar.

Kepuasan tersebut dapat dari segi rasa, ukuran kemasan, dan memberikan pelayanan yang baik. Memang tidak semua pelaku usaha bisnis beras dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya, baik dari segi rasa, ukuran kemasan, dan pelayanannya, setiap pelayanan yang diberikan pastinya akan berbeda-beda. Kualitas produk dapat dilihat dari kepuasan konsumen dan keunggulan produk tersebut. Apabila produk sudah memberikan kepuasan kepada pelanggan maka usaha beras akan semakin banyak diminati oleh konsumen. Minat masyarakat atau konsumen untuk membeli beras dapat disesuaikan dengan keinginan dan apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Berdasarkan aspek minat konsumen di wilayah Desa Andeng, Kecamatan Sengah Temila, Kabupaten Landak banyak konsumen yang lebih memilih untuk membeli beras kampung yang dijual oleh pelaku usaha beras secara langsung kepada konsumen daripada memilih beras pasar yang di jual di pasaran meskipun kemasan yang digunakan oleh produsen beras kampung masih

menggunakan kemasan kantong plastik atau karung biasa. Dalam menjual produk beras produsen juga harus memperhatikan kemasan yang digunakan untuk pengemasan produk beras, karena dengan menggunakan kemasan konsumen dapat memberikan penilaian terhadap produk beras tersebut. Selain itu, kemasan juga dapat memberikan pengaruh kepada konsumen untuk dapat mengambil keputusan pembelian terhadap produk beras. Selama ini pengemasan beras yang dilakukan oleh produsen masih dikemas dengan menggunakan plastik atau karung biasa tanpa label.

Produsen berusaha akan memberikan hasil yang baik terhadap kemasan produknya dan membuat model kemasanyang lebih menarik agar terlihat berbeda dengan produsen lain yang memproduksi produk-produk sejenis dalam pasar yang sama (Yunita, 2018). Masyarakat dapat melihat apakah kemasan tersebut dapat menarik perhatian masyarakat atau kemasan tersebut akan terlihat biasa-biasa saja di mata masyarakat, hal ini tergantung dari masyarakat yang melihat sendiri sejauh mana masyarakat dapat melihat dan memperhatikan kemasan tersebut dalam membeli produk beras tersebut. Tetapi banyak dari konsumen yang lebih suka membeli beras kampung daripada beras yang dijual di pasar.

Kebutuhan masyarakat terhadap beras sangat besar, terutama bagi masyarakat di wilayah Desa Andeng, Kecamatan Sengah Temila, Kabupaten Landak yang sebagian besar masyarakatnya sebagai petani. Masih ada masyarakat di wilayah Desa Andeng, Kecamatan Sengah Temila, Kabupaten Landak yang tidak memiliki sawah atau ladang untuk bercocok tanam sehingga untuk memenuhi kebutuhan mereka terhadap beras sangat kurang. Sebagian besar petani yang ada di wilayah Desa Andeng, Kecamatan Sengah Temila, Kabupaten Landak hampir semua petani tidak mendapatkan hasil panen yang memuaskan. Hal itu disebabkan karena adanya hama yang mengganggu tanaman padi para petani sehingga pada saat panen tiba hasil panen yang didapatkan tidak begitu memuaskan bahkan sangat menurun dengan pesat dibandingkan dengan hasil panen yang sebelumnya.

Padi yang dihasilkan tidak bisa memenuhi kebutuhan petani selama setahun untuk memenuhi kebutuhan beras maka petani mulai membeli beras di pasar, sehingga mau tidak mau masyarakat di wilayah Desa Andeng, Kecamatan Sengah Temila, Kabupaten Landak harus membeli beras untuk memenuhi kebutuhan pokok mereka. Salah satu cara yang dilakukan oleh produsen beras guna untuk membantu masyarakat agar bisa memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap beras yaitu dengan menurunkan harga beras kampung yang sebelumnya harga Rp.15.000,00 per kilonya menjadi Rp.14.000,00 per kilonya, Meskipun produsen rugi menjual beras kampung dengan harga murah, tetapi hal itu tidak terlalu merugikan produsen beras kampung.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat serta untuk mengetahui sejauh mana preferensi dari konsumen dalam mengkonsumsi beras kampung dan beras pasar. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif melalui pengumpulan data dengan melakukan observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini yaitu beras kampung memiliki beberapa unsur atribut seperti harga, bentuk beras, rasa, aroma, warna, dan ukuran kemasan, atribut produk tersebut merupakan salah satu cara untuk dapat mengembangkan produk maupun jasa yang telah digunakan oleh pelaku usaha. Atribut produk ini dapat membantu konsumen untuk dapat membedakan produk beras kampung dengan beras pasar karena keduanya memiliki atribut yang berbeda sehingga dengan adanya atribut produk ini pelaku usaha dapat melihat preferensi konsumen dalam mengkonsumsi beras kampung dan beras pasar. Data penelitian dianalisis secara deskriptif kualitatif, analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk melihat hasil dari analisis perbedaan preferensi konsumen dalam mengkonsumsi beras kampung dan beras pasar di wilayah Desa Andeng Kecamatan Sengah Temila. Analisis data dilakukan secara kualitatif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN DISKUSI

Beras merupakan bagian bulir padi (gabah) yang telah dipisahkan dari sekam, beras juga dapat memberikan manfaat bagi kesehatan tubuh manusia baik dari segi pertumbuhan, menjaga keseimbangan tubuh, serta dapat memberikan sumber energi bagi tubuh manusia (David dan Kartinaty, 2019). Manusia membutuhkan makanan terutama beras untuk bertahan hidup, karena makanan adalah sumber energi yang diperlukan oleh tubuh manusia. Beras adalah bahan pangan pokok yang sering dikonsumsi oleh seluruh masyarakat, salah satu beras yang dikonsumsi oleh masyarakat di wilayah Desa Andeng Kecamatan Sengah Temila Kabupaten Landak yaitu beras kampung.

Beras kampung merupakan beras yang didapat dari hasil pertanian ladang dimana kegiatan berladang dilakukan sebanyak satu tahun sekali, untuk itu produksi beras kampung sangat minim. Beras kampung berbeda dari beras biasanya karena dari segi rasa, aroma dan teksturnya berbeda dari beras hasil sawah, untuk itu beras kampung memiliki banyak peminat meskipun harganya tergolong tinggi dari beras biasa karena beras kampung memiliki keunggulan seperti rasa, aroma, dan tekstur. Masyarakat juga biasanya mengkonsumsi beras yang dijual di pasar, dimana beras yang dijual di pasaran berbagai macam jenis seperti beras pandan, beras merah, beras ketan, dan beras bulog.

Beras putih (*Oryza sativa L*) merupakan bahan makanan pokok sebagian besar masyarakat Indonesia, beras putih pada umumnya dimanfaatkan oleh masyarakat untuk diolah menjadi nasi dan dijadikan sebagai makanan pokok yang paling penting bagi seluruh masyarakat. Kebutuhan masyarakat dalam mengonsumsi beras merupakan aspek yang sangat penting untuk menentukan jumlah beras yang dibutuhkan oleh masyarakat agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan jumlah penduduk yang ada, sehingga dengan bertambahnya jumlah penduduk maka kebutuhan masyarakat juga akan bertambah (Kamila & Prasetyo, 2019). Ketersediaan beras harus tetap dijaga agar kualitas beras tersebut tidak berkurang dan terjangkau oleh daya beli masyarakat agar konsumen yang membeli memberikan tanggapan yang baik.

Karakteristik beras yang mempengaruhi kualitas beras di pasar adalah ukuran dan bentuk, kebersihan dan kemurnian, dan aroma. Karakteristik beras dipengaruhi oleh genetik, lingkungan, dan penanganan pascapanen. Kualitas beras dapat dilihat dari karakteristik fisik dan kimia beras. Karakteristik fisik meliputi: dimensi ukuran beras dan tekstur beras. Bentuk dan penampilan beras merupakan karakteristik pertama yang diamati oleh konsumen ketika memilih dan membeli beras (David & Kartinaty, 2019). Beras dikonsumsi dalam bentuk butiran utuh kemudian diolah menjadi nasi, maka sifat fisik beras seperti ukuran dan bentuk sangat berperan dalam kualitas unit penggilingan padi dan pedagang beras. Beras berasal dari padi kemudian digiling dan menjadi beras, beras mempunyai karakteristik yaitu, biji yang berbentuk lonjong, dan mempunyai aroma yang khas. Kesimpulan dari definisi tersebut yaitu bahwa karakteristik beras merupakan objek yang dapat dilihat secara nyata baik dalam segi bentuk, ukuran, serta kemurnian dari beras tersebut yang menjadi objek perhatian konsumen untuk membeli beras. Karakteristik konsumen dalam membeli suatu produk sangat sulit dijelaskan dengan teori standar karena permintaan tidak hanya dipengaruhi oleh satu atau dua hal semata, tetapi juga oleh berbagai faktor lain yang mempengaruhi pengambilan keputusan preferensi konsumen tersebut.

Preferensi konsumen merupakan rasa suka terhadap produk yang telah dikonsumsi baik produk makanan maupun produk jasa. Preferensi adalah rasa lebih suka terhadap sesuatu dibandingkan dengan yang lainnya, konsumen memiliki preferensi terhadap suatu produk dan merk yang berbeda-beda dalam berbagai macam barang termasuk juga atribut produk (Rasyid, 2018). Preferensi konsumen dapat dilihat dari tingkat kegunaan dalam setiap atribut produk, masyarakat memiliki sikap yang berbeda-beda terhadap suatu produk yang mereka anggap paling penting, mereka akan melihat dan menilai suatu produk yang dapat memberikan manfaat-manfaat yang mereka cari. Sebelum munculnya pasar modern, secara tradisional

masyarakat memiliki preferensi konsumen dengan atribut utama yang hanya seputar jenis beras, keamanan konsumsi, harga beras yang stabil dan nilai beras. Pada saat masyarakat sudah mulai maju dan pasar modern berkembang dengan pesat maka konsumen beras menuntut tambahan atribut produk yang lebih bagus dan berkualitas, hal ini membuat produsen berusaha untuk terus meningkatkan kualitas atribut produk agar masyarakat dapat merasa puas dengan produk tersebut.

Kualitas produk sangat mendukung preferensi konsumen dalam pembelian beras. Pada kualitas produk beras mereka memiliki preferensi konsumen dengan beras yang berkualitas mengacu pada komposisi mulai dari bahan-bahan baku, kandungan nutrisi seperti lemak, kalori, kolesterol, pengelolaan produk beras tersebut dihasilkan tanpa mengganggu kualitas dan kelestarian lingkungan hidup (Foster, 2018). Produk yang berkualitas apabila produk tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui keunggulan-keunggulan yang dimiliki pada produk beras yang telah disediakan.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapannya (Dewi, 2019). Artinya, apabila produk yang telah disediakan tersebut sudah memberikan kepuasan kepada konsumen dan kesan yang diberikan terhadap kinerja atau hasil suatu produk itu sudah baik dan sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan merasa senang dan puas dengan apa yang sudah diberikan. Sehingga dalam hal ini pelaku usaha beras akan memberikan kepuasan kepada konsumen melalui kinerja atau hasil produk yang baik agar konsumen merasa senang dan usaha beras tersebut akan semakin banyak diminati oleh masyarakat.

Minat pembelian masyarakat terhadap beras disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan sesuai dengan keinginan konsumen. Beras pasar yang dijual di pasaran biasanya dijual dalam bentuk kemasan atau merek serta label, berbeda dengan beras kampung yang dijual secara langsung kepada konsumen yang datang ke rumah. Beras pasar dan beras kampung sangat berbeda, beras yang dibeli di pasar dikemas dalam karung atau memiliki label, sedangkan beras yang dibeli secara langsung oleh konsumen yang datang ke rumah biasanya dikemas dalam kantong plastik atau karung biasa yang tidak memiliki label.

Pengemasan juga disebut sebagai pembungkusan, pewadahan atau pengepakan, pengemasan suatu aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk, fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk (Sophia, 2022). Artinya, pengemasan ini dilakukan untuk membuat suatu wadah atau tempat untuk sebuah produk dan kemudian dibungkus dengan wadah yang sudah dibuat tersebut. Jika dilihat dari segi minat konsumen, banyak konsumen yang lebih memilih untuk membeli beras kampung yang di jual

secara langsung kepada konsumen daripada beras pasar yang di jual di pasaran meskipun kemasan yang digunakan oleh produsen beras kampung masih menggunakan kemasan kantong plastik atau karung biasa

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa preferensi konsumen mengenai beras kampung dan beras pasar terdapat adanya kepuasan tersendiri terhadap beras kampung dan beras pasar yaitu adanya faktor perbedaan harga, aroma, daya tahan. Strategi pemasaran yang digunakan dalam penjualan yaitu penjualan *online* dan *offline (personal promotion)*. Adanya harga yang ditawarkan kepada konsumen yang menjadi daya tarik utama untuk membeli antara beras kampung dan beras pasar, konsumen lebih memilih beras kampung dikarenakan adanya rasa, tekstur serta aroma yang menjadi pilihan konsumen memilih beras kampung, mahal atau murah harga yang ditawarkan tidak terlalu dipertimbangkan oleh konsumen. Hal utama dalam preferensi konsumen faktor aroma juga mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli beras kampung dan beras pasar, rata-rata konsumen memilih beras kampung untuk dikonsumsi dibandingkan beras pasar karena salah satu yang menjadi alasan konsumen memilih beras kampung yaitu adanya faktor aroma. Preferensi konsumen dalam daya tahan antara beras kampung dan beras pasar tidak menjadi acuan utama dalam pemilihan utama, konsumen lebih memilih beras kampung dikarenakan memiliki daya tahan yang rendah tetapi alami tanpa adanya tambahan pengawet didalam kandungan beras sehingga baik untuk kesehatan

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil preferensi konsumen antara beras kampung dan beras pasar dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada konsumen, berikut ini beberapa saran yang didapat dan menjadi bahan pertimbangan dalam upaya peningkatan penjualan melalui preferensi konsumen serta meningkatkan penjualan beras dimasa yang akan datang diantaranya yaitu :

- Perlu adanya mempertahankan kualitas produk dengan selalu mengupayakan kualitas terbaik untuk konsumen sehingga dengan adanya kualitas dapat meningkatkan loyalitas konsumen.
- Perlu adanya ketersediaan produk (*ready stok*) meskipun produksi secara rumahan namun stok beras tidak mengalami kekosongan.
- Perlu adanya tingkat pemasaran yang lebih luas dimana tingkat pemasaran yang luas dapat meningkatkan jumlah penjualan dan jumlah pelanggan terhadap produk beras kampung.

REFERENSI

- Afriansyah, E. aldila. (2016). Penggunaan Software ATLAS.ti sebagai Alat Bantu Proses Anal. *Jurnal Pendidikan*, 5(2), 4280. <http://e-mosharafa.org/Jurnal%22>
- Afza, H. (2017). Peran Konservasi dan Karakterisasi Plasma Nutfah Padi Beras Merah dalam Pemuliaan Tanaman. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pertanian*, 35(3), 143. <https://doi.org/10.21082/jp3.v35n3.2016.p143-153>
- 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>
- David, J. H., & Kartinaty, T. (2019). Karakteristik Mutu Beras Di Berbagai Penggilingan Pada Sentra Padi Di Kalimantan Barat. *Journal TABARO Agriculture Science*, 3(1), 276. <https://doi.org/10.35914/tabaro.v3i1.197>
- Foster, B. (2018). Preferensi Konsumen Dan Dampaknya Pada Minat Beli. *Bisnis & Entrepreneurship*, 12(1), 31–38.
- Juanda, B. R. (2016). Potensi peningkatan produksi padi dengan meningkatkan IP (Indek Panen) melalui penerapan teknologi padi salibu. *Jurnal Penelitian Agrosamudra*, 3(1), 75–81. <https://www.ejurnalunsam.id/index.php/jagrs/article/view/348>
- Kamila, F., & Prasetyo, E. (2019). Analisis sikap konsumen pada pembelian beras (Kamila et al.) 9. *Agrisocioeconomics*, 3(1), 9–18.
- Kurniawan, A. R., Chan, F., Abdurrohman, M., Wanimbo, O., Putri, N. H., Intan, F. M., & Samosir, W. L. S. (2019). Problematika Guru Dalam Melaksanakan Program Literasi Di Kelas IV Sekolah Dasar. *Edustream: Jurnal Pendidikan Dasar*, 3(2), 31–37.
- Novitasari, R., & Malik, A. (2018). Hubungan karakteristik konsumen dengan kesediaan membayar (. 21(1). <https://doi.org/10.22437/jiseb.v21i1>
- Nuraini Dewi. (2019). Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara Online Dan Offline. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 15.
- Purba, A. E. (2022). Komunikasi Pemasaran Merek Philip Morris Bold. 25(2), 160–166.
- Putri, T. Y., & Ariani, Y. (2020). Implementasi Pendekatan Realistic Mathematic Education (RME) terhadap Hasil Belajar Penyajian Data di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3), 2453–2452. <https://doi.org/10.31004/jptam.v4i3.729>
- Ramadanti, F., Mutaqin, A., & Hendrayana, A. (2021). Pengembangan E-Modul Matematika Berbasis PBL (Problem Based Learning) pada Materi Penyajian Data untuk Siswa SMP. *Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika*, 5(3), 2733–2745. <https://doi.org/10.31004/cendekia.v5i3.759>
- Rasyid, H. Al, Mukti, N., & Muhartono, M. (2018). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Beras Siger Di Bandar Lampung. 1. [http://repository.lppm.unila.ac.id/7265/%0Ahttp://repository.lppm.unila.ac.id/7265/1/Harun APTA1.pdf](http://repository.lppm.unila.ac.id/7265/%0Ahttp://repository.lppm.unila.ac.id/7265/1/Harun%20APTA1.pdf)
- Sophia, Erwandri, E., & Varina, F. (2022). Teknik Pengemasan dan Labeling Produk Olahan Makanan Ringan di Desa Pematang Gajah. *Jurnal Abdimas Adpi Sosial Dan Humaniora*, 3(4), 429–434. <https://doi.org/10.47841/jsoshum.v3i4.256>
- Sylvester Simanjuntak, D., Nadapdap, K., & Artikel, I. (2015). Pengaruh Persepsi Penilaian Prestasi Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *Universitas Methodist Indonesia Jalan Hang Tuah*, 3(2), 6–13. <http://ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/8/8>
- Tasril, V., Khairul, K., & Wibowo, F. (2019). Aplikasi Sistem Informasi Untuk Menentukan Kualitas Beras Berbasis Android Pada Kelompok Tani Jaya Makmur Desa Benyumas. *Jurnal Informatika*, 7(3), 133–142. <https://doi.org/10.36987/informatika.v7i3.1384>

- Yunita, A. (2018). Strategi Pengemasan Dan Pemasaran Beras Organik Dan Jamur Tiram Di Dusun Kanten, Desa Kebonagung, Bantul. *BERDIKARI : Jurnal Inovasi Dan Penerapan Ipteks*, 6(2), 195–206. <https://doi.org/10.18196/bdr.6246>
- Yunita, Y., Lifianthi, L., & Arbi, M. (2019). Preferensi Konsumen terhadap Tingkat Kepentingan Atribut Beras dan Konsumsi Beras Rumah Tangga dengan Pendapatan yang Berbeda di Kota Palembang. *Prosiding Seminar Nasional Lahan Suboptimal*, 1, 978–979.