



ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK BAKSO SAPI DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DESA SUKARAJA

ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES TOWARDS BEEF MEATBALL PRODUCTS IN AN EFFORT TO INCREASE THE INCOME OF THE SUKARAJA VILLAGE COMMUNITY

Intani Dewi^{1*}, Siti Mawaddah¹, Fitriani Eka Puji¹, Aulia Irhamni Fajri¹, Novia Rahmawati¹, Lintang Ashfa Ashxia Labibah¹, Hazzahra Andalusia¹

¹ Sekolah Vokasi, IPB University

*Penulis Korespondensi, email: intani.dewi@apps.ipb.ac.id

Diserahkan: 30/10/2025

Direvisi: 06/11/2025

Diterima: 19/12/2025

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen potensial terhadap produk bakso sapi sebagai upaya meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Sukaraja. Pentingnya pemberdayaan ekonomi lokal melalui pengembangan usaha pangan olahan bernilai tambah yang mampu membuka peluang usaha baru, terutama bagi perempuan sebagai pelaku utama dalam kegiatan ekonomi rumah tangga. Pengembangan produk bakso sapi dinilai potensial karena memiliki permintaan pasar yang tinggi dan mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed-method* dengan menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dokumentasi dari 38 responden yang berpartisipasi pada penelitian ini. Analisis data dilakukan menggunakan metode deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden, analisis konjoin untuk mengidentifikasi atribut produk yang paling disukai, serta analisis finansial untuk menilai kelayakan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut dengan nilai kepentingan tertinggi adalah komposisi (37,735), diikuti oleh ukuran (23,388), harga (10,447), dan tekstur (10,199). Kombinasi produk yang paling disukai konsumen adalah bakso dengan komposisi daging lebih banyak daripada tepung, ukuran sangat besar, tekstur empuk, rasa asin, dan harga Rp5.000–Rp10.000 per porsi. Berdasarkan hasil analisis finansial, ketika usaha ini dijalankan akan memberikan peluang laba bersih bulanan senilai Rp1.399.000 dan memperoleh nilai R/C Ratio sebesar 1,14 yang menunjukkan bahwa usaha bakso sapi layak, efisien, dan berpotensi memberikan keuntungan ekonomi. Oleh karena itu, pengembangan usaha bakso sapi berbasis preferensi konsumen dapat dijadikan strategi efektif untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Sukaraja.

Kata Kunci: Analisis Konjoin; Bakso Sapi; Preferensi Konsumen; R/C Ratio

Abstract. This study aims to analyze potential consumer preferences for beef meatball products as an effort to increase the income of the Sukaraja Village community. Importance of local economic empowerment through the development of value-added food processing businesses that can open new employment opportunities, especially for women as the main actors in household economic activities. Beef meatball products are considered potential because they have a high level of market demand and are widely accepted across various consumer segments. This study employed a mixed-method approach that combines quantitative and qualitative methods. Data were collected through questionnaires and documentation involving 38 respondents who participated in this research. Data were analyzed using descriptive statistics to identify consumer characteristics, conjoint analysis to determine the most preferred product attributes, and financial analysis to assess business feasibility. The results showed that the attribute with the highest importance value was composition (37,735), followed by size (23,388), price (10,447), and texture (10,199). The most preferred combination of attributes was meatballs with a higher meat-to-flour ratio, very large size, soft texture, salty taste, and a selling price of IDR 5.000–10.000 per portion. Based on the financial analysis, when this business is operational, it will generate a monthly net profit of IDR 1.399.000 and achieve an R/C Ratio of 1,14, indicating that the beef meatball business is feasible, efficient, and profitable. Therefore, developing beef meatball production based on consumer preferences can serve as an effective strategy to enhance income and promote economic independence within the Sukaraja Village community.

Keywords: Beef Meatball; Conjoint Analysis; Consumer Preference; R/C Ratio



Copyright (c) 2025 Intani Dewi, Siti Mawaddah, Fitriani Eka Puji, Aulia Irhamni Fajri, Novia Rahmawati, Lintang Ashfa Ashxia Labibah, Hazzahra Andalusia. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Tingkat pengangguran masih menjadi salah satu persoalan struktural dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia pada Februari 2024 mencapai 6,91 persen, meskipun mengalami fluktuasi dibandingkan tahun sebelumnya, tetap merefleksikan adanya masyarakat yang belum sepenuhnya terserap dalam lapangan kerja formal, dengan Provinsi Jawa Barat tercatat sebagai provinsi dengan TPT tertinggi ketiga secara nasional, yaitu sebesar 6,91 persen dan lebih tinggi dibandingkan rata-rata nasional (BPS, 2025). Salah satu wilayah di Provinsi Jawa Barat adalah Kabupaten Bogor yang pada tahun 2020 memiliki jumlah penduduk mencapai 6.088.233 jiwa (BPS Provinsi Jawa Barat, 2020).

Kabupaten Bogor menghadapi tantangan dalam penyediaan lapangan kerja formal yang seimbang dengan pertumbuhan penduduk. Situasi tersebut relevan dengan konteks lokal penelitian ini di Desa Sukaraja, Kabupaten Bogor, dimana struktur perekonomian masyarakat cenderung bertumpu pada usaha mikro. Hal ini menunjukkan bahwa permasalahan pengangguran tidak merata antarwilayah, dengan daerah seperti Jawa Barat yang berpenduduk padat cenderung lebih terdampak, sehingga mengisyaratkan perlunya strategi pemberdayaan masyarakat di tingkat lokal untuk mengurangi kerentanan ekonomi rumah tangga dan meningkatkan peluang pendapatan.

Salah satu strategi yang berpotensi besar dalam pemberdayaan masyarakat adalah penguatan peran perempuan dalam kegiatan ekonomi produktif. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa keterlibatan perempuan dalam usaha mikro dan kecil mampu meningkatkan kemandirian finansial serta berkontribusi pada ketahanan ekonomi keluarga (Setyaningrum, 2023). Melalui pengembangan usaha bagi perempuan tidak hanya berperan dalam meningkatkan pendapatan keluarga, tetapi juga menjadi agen penggerak ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan.

Penguatan peran perempuan dalam ekonomi produktif akan lebih efektif apabila diarahkan pada sektor yang memiliki pertumbuhan berkelanjutan dan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, contohnya sektor makanan dan minuman. Sektor ini menjadi peluang yang sangat potensial untuk dikembangkan. Industri makanan dan minuman di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan informasi dari *Credence Research*, pada tahun 2024 nilai pasar industri ini meningkat dari sekitar 165 miliar USD pada tahun 2022 menjadi 195 miliar USD pada tahun 2024, dan pertumbuhan ini mencerminkan tingginya permintaan masyarakat terhadap produk pangan, baik dalam bentuk konsumsi langsung maupun produk olahan, sehingga sejalan dengan laporan pasar yang menyebutkan bahwa sektor *food & beverages* menjadi salah satu penyumbang utama pertumbuhan PDB non-migas.

Salah satu subsektor agroindustri yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan nilai tambah adalah produk turunan daging, khususnya daging sapi. Sebagai sumber protein hewani dengan nilai gizi tinggi, daging sapi banyak diolah menjadi berbagai produk olahan, salah satunya bakso sapi yang memiliki tingkat konsumsi tinggi dan diterima luas oleh masyarakat Indonesia. Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap bakso sapi dipengaruhi oleh berbagai atribut produk. Widyastuti *et al.* (2025) menemukan bahwa rasa, tekstur, aroma, dan kualitas bahan baku merupakan faktor utama yang memengaruhi tingkat kesukaan konsumen terhadap bakso sapi, namun penelitian tersebut lebih menekankan aspek kualitas produk tanpa mengaitkannya dengan implikasi ekonomi bagi produsen skala kecil. Penelitian lain oleh Prasetyo dan Lestari (2023) menyoroti peran inovasi produk olahan daging dalam meningkatkan daya saing UMKM pangan, tetapi belum secara spesifik mengkaji preferensi konsumen sebagai dasar pengambilan keputusan produksi. Sementara itu, studi oleh Rahmawati *et al.* (2024) mengungkapkan bahwa pemahaman preferensi konsumen dapat meningkatkan keterimaan produk pangan lokal, meskipun penelitian tersebut dilakukan pada konteks perkotaan dan belum menyentuh wilayah pedesaan. Berdasarkan kajian tersebut, dapat diidentifikasi adanya celah penelitian (*research gap*), yaitu keterbatasan studi yang secara simultan mengaitkan analisis preferensi konsumen bakso sapi dengan upaya peningkatan pendapatan masyarakat pedesaan berbasis usaha mikro.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penyesuaian atribut produk berdasarkan preferensi konsumen merupakan salah satu strategi efektif dalam meningkatkan daya saing produk olahan pangan dan kinerja usaha mikro (Prasetyo & Lestari, 2023; Rahmawati *et al.*, 2024). Namun, penerapan strategi tersebut masih jarang dikaji dalam konteks usaha bakso sapi yang dikelola masyarakat pedesaan sebagai sumber pendapatan alternatif. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan pendekatan analisis preferensi konsumen sebagai dasar pengembangan produk bakso sapi yang sesuai dengan selera konsumen lokal.

Penelitian ini diarahkan untuk menjawab dua pertanyaan kunci, yakni atribut produk bakso sapi apa saja yang secara signifikan memengaruhi preferensi konsumen dan bagaimana hasil analisis preferensi konsumen tersebut dapat diimplementasikan sebagai dasar strategi pengembangan usaha guna mendorong peningkatan pendapatan masyarakat Desa Sukaraja. Tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis secara mendalam preferensi konsumen terhadap produk bakso sapi, serta merumuskan strategi pengembangan usaha yang

berbasis pada hasil analisis preferensi konsumen sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan masyarakat di Desa Sukaraja. Hasil identifikasi ini akan digunakan sebagai landasan empiris untuk implementasi pengembangan usaha bakso sapi yang berorientasi pasar, yang pada gilirannya diharapkan mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi keluarga di Desa Sukaraja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed-method*, yaitu menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif. Dari sisi kuantitatif, penelitian menekankan pada pengukuran objektif melalui data numerik dan analisis statistik untuk melihat hubungan antara preferensi konsumen dengan atribut-atribut produk bakso sapi. Instrumen berupa kuesioner terstruktur digunakan untuk memperoleh data yang dapat dibandingkan antarresponden dalam kelompok sasaran penelitian. Sementara itu, pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali pemahaman yang lebih mendalam mengenai alasan konsumen dalam memilih bakso sapi, seperti faktor cita rasa, tekstur, harga, dan persepsi kualitas. Penggabungan kedua pendekatan tersebut dilakukan dengan desain *sequential explanatory*, dimana hasil analisis kuantitatif digunakan sebagai dasar pendalaman melalui data kualitatif, sehingga temuan numerik mengenai preferensi konsumen dapat dijelaskan secara lebih komprehensif melalui perspektif masyarakat sebagai calon produsen bakso. Dalam penelitian ini juga digunakan aspek finansial yang meliputi harga rata-rata produk (Rp/kg), biaya tenaga kerja (Rp/HOK), pendapatan, keuntungan, harga bahan baku (Rp/kg), kontribusi input lain (Rp/kg), serta nilai produk per kilogram (Rahmah & Choiriyah, 2022). Aspek ini dimasukkan dalam analisis usaha untuk menilai kelayakan finansial usaha bakso sapi di Desa Sukaraja, sehingga dapat memberikan gambaran nyata mengenai potensi peningkatan pendapatan masyarakat.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Balai Desa Sukaraja, Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, pada tanggal 23 Juli 2025 sampai 12 Agustus 2025, dengan pertimbangan bahwa Desa Sukaraja memiliki karakteristik masyarakat yang aktif dalam kegiatan usaha mikro pangan serta potensi pengembangan usaha olahan daging sapi sebagai sumber pendapatan alternatif berbasis rumah tangga.

Populasi dan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability* sampling dengan tipe *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Amin *et al.*, 2023). Responden penelitian merupakan kelompok masyarakat Desa Sukaraja yang berpotensi menjadi produsen bakso sapi, khususnya kader PKK yang mengikuti pelatihan pengolahan bakso sapi dalam program pemberdayaan masyarakat sebagai sumber pendapatan rumah tangga, dengan jumlah responden sebanyak 38 orang. Jumlah tersebut dinilai memadai untuk analisis preferensi konsumen pada tingkat komunitas, mengingat penelitian ini bersifat eksploratif dan berfokus pada kelompok sasaran dengan jumlah populasi terbatas. Pemilihan responden secara *purposive* dilakukan karena penelitian ini tidak bertujuan untuk menggeneralisasi preferensi seluruh masyarakat Desa Sukaraja, melainkan untuk menganalisis preferensi kelompok masyarakat yang secara realistis berpotensi menjadi pelaku usaha bakso sapi, sehingga karakteristik responden yang terlibat dinilai relevan untuk memberikan gambaran preferensi produk yang hanya berlaku pada kelompok sasaran penelitian dan dapat digunakan sebagai dasar pengembangan usaha mikro berbasis masyarakat.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Kuesioner, yaitu berupa daftar pertanyaan yang dibagikan kepada responden peserta kegiatan pemberdayaan masyarakat pelatihan pembuatan bakso sapi untuk memperoleh data sesuai tujuan penelitian. Teknik kedua adalah wawancara, yaitu dilakukan secara informal kepada sebagian responden selama pelaksanaan pelatihan untuk menggali alasan, pertimbangan, dan persepsi responden dalam memilih atribut produk bakso sapi. Selanjutnya, dokumentasi, yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari materi pelatihan yang disampaikan oleh pemateri kegiatan serta pencatatan data dari berbagai sumber yang relevan, seperti catatan, foto, serta hasil pengamatan langsung di lapangan.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 3 pendekatan diantaranya:

Analisis deskriptif

Analisis deskriptif digunakan dengan menghitung frekuensi, persentase, serta kecenderungan data berdasarkan jawaban responden terkait karakteristik dan atribut produk yang diteliti. Pendekatan ini membantu peneliti

dalam menggambarkan profil konsumen sekaligus memberikan gambaran umum mengenai setiap atribut produk, seperti harga, variasi rasa, bentuk, dan aspek lainnya (Cahyani *et al.*, 2024).

Analisis konjoin

Analisis konjoin merupakan metode riset pemasaran berdasarkan kombinasi atribut dimana preferensi konsumen untuk suatu produk berbeda. Analisis konjoin mengasumsikan bahwa konsumen tidak membuat keputusan hanya dengan mengevaluasi satu atribut saja pada satu waktu, tetapi mereka mengevaluasi keseluruhan atribut sebagai suatu kesatuan (*bundle*) secara simultan. Menurut Imanda (2023), Analisis konjoin adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepentingan berbagai atribut dalam suatu produk. Metode ini digolongkan sebagai pendekatan tidak langsung (*indirect method*). Teknik ini meminta responden untuk memberikan skor atau peringkat terhadap kombinasi atribut (stimuli) yang telah dirancang berdasarkan hasil pra-survei dan kajian pustaka (Imanda, 2023). Kesimpulan diperoleh dari hasil tanggapan responden terhadap variasi atribut yang dimiliki suatu produk. Tanggapan tersebut muncul sebagai reaksi terhadap stimuli yang diberikan, sehingga perlu ditentukan terlebih dahulu atribut-atribut produk yang akan dianalisis. Jumlah atribut yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 7 atribut meliputi: rasa, tekstur, komposisi, bahan, harga, ukuran, dan varian dengan jumlah level pada masing-masing atribut terdiri dari 2 hingga 4 level. Berikut atribut dan level penilaian preferensi pada produk bakso daging sapi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Atribut dan Level Penilaian Preferensi Pada Produk Bakso Daging Sapi

Atribut	Level
Rasa	1. Rasa Asin 2. Rasa Gurih 3. Rasa Pedas
Tekstur	1. Empuk 2. Kenyal 3. Padat
Komposisi	1. Campuran daging lebih banyak daripada tepung 2. Campuran lebih banyak tepung daripada daging
Bahan	1. Daging sapi dan daging ayam 2. Full daging sapi
Harga	1. Lebih dari Rp20.000/porsi 2. Rp16.000-Rp20.000/porsi 3. Rp11.000-Rp15.000/porsi 4. Harga Rp5.000-Rp10.000/porsi
Ukuran	1. Sangat besar (seperti bola tenis) 2. Besar (seperti bola pingpong) 3. Sedang (seperti bola bekel) 4. Kecil (seperti bola kelereng)
Varian	1. Bakso Polos 2. Bakso Telur 3. Bakso Tulang Rangu 4. Bakso Urat

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025.

Atribut dan level pada Tabel 1 akan digunakan dalam penyusunan stimuli. Perancangan stimuli dapat dilakukan menggunakan formula *full factorial*, maka diperoleh hasil berikut:

$$(3 \times 3 \times 2 \times 2 \times 4 \times 4 \times 4) = 2.304 \text{ kombinasi.}$$

Hasil tersebut tidak efektif dan efisien karena terlalu banyak untuk diberikan kepada responden, oleh karena itu perlu menentukan minimum stimuli dengan formula:

$$1 + (m_1 - 1) + \dots + (m_n - 1),$$

Stimuli atau kombinasi yang dirancang disesuaikan melalui *software SAS On Demand For Academic*. Bentuk stimuli tersebut dijadikan sebagai bahan kuisioner yang akan diberikan penilaian oleh responden.

$$\begin{aligned} \text{Minimum stimuli} &= 1 + (m_1 - 1) + \dots + (m_n - 1) \\ &= 1 + (3-1) + (3-1) + (2-1) + (2-1) + (4-1) + (4-1) + (4-1) \\ &= 16 \end{aligned}$$

Hasil rancangan stimuli melalui *SAS On Demand For Academic* secara detail dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Rancangan Stimuli melalui SAS On Demand For Academic

No	Rasa	Tekstur	Komposisi	Bahan	Harga	Ukuran	Varian
1	Gurih	Empuk	Campuran lebih banyak tepung daripada daging	Daging sapi dan daging ayam	Rp5.000- Rp10.000/porsi	Kecil (seperti bola kelereng)	Bakso polos
2	Gurih	Kenyal	Campuran lebih banyak tepung daripada daging	Daging sapi dan daging ayam	Rp16.000- Rp20.000/porsi	Besar (seperti bola pingpong)	Bakso tulang rangu
3	Asin	Empuk	Campuran lebih banyak tepung daripada daging	Full sapi daging	Rp11.000- Rp15.000/porsi	Besar (seperti bola pingpong)	Bakso polos
4	Gurih	Padat	Campuran lebih banyak tepung daripada daging	Full sapi daging	Rp16.000- Rp20.000/porsi	Sangat besar (seperti bola tenis)	Bakso polos
5	Pedas	Kenyal	Campuran lebih banyak tepung daripada daging	Full sapi daging	Rp5.000- Rp10.000/porsi	Besar (seperti bola pingpong)	Bakso telur
6	Asin	Padat	Campuran lebih banyak tepung daripada daging	Full sapi daging	Rp5.000- Rp10.000/porsi	Sedang (seperti bola bekel)	Bakso tulang rangu
7	Gurih	Empuk	Campuran lebih banyak tepung daripada daging	Full sapi daging	Lebih dari Rp20.000/porsi	Sangat besar (seperti bola tenis)	Bakso telur
8	Asin	Padat	Campuran lebih banyak tepung daripada daging	Daging sapi dan daging ayam	Lebih dari Rp 20.000/porsi	Besar (seperti bola pingpong)	Bakso urat
9	Gurih	Padar	Campuran lebih banyak tepung daripada daging	Daging sapi dan daging ayam	Rp11.000- Rp15.000/porsi	Kecil (seperti bola kelereng)	Bakso telur
10	Asin	Kenyal	Campuran lebih banyak tepung daripada daging	Daging sapi dan daging ayam	Rp5.000- Rp10.000/porsi	Sangat besar (seperti bola tenis)	Bakso urat
11	Pedas	Empuk	Campuran lebih banyak tepung daripada daging	Full sapi daging	Rp16.000- Rp20.000/porsi	Kecil (seperti bola kelereng)	Bakso urat
12	Asin	Kenyal	Campuran lebih banyak tepung daripada daging	Full sapi daging	Lebih dari Rp 20.000/porsi	Kecil (seperti bola kelereng)	Bakso tulang rangu
13	Gurih	Kenyal	Campuran lebih banyak tepung daripada daging	Full sapi daging	Rp11.000- Rp15.000/porsi	Sedang (seperti bola bekel)	Bakso urat
14	Pedas	Kenyal	Campuran lebih banyak tepung daripada daging	Daging sapi dan daging ayam	Lebih dari Rp 20.000/porsi	Sedang (seperti bola bekel)	Bakso polos
15	Pedas	Empuk	Campuran lebih banyak tepung daripada daging	Daging sapi dan daging ayam	Rp11.000- Rp15.000/porsi	Sangat besar (seperti bola tenis)	Bakso tulang rangu
16	Asin	Empuk	Campuran lebih banyak tepung daripada daging	Daging sapi dan daging ayam	Rp16.000- Rp20.000/porsi	Sedang (seperti bola bekel)	Bakso telur

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025.

Berdasarkan Tabel 2, rancangan stimuli melalui SAS *On Demand for Academic* menunjukkan kombinasi atribut bakso sapi yang beragam dan merepresentasikan preferensi pasar di Desa Sukaraja. Variasi rasa, tekstur, komposisi, bahan, harga, ukuran, dan varian disusun secara sistematis untuk mencerminkan alternatif pilihan konsumen yang realistis dalam menentukan produk sesuai selera dan daya beli masyarakat Desa Sukaraja.

Analisis Finansial

Analisis finansial adalah metode yang digunakan untuk mengetahui aliran kas dalam suatu bisnis dengan tujuan menilai kelayakan usaha yang dijalankan.

Pendapatan

Analisis pendapatan (π) digunakan untuk mengetahui besarnya keuntungan atau pendapatan bersih yang diterima pelaku usaha. Pendapatan menunjukkan seberapa efektif suatu usaha dalam menghasilkan laba setelah menutupi semua biaya operasional (Graeni *et al.*, 2025). Secara sistematis dapat dinyatakan dengan rumus berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

π = Pendapatan
 TR = *Total Revenue*
 TC = *Total Cost*

Adapun komponen *total cost* meliputi:

1) Biaya variabel (TVC)

Biaya variabel adalah pengeluaran atau nilai biaya bahan baku yang berubah seiring dengan bertambahnya volume produksi yang dihasilkan.

2) Biaya tetap (TFC)

Biaya tetap adalah pengeluaran yang nilai dan jumlahnya tidak berubah meskipun tingkat dan volume penjualan fluktuatif. Contohnya biaya penyusutan, tenaga kerja, listrik dan air.

Break Event Point

Break Event Point adalah nilai dimana perusahaan mendapatkan titik impas ketika *Total Revenue* (TR) = *Total Cost* (TC). Menurut Nurmawati *et al.*, (2023) analisis BEP bertujuan untuk mengetahui jumlah produk minimal yang harus diproduksi perusahaan dan harga terendah yang harus ditetapkan supaya bisnis tersebut tidak rugi. Untuk menentukan nilai BEP unit dapat menggunakan rumus berikut:

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{TFC}}{\text{Harga (unit)} - \text{TVC (unit)}}$$

Sedangkan untuk menentukan nilai BEP harga dapat menggunakan rumus berikut:

$$\text{BEP (harga)} = \frac{\text{TFC}}{1 - \frac{\text{TVC (unit)}}{\text{Harga (unit)}}}$$

R/C Ratio

Revenue Cost Ratio (R/C Ratio) adalah rasio yang digunakan untuk memberikan gambaran seberapa banyak pendapatan yang diperoleh setiap kali satu unit biaya dikeluarkan. Kriteria penilaian R/C Ratio dikatakan layak apabila nilai ($R/C > 1$), yang artinya usaha mendapatkan total penerimaan lebih besar dibandingkan total biaya. Sebaliknya, apabila nilai ($R/C = 1$) artinya usaha berada pada kondisi impas, sedangkan ($R/C < 1$), usaha tersebut dapat dinyatakan tidak layak karena penerimaan lebih kecil dibandingkan dengan total biaya produksi yang dikeluarkan. Dengan demikian, semakin tinggi nilai R/C, semakin efisien dan menguntungkan usaha tersebut (Muslikun *et al.*, 2025). Secara sistematis dapat dinyatakan dengan rumus berikut:

$$R/C = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan:

R/C = Rasio penerimaan terhadap biaya
 TR = Total penerimaan dari hasil penjualan produk
 TC = Total biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Program Pelatihan

Desa Sukaraja merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Bogor yang memiliki potensi pengembangan usaha mikro berbasis pangan rumah tangga. Sebagian masyarakatnya, khususnya perempuan yang tergabung dalam kader PKK, aktif terlibat dalam kegiatan ekonomi produktif dan pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan usaha olahan pangan sebagai sumber pendapatan rumah tangga.

Penelitian ini dilaksanakan dalam rangkaian kegiatan “Dosen Pulang Kampung” yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat potensial Desa Sukaraja melalui usaha olahan bakso sapi. Program pelatihan meliputi penyampaian materi mengenai teknik pengolahan bakso sapi, pemilihan bahan baku, serta diskusi terkait peluang usaha dan pemasaran produk. Kegiatan ini diikuti oleh kader PKK Desa Sukaraja yang menjadi sasaran utama program pemberdayaan sekaligus responden penelitian, sehingga preferensi konsumen yang dianalisis merepresentasikan konsumen potensial yang memiliki keterlibatan langsung dalam proses pembelajaran dan perencanaan usaha bakso sapi.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dianalisis untuk memberikan gambaran umum mengenai kondisi demografis konsumen peserta program pelatihan yang berpotensi menjadi produsen bakso sapi. Adapun karakteristik responden secara rinci dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Karakteristik Responden Desa Sukaraja

Indikator	Uraian	%	Total Responden
Jenis kelamin	Laki-laki	8%	3
	Perempuan	92%	35
Usia	17-25 tahun	11%	4
	26-35 tahun	26%	10
	36-45 tahun	39%	15
	> 45 tahun	24%	9
Pendidikan terakhir	SD	16%	6
	SMP	24%	9
	SMA	53%	20
	D4/S1	8%	3
Pekerjaan	Ibu Rumah Tangga	82%	31
	Wirausaha	5%	2
	Lainnya	13%	5
Pendapatan per bulan	<1.000.000	61%	23
	1.000.000-2.000.000	11%	4
	2.000.000-3.000.000	21%	8
	3.000.000-5.000.000	3%	1
	>5.000.000	5%	2

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025.

Berdasarkan Tabel 3 di atas, diketahui bahwa mayoritas konsumen berjenis kelamin perempuan dengan usia dominan 36–45 tahun, memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA, dan sebagian besar berprofesi sebagai ibu rumah tangga dengan pendapatan per bulan di bawah Rp1.000.000. Kondisi ini menunjukkan bahwa konsumen di Desa Sukaraja umumnya berada pada usia produktif dengan latar belakang pendidikan menengah dan penghasilan relatif rendah yang memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian produk bakso sapi, sehingga strategi pemasaran perlu menyesuaikan pada segmen ini dengan menonjolkan harga terjangkau serta kualitas rasa yang sesuai selera.

Preferensi Konsumen

Preferensi berasal dari istilah *preference* merupakan sesuatu yang lebih disukai atau dianggap sebagai prioritas dalam pemenuhan kebutuhan. Preferensi berfungsi sebagai dasar bagi konsumen untuk mengambil keputusan akhir dalam proses pembelian agar memperoleh kepuasan. Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa preferensi konsumen dipengaruhi oleh berbagai atribut produk, seperti kualitas bahan baku, rasa, tekstur, dan harga (Widyastuti *et al.*, 2025; Prasetyo & Lestari, 2023; Rahmawati *et al.*, 2024), sehingga temuan penelitian ini dapat disintesis dan dibandingkan dengan literatur sebelumnya untuk memperkuat hasil analisis preferensi konsumen terhadap bakso sapi. Pada penelitian ini, analisis mengenai preferensi dilakukan melalui *software SAS On Demand For Academic* yang dapat diuraikan ke dalam tiga aspek utama yaitu sebagai berikut:

1) Nilai Kepentingan

Nilai kepentingan atau *importance values* adalah nilai yang paling dianggap penting oleh responden. Nilai kepentingan yang paling tinggi menunjukkan bahwa atribut tersebut menjadi faktor yang paling diperhatikan oleh konsumen dalam menentukan pilihan terhadap suatu produk atau jasa. Berikut atribut yang paling diperhatikan responden pada produk bakso sapi dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Nilai Kepentingan Atribut Bakso Sapi

Atribut	Importance Values
Rasa	6,566
Tekstur	10,199
Komposisi	37,735
Bahan	2,343
Harga	10,447
Ukuran	23,388
Varian	9,322

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025.

Berdasarkan Tabel 4, dapat diketahui bahwa konsumen mempertimbangkan tujuh atribut utama dalam memilih produk, yaitu rasa, tekstur, komposisi, bahan, harga, ukuran, dan varian. Komposisi memiliki nilai kepentingan tertinggi sebesar (37,735) yang menunjukkan bahwa aspek ini menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan pembelian. Selanjutnya, atribut ukuran menempati urutan kedua dengan nilai (23,388), diikuti oleh harga sebesar (10,447), tekstur (10,199), serta varian (9,322). Adapun atribut rasa memperoleh nilai (6,566) dan bahan memiliki nilai kepentingan paling rendah sebesar (2,343) yang berarti faktor ini kurang berpengaruh terhadap preferensi konsumen dalam memilih produk.

Hasil temuan ini memiliki implikasi penting bagi pelaku usaha, karena rasio campuran daging dan tepung dalam adonan bakso menjadi kunci utama dalam perencanaan dan pengembangan produk. Komposisi yang tepat tidak hanya memengaruhi persepsi kualitas, tetapi juga berkaitan langsung dengan tekstur, rasa, dan kepuasan konsumen secara keseluruhan. Menariknya, meskipun komposisi memiliki tingkat kepentingan tertinggi, atribut bahan justru menunjukkan nilai kepentingan paling rendah sebesar (2,343). Perbedaan ini mengindikasikan adanya perbedaan yang jelas dalam persepsi konsumen terhadap kedua atribut tersebut. Komposisi merujuk pada rasio daging terhadap tepung dalam adonan bakso, yang secara langsung memengaruhi kepadatan, cita rasa, dan kualitas produk. Sementara itu, atribut bahan lebih mengacu pada jenis daging yang digunakan, seperti daging sapi, ayam, atau kombinasi keduanya. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen lebih menekankan pada proporsi daging dalam bakso dibandingkan dengan jenis daging spesifik yang digunakan.

Calon pelaku usaha khususnya di tingkat usaha mikro dan rumah tangga dapat memprioritaskan pengaturan rasio adonan yang tepat untuk menghasilkan bakso dengan kualitas cita rasa yang tinggi bagi konsumen tanpa harus bergantung pada penggunaan jenis daging tertentu yang berpotensi meningkatkan biaya produksi. Dengan demikian, strategi pengembangan produk dapat difokuskan pada efisiensi komposisi bahan baku untuk menjaga kualitas sekaligus meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha bakso sapi.

2) Nilai Utilitas

Nilai utilitas atau *utility value* adalah nilai yang menunjukkan rata-rata kesukaan responden terhadap suatu level dari masing-masing atribut. Berdasarkan perhitungan dari *SAS On Demand For Academic* nilai utility intercept yang dihasilkan sebesar 4,6409 sedangkan hasil perhitungan utilitas tertinggi pada suatu level dari masing-masing atribut dapat dilihat pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Rekapitulasi Preferensi Konsumen Bakso Sapi

Atribut	Level	Utility	Standar Error
Rasa	Rasa Asin	0,2437	0,20204
Tekstur	Tekstur Empuk	0,3004	0,17585
Komposisi	Komposisi Campuran Daging Lebih Banyak daripada Tepung	1,0697	0,10481
Bahan	Daging Sapi dan Daging Ayam	0,0664	0,22496
Harga	Harga Rp5.000-Rp10.000/porsi	0,2239	0,24318
Ukuran	Ukuran Sangat Besar	0,7723	0,16267
Varian	Varian Bakso Urat	0,3583	0,26424

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025.

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa kombinasi level atribut yang paling disukai konsumen adalah komposisi campuran daging lebih banyak daripada tepung dengan nilai utilitas 1,0697, nilai utilitas yang relatif tinggi ini didukung oleh nilai *standard error* yang rendah 0,10481, yang mengindikasikan bahwa preferensi responden terhadap komposisi tersebut cukup konsisten dan memiliki tingkat keandalan yang baik. Atribut ukuran sangat besar dengan nilai utilitas 0,7723 dengan *standard error* sebesar 0,16267, yang menunjukkan bahwa ukuran produk memberikan kontribusi positif terhadap preferensi konsumen, meskipun dengan tingkat variasi persepsi yang lebih

besar dibandingkan atribut komposisi. Varian bakso urat dengan nilai utilitas 0,3583 dengan *standard error* sebesar 0,26424, tekstur empuk dengan nilai utilitas 0,3004 dengan *standard error* sebesar 0,17585, menunjukkan adanya perbedaan persepsi antarresponden yang mengindikasikan bahwa preferensi terhadap tekstur dan varian cenderung lebih subjektif.

Pada atribut rasa, level rasa asin memiliki nilai utilitas positif sebesar 0,2437 dengan *standard error* sebesar 0,20204. Nilai utilitas ini menunjukkan bahwa rasa asin cenderung disukai oleh responden, meskipun tingkat preferensinya tidak sekuat atribut komposisi dan ukuran. Nilai *standard error* yang relatif moderat mengindikasikan bahwa preferensi terhadap rasa asin cukup konsisten di antara responden, namun masih terdapat variasi persepsi selera individu. Preferensi terhadap rasa asin dapat dikaitkan dengan karakteristik responden yang mayoritas berasal dari lingkungan pedesaan dan memiliki pola konsumsi makanan sehari-hari yang cenderung menyukai cita rasa asin yang kuat. Konsumen juga menyukai harga Rp5.000–Rp10.000 per porsi dengan nilai utilitas 0,2239 dengan *standard error* sebesar 0,24318. Meskipun nilai utilitasnya tidak sebesar atribut komposisi dan ukuran, hasil ini tetap menunjukkan bahwa kisaran harga tersebut diterima dengan baik oleh responden. Hasil ini relevan dengan karakteristik responden yang mayoritas memiliki tingkat pendapatan bulanan di bawah Rp1.000.000. Dengan kondisi tersebut, harga bakso dalam kisaran Rp5.000–Rp10.000 per porsi dipersepsikan sebagai harga yang terjangkau dan sesuai dengan daya beli responden, sehingga mampu meningkatkan peluang pembelian secara berkelanjutan. Terakhir, atribut bahan campuran daging sapi dan ayam memiliki nilai utilitas paling rendah sebesar 0,0664 dengan *standard error* relatif tinggi 0,22496, yang menunjukkan bahwa preferensi responden terhadap jenis daging yang digunakan cenderung tidak konsisten dan bukan menjadi pertimbangan utama dalam memilih bakso sapi. Hal ini mengindikasikan bahwa responden lebih memprioritaskan karakteristik yang dapat dirasakan secara langsung, seperti komposisi adonan dan ukuran, dibandingkan dengan spesifikasi bahan baku yang bersifat teknis.

3) Hasil Nilai Kegunaan Total (NKT)

Nilai kegunaan total (*total utility value*) merupakan hasil penjumlahan dari seluruh nilai kegunaan (*utility*) pada setiap level atribut yang dipilih konsumen. Nilai ini mencerminkan tingkat preferensi keseluruhan terhadap suatu kombinasi produk. Semakin tinggi nilai kegunaan total, maka semakin besar pula tingkat kesukaan atau kemungkinan konsumen memilih kombinasi atribut tersebut. Perhitungan NKT untuk mengetahui kombinasi yang paling disukai oleh responden ditentukan melalui persamaan model berikut:

$$\hat{y} = 4,6409 + 1,0697 + 0,7723 + 0,2239 + 0,3004 + 0,3583 + 0,2437 + 0,0664 = 7,6756$$

Persamaan diatas menunjukkan bahwa kombinasi yang paling disukai oleh responden secara keseluruhan yaitu terdapat pada komposisi bakso dengan campuran daging lebih banyak daripada tepung, dengan ukuran sangat besar seharga Rp5.000-Rp10.000/porsi. Responden lebih menyukai bakso dengan tekstur yang empuk seperti varian bakso urat dengan dominan rasa asin dan bahan yang digunakan lebih menyukai kombinasi daging sapi dan daging ayam. Kombinasi ini dinilai yang paling disukai oleh responden dikarenakan memiliki nilai NKT yang paling besar senilai 7,6756.

Hasil analisis ini menunjukkan adanya indikasi preferensi ideal yang bersifat konseptual, secara umum bakso urat dikenal memiliki tekstur yang lebih padat dan kenyal dibandingkan bakso halus. Preferensi terhadap tekstur empuk yang dikombinasikan dengan varian bakso urat berpotensi menimbulkan tantangan dalam implementasi produksi nyata. Kondisi ini mengindikasikan bahwa persepsi konsumen terhadap istilah “bakso urat” tidak semata-mata merujuk pada tekstur fisik yang keras atau padat, tetapi lebih pada identitas produk, cita rasa, dan keberadaan serat daging yang terlihat. Oleh karena itu, pengembangan produk perlu diarahkan pada formulasi bakso dengan kandungan serat daging yang jelas namun tetap mempertahankan tingkat kelembutan tertentu, misalnya melalui pengaturan komposisi bahan baku dan teknik pengolahan, supaya preferensi konsumen dapat diimplementasikan secara realistis dalam proses produksi.

Analisis Pendapatan

Usaha bakso sapi termasuk salah satu jenis usaha kuliner dengan prospek yang cukup baik, karena permintaan konsumen tergolong stabil dan tingkat keuntungannya menjanjikan. Bakso sapi menjadi makanan favorit hampir di semua kalangan masyarakat Indonesia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, sehingga peluang pasar untuk produk ini terbuka luas dan berpotensi memberikan pendapatan yang berkelanjutan. Selain itu, bahan baku utama, yakni daging sapi, relatif mudah diperoleh di pasaran dengan harga yang bervariasi sesuai kualitas dan musim, memberikan fleksibilitas bagi pelaku usaha dalam mengatur biaya produksi serta strategi penetapan harga agar usaha tetap kompetitif.

Untuk mengetahui tingkat keberhasilan suatu usaha, perlu dilakukan analisis menyeluruh terhadap biaya produksi, jumlah produksi, serta pendapatan yang dihasilkan. Analisis ini tidak hanya membantu memahami struktur biaya dan sumber pendapatan, tetapi juga menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan strategis, seperti penetapan harga jual, peningkatan efisiensi proses produksi, hingga perencanaan

pengembangan usaha di masa mendatang. Dengan melakukan perhitungan secara terukur dan sistematis, pelaku usaha dapat memperkirakan potensi keuntungan dengan lebih akurat, sekaligus mengidentifikasi risiko yang mungkin muncul, sehingga pengelolaan usaha menjadi lebih efisien, strategis, dan berkelanjutan. Pendekatan ini juga memungkinkan perencanaan jangka panjang yang lebih matang, termasuk penyesuaian kapasitas produksi dan pengelolaan biaya. Selain itu, keputusan bisnis dapat diambil dengan dasar informasi yang jelas, sehingga peluang keberhasilan usaha dapat meningkat secara signifikan.

Untuk menggambarkan efisiensi penggunaan bahan baku serta kapasitas produksi usaha bakso sapi selama periode tertentu, dilakukan perhitungan secara terstruktur sebagai berikut:

- a. Perhitungan konversi daging sapi
 - 1 kg daging sapi menghasilkan 1,8 kg (1800 gram) olahan bakso
 - Catatan: 1000 gram = daging sapi, 800 gram = bahan tambahan
 - 1 bakso butir besar berat bersih 40 gram (sesuai dengan hasil preferensi konsumen)
 - 1 porsi berisi 3 bakso besar = $3 \times 40 \text{ gr} = 120 \text{ gram}$
 - Banyak porsi = $18000 / 120 \text{ gram} = 15 \text{ porsi}$
- b. Kapasitas produksi usaha bakso sapi skala UMKM
 - 1 kg daging sapi = 15 porsi
 - 1 kali produksi (3 kg daging) = $3 \text{ kg} \times 15 = 45 \text{ porsi}$
 - Jumlah hari kerja selama 1 bulan = 25 hari (25 kali produksi)
 - 1 bulan = $45 \times 25 = 1.125 \text{ porsi}$
- c. Informasi biaya
 - Total biaya variabel (bulan) = Rp9.140.000
 - Total biaya tetap (bulan) = Rp711.000
 - Total biaya (TC) = TVC + TFC = Rp9.140.000 + Rp711.000 = Rp9.851.000

Berikut informasi selengkapnya mengenai analisis pendapatan yang diperoleh dari usaha bakso sapi dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Analisis Pendapatan Usaha Bakso Sapi untuk Periode 1 Bulan

Komponen	Nilai
Total Biaya Variabel	Rp9.140.000
Total Biaya Tetap	Rp711.000
Total Biaya	Rp9.851.000
HPP	Rp8.756
Harga Jual	Rp10.000
Pendapatan/Bulan	Rp11.250.00
Pendapatan/Hari	Rp450.000
Proyeksi Laba/Bulan	Rp1.399.000
BEP Unit	379 Porsi
BEP Harga	Rp8.756
R/C Ratio	1,14

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025.

Berdasarkan Tabel 6 di atas dan preferensi responden bahwa harga jual bakso sapi ditetapkan sebesar Rp10.000 per porsi. Penetapan harga tersebut merupakan titik optimal yang menyeimbangkan antara preferensi daya beli konsumen dan persepsi nilai produk dengan tujuan akan tetap terjangkau bagi calon konsumen sekaligus memberikan peluang keuntungan yang layak bagi pelaku usaha. Total produksi yang dilakukan sebanyak 1.125 porsi per bulan, sehingga menghasilkan penerimaan sebesar Rp11.250.000/bulan atau setara dengan Rp450.000/hari. Total biaya yang dikeluarkan meliputi biaya variabel dan biaya tetap dengan total Rp9.851.000, sehingga diperoleh laba bersih sebesar Rp1.399.000/bulan atau setara Rp55.960/hari. Kondisi ini dinilai mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga, mengingat bahwa mayoritas responden calon produsen bakso sapi hanya memiliki rata-rata pendapatan kurang dari Rp1.000.000 per bulan. Nilai *Break Even Point (BEP)* unit tercapai pada 379 porsi atau setara dengan Rp3.790.877, yang berarti usaha ini mulai memperoleh keuntungan setelah melewati jumlah tersebut. Sedangkan nilai BEP harga tercapai ketika harga jual yang ditetapkan sebesar Rp8.756 per porsi, yang berarti harga tersebut merupakan harga minimum supaya usaha berada pada kondisi impas. Sementara itu, nilai R/C Ratio sebesar 1,142 menunjukkan bahwa setiap pengeluaran Rp1 dapat menghasilkan penerimaan sebesar Rp1,14. Hasil analisis ini sesuai dengan pernyataan Rais *et al.*, (2025) bahwa jika rasio R/C lebih besar dari 1, maka usaha tersebut layak untuk dijalankan karena mengalami keuntungan, di mana penerimaan melebihi biaya.

Usaha bakso sapi ini dapat dikategorikan layak dan menguntungkan untuk dijalankan oleh masyarakat di Desa Sukaraja, walau margin keuntungan yang didapat masih rendah dan masih sangat rentan terhadap fluktuasi harga bahan baku seperti daging sapi dan bahan pendukung lainnya. Kondisi ini perlu adanya penerapan manajemen biaya yang ketat, efisiensi produksi, serta pengendalian biaya bahan baku supaya keberlanjutan usaha tetap terjaga.

KESIMPULAN

Preferensi konsumen potensial bakso sapi di Desa Sukaraja terutama dipengaruhi oleh komposisi daging dan ukuran produk, diikuti harga, tekstur, varian, rasa, dan bahan. Atribut yang paling diprioritaskan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian yang memiliki nilai kepentingan tertinggi adalah komposisi adonan yaitu rasio daging terhadap tepung. Konsumen lebih menekankan pada proporsi ini dibandingkan jenis bahan baku daging sapi atau ayam yang memiliki nilai kepentingan terendah. Hasil integrasi *importance value* dan *utility value* menunjukkan bahwa strategi produk paling efektif adalah mengoptimalkan rasio komposisi adonan dan ukuran bakso untuk memberikan nilai tambah tinggi bagi konsumen dengan harga terjangkau, sehingga pengembangan produk menjadi lebih tepat sasaran.

Usaha bakso sapi terbukti layak secara finansial dan menawarkan peluang laba signifikan bagi pelaku usaha mikro. Dengan menetapkan harga jual Rp10.000 per porsi, usaha bakso skala UMKM dengan kapasitas produksi 1.125 porsi/bulan atau 38 porsi setiap hari terbukti layak secara finansial tercermin oleh nilai R/C ratio 1,142 dan mampu memberikan laba bersih sebesar Rp1.139.000 per bulan. Pengembangan bakso sapi berbasis analisis preferensi konsumen dapat menjadi strategi berkelanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperluas kesempatan ekonomi, dan memperkuat peran perempuan dalam kegiatan ekonomi produktif di Desa Sukaraja.

DAFTAR PUSTAKA

- (BPS) Badan Pusat Statistik. (2025). Tingkat Pengangguran Terbuka menurut Provinsi. Diakses dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTQzIzI=/tingkat-pengangguran-terbuka--agustus-2023.html>
- (BPS Provinsi Jawa Barat) Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2020). Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota (Jiwa). Diakses dari <https://jabar.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTMzMzIzI=/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota.html>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15-31. <https://doi.org/10.26618/whw41w62>
- Berutu, F., Andani, F., Silvanny, R., Fitroh, M. A. P., Arrafi, H., Rahma, A., ... & Angelita, T. (2024). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken Di Convenience Store (Studi Kasus: Circle K Kumbang, Kota Bogor). *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 4(2), 130-139.
- Cahyani, W. P. D. N., Arum, A. P., & Jubaedah, L. (2024). Preferensi konsumen terhadap pemilihan produk kosmetik cushion x (Studi Kasus Program Studi Kosmetika dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta). *Jurnal Adijaya Multidisiplin*, 2(04), 753-767. <http://repository.unj.ac.id/id/eprint/51877>
- Credence Research. (2024). Indonesia Food and Beverages Market: Size, Share and Forecast 2024-2032. *Credence Research*. <https://www.credenceresearch.com/report/indonesia-food-and-beverages-market>. [27 Agustus 2025].
- Graeni, A., Wunawarsih, I. A., & Lasinta, M. (2025). Pemanfaatan media sosial facebook pada pendapatan pertanian jagung di desa laiba kecamatan parigi Kabupaten Muna. *Jurnal Ilmiah Penyuluhan Dan Pengembangan Masyarakat*, 5(3), 254-263. <https://doi.org/10.56189/jipppm.v5i3.74>
- Imanda, F. S. (2023). *Preferensi Konsumen terhadap Jeruk di Kota Lhokseumawe* (Doctoral Dissertation, Universitas Malikussaleh). <https://rama.unimal.ac.id/id/eprint/805/>
- Muslikun, M., Subantoro, R., & Fachriyan, H. A. (2025). Analisa Nilai R/C pada Usaha Tani Padi di Desa Pahesan Kecamatan Godong Kabupaten Grobogan Jawa Tengah. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 5(2), 687-694. <https://doi.org/10.37481/jmeb.v5i2.1328>

- Nisa, N. R. T. Analisis Konjoin untuk Menentukan Preferensi Konsumen dalam Memilih Marketplace (Studi Kasus: Mahasiswa S1 Institut Pertanian Bogor, Dramaga) [Skripsi]. IPB University.
- Nurmalina, R., Sarianti, T., & Karyani, A. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis*. Ed revisi. Kurniawan MC, editor. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Prasetyo, E., & Lestari, D. (2023). Inovasi produk olahan pangan sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(2), 123–134.
- Rahmawati, S., Putri, A. R., & Nugroho, B. (2024). Analisis preferensi konsumen terhadap produk pangan lokal. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 12(1), 45–56.
- Rahmah, L., & Choiriyah, N. A. (2022). Increasing levels of fibre and mineral (Fe, Ca, and K) in chicken meatballs added dragon fruit peel and oyster mushroom. *IOP Conference Series: Earth and Environment Science*, 951(1), 012093. [https://doi.org/10.1088/1755-951\(1\), 012093](https://doi.org/10.1088/1755-951(1), 012093).
- Rais, A., Syamsuddin, & Armawati. (2025). Analisis kelayakan usahatani sayuran selada hidroponik dengan menggunakan metode NFT (*Nutrien Film Technique*) (Studi Kasus pada Wara Hidroponik Kelurahan Tompotikka Kota Palopo). *Wanatani*, 5(1), 65-76. <https://doi.org/10.51574/jip.v5i1.374>
- Setyaningrum, R. P., Norisanti, N., Fahlevi, M., Aljuid, M., & Grabowska, S. (2023). Women and entrepreneurship for economic growth in: Clarifying the role of absorptive capacity and entrepreneurial competencies in strengthening women's leadership toward success. *Frontiers in Psychology*, 13, 1-11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.975709>
- Widyastuti, R. S., Putri, C. A. R., Sari, D. L., & Rahadhini, M. D. (2025). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Bakso di Bakso Idola Mojosoongo, Surakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(2), 256-265. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v5i2.1096>