



# **PREFERENSI DAN *WILLINGNESS TO PAY* KONSUMEN TERHADAP BERAS SORGUM SEBAGAI PANGAN FUNGSIONAL DI INDONESIA**

**S. MUSAFIR**



**MAGISTER SAINS AGRIBISNIS  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2026**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



### *@Hak cipta milik IPB University*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA MELIMPahkan HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Preferensi dan Willingness to Pay Konsumen terhadap Sorgum sebagai Pangan Fungsional di Indonesia” adalah karya saya sendiri yang disusun di bawah arahan dan bimbingan dari komisi pembimbing, serta belum pernah diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka pada bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor (IPB University).

Bogor, Mei 2026

S. Musafir  
H3501241026

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





## RINGKASAN

S. MUSAFIR. *Preferensi dan Willingness to Pay Konsumen terhadap Sorgum sebagai Pangan Fungsional di Indonesia*. Dibimbing oleh BURHANUDDIN dan WAHYU BUDI PRIATNA.

Sorgum (*Sorghum bicolor* L. Moench) merupakan salah satu sumber pangan lokal potensial yang kaya serat, protein, mineral memiliki indeks glikemik rendah serta bebas dari gluten. Kandungan gizi tersebut menjadikan sorgum berpotensi sebagai pangan fungsional yang bermanfaat bagi kesehatan khususnya individu dengan kondisi kesehatan khusus seperti penderita diabetes, intoleransi gluten, maupun masyarakat yang menerapkan gaya hidup sehat. Beras sorgum jugakini telah dipasarkan secara luas di seluruh platform *e-commerce* populer di Indonesia. Meskipun demikian, penerimaan sorgum dari konsumen masih sangat minim di kaji. Keberhasilan produk ini dipasar tentu saja sangat dipengaruhi oleh preferensi konsumen terhadap atribut produk dan tingkat kesediaan mereka untuk membayar (*willingness to pay*). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut beras sorgum dan mengukur tingkat kesediaan konsumen dalam membayar produk tersebut.

Penelitian dilaksanakan periode Agustus-September 2025 menggunakan metode survei daring dengan bantuan Google Form mencakup seluruh wilayah di Indonesia. Responden ditentukan secara *purposive sampling*, yaitu masyarakat yang pernah membeli dan mengonsumsi beras sorgum, dengan total 254 responden. Penyebaran kuesioner disebar dengan bantuan penjual (*seller*) *e-commerce* ke konsumen yang telah berbelanja online di toko mereka. Kuesioner juga disebar ke sosial media komunitas peduli hidup sehat, komunitas diabetes, dan komunitas pecinta pangan lokal NTT.

Penelitian ini menguji berbagai atribut produk yang dianggap penting dalam keputusan pembelian beras sorgum, seperti jenis sorgum, tekstur, kemasan, rasa, klaim kesehatan, dan harga. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini ada Discrete Choice Experiment (DCE). DCE merupakan metode yang didasarkan pada teori perilaku pilihan yang sudah teruji dengan baik dan dapat memperhitungkan perilaku yang saling terkait. Metode DCE banyak digunakan untuk mempelajari preferensi seseorang terhadap atribut tertentu dari suatu produk atau jasa. Pada penelitian ini metode DCE digunakan untuk melihat kinerja atribut beras sorgum yang selanjutnya diketahui tingkat nilai WTP yang sanggup dibayarkan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profil produk dengan atribut jenis sorgum, tekstur pulen, kemasan vacum, rasa netral cenderung hambar, memiliki klaim kesehatan, dan harga yang rendah memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen dan lebih disukai oleh konsumen. Selain itu, berdasarkan hasil perhitungan tingkat kepentingan atribut beras sorgum didapatkan hasil bahwa konsumen lebih mementingkan klaim kesehatan (sehat) dibandingkan atribut lainnya. Konsumen juga menunjukkan kesediaan untuk membayar harga berdasarkan setiap masing-masing atribut beras sorgum, yaitu: Rp22.000/kg untuk jenis sorgum putih, Rp17.600/kg untuk beras sorgum dengan tekstur pulen,



Rp32.000/kg untuk beras sorgum dengan kemasan vacum, Rp11.000/kg untuk beras dengan rasa kuat/khas karena konsumen lebih menyukai rasa netral/hambar, Rp46.000/kg untuk beras sorgum yang memiliki klaim kesehatan.

Selain itu, sebagian besar konsumen yang berperan sebagai responden dalam penelitian ini menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap beras sorgum, dengan hasil persentase 50,% merasa puas, 31,1% merasa sangat puas, dan 16,5% cukup puas dan 2,4% merasa tidak puas. Dalam penelitian ini 92,9% konsumen bersedia membeli kembali produk beras sorgum. Kemudian 85,4% responden bersedia merekomendasikan produk ini kepada orang lain yang menunjukkan loyalitas konsumen yang kuat. Dari segi ketahanan terhadap perubahan harga, 67,3% responden tetap bersedia membeli produk ini meskipun terjadi kenaikan harga, menandakan bahwa faktor kesehatan dan manfaat produk lebih dominan dibandingkan dengan pertimbangan harga.

Temuan ini menegaskan bahwa permintaan terhadap pangan sehat terus meningkat dan beras sorgum memiliki peluang besar untuk berkembang di pasar Indonesia. Dengan demikian, produsen dan pemasar perlu menyusun strategi yang tepat dalam meningkatkan daya saing produk ini, terutama dengan menekankan kualitas produk, manfaat kesehatan, serta membangun citra merek yang kuat. Selain itu, perlu dilakukan distribusi yang lebih luas, baik melalui platform e-commerce, pasar ritel modern maupun pasar tradisional agar produk ini lebih mudah diakses oleh konsumen yang memiliki minat tinggi terhadap pola makan sehat atau konsumen dengan kondisi tertentu. Dengan memahami preferensi dan kesediaan membayar konsumen, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pelaku industri pangan dalam mengembangkan inovasi produk serta strategi pemasaran yang lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan penerimaan pasar terhadap beras sorgum di Indonesia.

**Kata kunci:** Beras sorgum, Discrete Choice Experiment, Preferensi Konsumen, Willingness to Pay, Pangan Fungsional

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## SUMMARY

S. MUSAFIR. *Consumer Preferences and Willingness to Pay for Sorghum as a Functional Food in Indonesia*. Supervised by BURHANUDDIN and WAHYU BUDI PRIATNA.

Sorghum (*Sorghum bicolor* L. Moench) is a potential local food source that is rich in fiber, protein, and minerals, has a low glycemic index, and is gluten-free. These nutritional properties make sorghum a promising functional food that provides health benefits, particularly for individuals with specific health conditions such as diabetes or gluten intolerance, as well as for those who adopt a healthy lifestyle. Sorghum rice is now widely marketed across popular e-commerce platforms in Indonesia. Nevertheless, studies regarding consumer acceptance of sorghum remain limited. The market success of this product is largely influenced by consumer preferences for product attributes and their willingness to pay (WTP). Therefore, this study aims to analyze consumer preferences for sorghum rice attributes and to measure the level of consumers' willingness to pay for the product.

The research was conducted during the period of August–September 2025 using an online survey method via Google Forms, covering various regions across Indonesia. Respondents were selected using purposive sampling, consisting of individuals who had purchased and consumed sorghum rice, with a total of 254 respondents. The questionnaire was distributed with the assistance of e-commerce sellers to customers who had purchased sorghum rice through their online stores. It was also disseminated through social media communities focused on healthy lifestyles, diabetes awareness, and local food enthusiasts from East Nusa Tenggara (NTT).

This study examined several product attributes considered important in consumers' purchase decisions for sorghum rice, namely: type of sorghum, texture, packaging, taste, health claims, and price. The analytical method used was the Discrete Choice Experiment (DCE). DCE is based on well-established choice behavior theory and can account for interrelated consumer behavior. It is widely applied to explore individuals' preferences toward specific product or service attributes. In this study, DCE was employed to evaluate the performance of sorghum rice attributes and to determine consumers' WTP values for each attribute level.

The results showed that product profiles characterized by white sorghum type, soft texture, vacuum packaging, neutral (rather bland) taste, health claims, and lower price significantly influenced consumer preferences and were generally more preferred. Based on the importance level of sorghum rice attributes, consumers placed the highest priority on health claims, followed by packaging and texture. Consumers also demonstrated positive willingness to pay for each sorghum rice attribute, namely: IDR 22,000/kg for white sorghum, IDR 17,600/kg for soft-textured sorghum rice, IDR 32,000/kg for vacuum-packaged sorghum rice, IDR 11,000/kg for strong-flavored sorghum rice (indicating preference for a neutral/bland taste), and IDR 46,000/kg for sorghum rice with health claims.

Moreover, most consumers participating in this study expressed a high level of satisfaction with sorghum rice products: 50% were satisfied, 31.1% were very satisfied, 16.5% were somewhat satisfied, and only 2.4% were dissatisfied. A total of 92.9% of respondents were willing to repurchase sorghum rice, while 85.4% indicated willingness to recommend it to others, reflecting strong consumer loyalty. Regarding price sensitivity, 67.3% of respondents stated they would continue purchasing sorghum rice even if prices increased, suggesting that health and functional benefits outweigh price considerations.

These findings confirm that the demand for healthy food products continues to grow and that sorghum rice holds great potential to expand within the Indonesian market. Therefore, producers and marketers need to design appropriate strategies to enhance the competitiveness of sorghum products—particularly by emphasizing product quality, health benefits, and strong brand image. Furthermore, broader product distribution is necessary through e-commerce platforms, modern retail outlets, and traditional markets to improve accessibility for consumers interested in healthy diets or with specific health needs. By understanding consumer preferences and willingness to pay, this study provides valuable insights for food industry stakeholders to develop innovative products and more effective marketing strategies, ultimately increasing market acceptance of sorghum-based functional food in Indonesia.

**Keywords:** Sorghum rice, Discrete Choice Experiment, consumer preferences, willingness to pay, functional food.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*



# **PREFERENSI DAN *WILLINGNESS TO PAY* KONSUMEN TERHADAP BERAS SORGUM SEBAGAI PANGAN FUNGSIONAL DI INDONESIA**

**S. MUSAFIR**

Tesis  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Magister pada  
Program Studi Sains Agribisnis

**MAGISTER SAINS AGRIBISNIS  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2026**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



**@Hak cipta milik IPB University**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

**Tim Penguji pada Ujian Tesis:**

1. **Dr. Ir. Netti Tinaprila, M.M**
2. **Dr. Nia Rosiana, S.P., M.Si**



@Hak cipta milik IPB University

Judul Tesis : Preferensi dan *Willingness to Pay* Konsumen Terhadap Beras Sorgum Sebagai Pangan Fungsional di Indonesia  
Nama : S. Musafir  
NIM : H3501241026

Disetujui oleh

Pembimbing 1:  
Dr. Ir. Burhanuddin, M.M



Pembimbing 2:  
Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:  
Dr. Nia Rosiana, S.P., M.Si  
NIP. 198609032015042001



Dekan Fakultas Ekonomi dan Manajemen:  
Prof. Dr. Irfan Syauqi Beik, S.P., M.Sc.Ec.  
NIP. 197904222006041002



Tanggal Ujian: 11 Maret 2026

Tanggal Pengesahan: 19 MAY 2026

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



### @Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini. Tesis ini berjudul “Preferensi dan *Willingness to Pay* Konsumen terhadap Sorgum sebagai Pangan Fungsional di Indonesia”. Penulisan karya ilmiah ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains pada Program Studi Sains Agribisnis, Sekolah Pascasarjana, IPB University. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Burhanuddin, M.M. selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si. selaku Anggota Komisi Pembimbing, atas ilmu, arahan, waktu, serta motivasi yang diberikan kepada penulis sejak tahap awal hingga selesainya penulisan tesis ini.
2. Dr. Ir. Netti Tinaprilla, M.M. selaku dosen penguji utama dan Dr. Nia Rosiana, S.P., M.Si. selaku dosen penguji program studi saat ujian tesis atas saran dan masukannya dalam penyempurnaan tesis ini.
3. Dr. Maryono, S.P., M.Sc selaku dosen evaluator saat kolokium dan Prof. Dr. Ir. Manuntun Parulian Hutagaol, M.S. selaku dosen moderator saat seminar atas saran dan masukannya yang berguna untuk perbaikan penyusunan tesis ini.
4. Dr. Nia Rosiana, S.P., M.Si dan Dr. Anisa Dwi Utami, S.E., M.Si. selaku ketua dan sekretaris Program Studi Magister Sains Agribisnis atas bantuan dalam proses administrasi selama penyusunan tesis.
5. Seluruh dosen Program Studi Sains Agribisnis IPB University yang telah memberikan ilmu dan wawasan berharga selama masa perkuliahan.
6. Seluruh staf dalam ruang lingkup Magister Sains Agribisnis, Sekolah Pasca Sarjana serta Fakultas Ekonomi dan Manajemen yang telah membantu penulis dalam proses administrasi dan kelengkapan ruangan selama penulis menjadi mahasiswa magister.
7. Beasiswa Pemerintah Provinsi Sulawesi Barat (Pemprov Sulawesi Barat) periode 2024 jenjang Magister atas bantuan pembiayaan pendidikan berupa penanggungungan seluruh biaya SPP selama empat semester serta dukungan biaya penelitian selama proses penyusunan tugas akhir di IPB University.
8. Orang tua tercinta, Ibu Suhudah dan Bapak S. Ahmad yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, serta dukungan moral dan spiritual yang tak ternilai.
9. Saudara-saudara penulis tercinta: Kakak Nasrun, Kakak Erna, dan Adik Sarifa, atas doa, perhatian, serta semangat yang selalu menguatkan penulis dalam menyelesaikan studi ini.
10. Keluarga besar saya di Desa Salubarana yang senantiasa mendukung dan menunggu kepulangan saya, dalam tulisan ini tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.
11. Teman-teman sekaligus saudara sesama rantau yang selalu memberikan semangat dan dukungan: Kak Fahreza, Kak Ashar, Kak Cuke, Kak Christy, Kak Hamdun, Kak Farid, Amru, Arif, Rizky yang senantiasa menjadi penyemangat dalam setiap proses yang dijalani.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



12. Seluruh teman seperjuangan MSA 15, yang telah menemani perjalanan studi magister ini dengan penuh kebersamaan, tawa, dan dukungan tanpa henti.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang agribisnis pangan fungsional di Indonesia.

Bogor, Mei 2026

S. Musafir

## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Ruang Lingkup	7
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Agribisnis Pangan Fungsional	8
2.2. Potensi Sorgum Sebagai Pangan Fungsional	9
2.3. Preferensi Konsumen Terhadap Produk Pangan Fungsional	11
2.4. <i>Willingness to pay</i> Konsumen Pangan Fungsional	12
III KERANGKA PEMIKIRAN	13
3.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	14
3.2. Kerangka Pemikiran Operasional	20
IV METODE PENELITIAN	23
4.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	23
4.2. Jenis dan Sumber Data	23
4.3. Metode Pengambilan Sampel	23
4.4. Metode Pengolahan dan Analisis Data	24
V HASIL DAN PEMBAHASAN	32
5.1 Karakteristik Umum Responden Beras Sorgum	32
5.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Beras Sorgum	35
5.3 Preferensi Konsumen Beras Sorgum	56
5.4 <i>Willingness to Pay</i> Konsumen Beras Sorgum	60
VI SIMPULAN DAN SARAN	62
6.1 Simpulan	62
6.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	72
RIWAYAT HIDUP	75



## DAFTAR TABEL

1	Perbandingan kandungan gizi sereal lokal yang memiliki nilai fungsional dalam 100 gram	2
	Hasil temuan atribut dan level pada penelitian terdahulu	27
	Atribut dan level sorgum sebagai pangan fungsional	27
	Choice Set	29
	Penampilan contoh choice set	30
	Karakteristik responden beras sorgum	32
	Alasan responden mengomsumsi beras sorgum	35
	Sumber informasi pertama kali membeli beras sorgum	36
	Evaluasi alternatif terhadap atribut beras	38
10	Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian beras sorgum	40
11	Keputusan konsumen dalam memilih lokasi atau tempat untuk pembelian beras sorgum	41
12	Lokasi atau tempat pembelian beras sorgum	43
13	Pembelian terakhir kali beras sorgum oleh responden	44
14	Frekuensi pembelian beras sorgum	46
15	Jumlah pembelian beras sorgum dalam satu kali pembelian	47
16	Beras fungsional yang paling sering dikonsumsi selain beras sorgum	48
17	Tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian beras sorgum	50
18	Kesediaan konsumen membeli kembali apabila terjadi kenaikan harga beras sorgum	50
19	Alasan konsumen membeli kembali walaupun terjadi kenaikan harga beras sorgum	51
20	Kondisi apabila produk beras sorgum tidak tersedia di tempat biasa dibeli	52
21	Kesediaan konsumen untuk memberi rekomendasi kepada orang lain	53
22	Kriteria konsumen yang disarankan responden untuk mengomsumsi beras sorgum	55
23	<i>Utilitas</i> dan tingkat kepentingan atribut beras sorgum	57
24	Willingness to pay (WTP) konsumen pada tiap atribut beras sorgum	60

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## DAFTAR GAMBAR

1	Luas Areal pengembangan utama sorgum di Indonesia 2020-2024	3
2	Snapshot Penjualan Beras Sorgum pada Platform <i>E-commerce</i> Populer di Indonesia Berdasarkan 10 Penjualan Produk Terlaris (ukuran 1 kg) di Masing-masing Platform (Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, Lazada, dan Blibli)	5
3	Proses keputusan pembelian konsumen	14
4	Kurva permintaan	19
5	Kerangka pemikiran operasional	22
6	Asal responden beras sorgum berdasarkan wilayah Provinsi (orang)	34

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Penyusunan <i>choice set</i> dan profil produk	72
2	Hasil analisis perhitungan preferensi konsumen dengan menggunakan analisis discrete choice experiment (DCE)	73
3	Hasil analisis perhitungan willingness to pay (WTP)	74
4	Riwayat hidup	75