

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Garam sehat merupakan garam yang memiliki kandungan Natrium Klorida (NaCl) lebih rendah dibandingkan dengan garam konsumsi pada umumnya. Kandungan NaCl pada garam sehat maksimal sebesar 60%, sedangkan garam konsumsi atau dapur mengandung NaCl sebesar 94,7%. Rendahnya kandungan NaCl memiliki banyak manfaat yaitu dapat menurunkan tekanan darah dan kaya akan mineral yang dibutuhkan oleh tubuh manusia, sehingga konsumsi garam sehat ini dapat digunakan sebagai garam diet untuk mengurangi hingga mencegah penyakit hipertensi dan menjadi hidup sehat yang berkualitas (Ariyanto & Artika, 2022).

Penggunaan garam konsumsi sebagai bahan pangan memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kesehatan masyarakat. Adanya pengaruh terhadap kesehatan ini, perlu usaha peningkatan kualitas yang baik pada kandungan garam. Hal ini memberikan upaya baru untuk mengembangkan produk garam dengan bahan baku tanaman alur (*Suaeda maritima*). Tanaman alur adalah salah satu jenis dari sayuran hijau yang tumbuh di kondisi tanah berkadar garam tinggi. Tanaman ini memiliki daun sukulen yang berwarna hijau dengan banyak cabang lateral. Bagian daun yang berwarna hijau pada tanaman alur dapat dimanfaatkan menjadi urap-urap. Tanaman ini biasanya ditemukan di daratan mangrove, pematang tambak, dan rawa-rawa (Naskar & Mandal, 1999). Tanaman alur memiliki kandungan antioksidan sebesar 80,46% yang terkandung pada bagian daun (Patra, Dhal, & Thatoi, 2011).

Garam sehat dari tanaman alur merupakan produk baru garam rendah natrium yang belum dikenal oleh konsumen. Hal ini dikarenakan garam yang biasa dikonsumsi oleh konsumen adalah garam yang berasal dari air laut. Konsumen menjadi faktor penentu berhasil atau tidaknya produk yang telah dibuat, karena konsumen menjadi target pasar. Garam sehat tanaman alur sebagai produk baru perlu penilaian dari konsumen. Tujuan penilaian adalah untuk mengetahui daya terima pasar terhadap produk. Penilaian tersebut dapat dilakukan dengan melakukan analisis preferensi konsumen. Hasil analisis preferensi konsumen dapat digunakan untuk strategi pengembangan produk.

Menurut Adi (2020), garam sehat atau garam rendah natrium memiliki manfaat yaitu untuk menurunkan tekanan darah, membantu mengurangi risiko kanker, dan mengontrol atau memperbaiki kondisi pada penderita penyakit jantung. Produk

garam sehat yang sudah tersebar di masyarakat antara lain garam lososa, garam himalaya, dan garam nutrisalin. Kandungan yang terdapat dalam garam lososa yaitu natrium 19%, kalium 4%, dan iodium 40%. Kandungan yang terdapat dalam garam himalaya yaitu natrium 95-98% dan polialit (kalium, kalsium, magnesium, sulfur, oksigen, hidrogen) 2-4%. Kandungan yang terdapat dalam garam nutrisalin yaitu natrium 50%, kalium 48%, dan magnesium sulfat 2%.

Analisis preferensi konsumen merupakan analisis yang menunjukkan pilihan seseorang atas suka atau tidaknya terhadap suatu barang atau jasa yang dikonsumsi (Kotler, 2005). Preferensi konsumen dapat terjadi karena adanya pengaruh dari perubahan perilaku konsumen. Adanya perubahan perilaku dari konsumen ini memberikan inovasi baru pada produsen untuk memberikan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Preferensi konsumen penting dilakukan sebelum konsumen melakukan pengambilan keputusan dalam proses pembelian. Hal ini dikarenakan pada pengambilan keputusan dalam pembelian suatu produk dipengaruhi oleh penilaian dari konsumen. Menurut Novita *et al.*, (2020), terdapat empat langkah pada proses pengambilan keputusan saat melakukan pembelian, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan tindakan pembelian.

Penelitian persepsi dan preferensi konsumen terhadap produk madu di PT Kembang Joyo menggunakan metode *conjoint* dengan atribut jenis, rasa, harga, dan kemasan (Angriva & Sunyigono, 2020). Penelitian preferensi konsumen terhadap produk agroindustri abon ikan menggunakan metode *conjoint* dengan atribut rasa, warna, tekstur, dan harga abon ikan (Sundari & Umbara, 2019). Penelitian preferensi konsumen terhadap pembelian keripik singkong menggunakan metode *conjoint* dengan atribut bentuk, rasa, kemasan, dan harga (Riszinin & Nugroho, 2022).

Analisis preferensi konsumen ini dilakukan pada produk garam sehat tanaman alur. Atribut produk yang digunakan adalah rasa, warna, tekstur, aroma, dan harga. Pendekatan yang digunakan adalah metode *chi square* dan metode *conjoint*. Metode *chi square* merupakan metode yang digunakan pada analisis untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan perbedaan terhadap produk. Metode analisis *conjoint* digunakan untuk memusatkan dari adanya atribut-atribut suatu produk. Tahapan pada analisis *conjoint* dilakukan dengan adanya rancangan dari atribut-atribut untuk diberikan ke responden yang kemudian responden diminta memeringkatkan berdasarkan preferensinya.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat perbedaan atribut-atribut produk antara garam sehat tanaman alur dengan garam konsumsi?
2. Bagaimana tingkat preferensi konsumen terhadap atribut-atribut produk garam sehat tanaman alur?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui tingkat perbedaan atribut-atribut produk antara garam sehat tanaman alur dengan garam konsumsi.
2. Mengetahui atribut-atribut produk garam sehat tanaman alur yang menjadi preferensi konsumen.

1.4 Batasan Penelitian

Batasan masalah pada penelitian ini hanya difokuskan pada analisis preferensi produk garam sehat tanaman alur tanpa kemasan produk garam sehat tanaman alur.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Memberikan informasi dan menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan garam sehat tanaman alur.
2. Menambah pengetahuan terhadap produk garam sehat tanaman alur.