

Karakteristik Konsumen Beras Shirataki di Kota Surakarta

Kirei Qurata'aini¹, Endang Siti Rahayu², Wiwit Rahayu^{3*}

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No. 36A, Surakarta, 57126, Indonesia

*Alamat email penulis koresponden: kireiqurataaini@student.uns.ac.id

Abstrak

Beras shirataki merupakan produk pangan fungsional berbahan dasar glukomanan dari umbi porang (*Amorphophallus muelleri*) yang memiliki karakteristik rendah kalori, rendah karbohidrat, dan indeks glikemik sangat rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen beras shirataki di Kota Surakarta. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan analisis tabulasi. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 100 responden yang dipilih secara proportional random sampling dari lima kecamatan di Kota Surakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen beras shirataki di Kota Surakarta didominasi oleh kelompok usia 18–24 tahun (47%), berjenis kelamin laki-laki (52%), dan berdomisili di Kecamatan Laweyan (24%). Dari segi pendidikan, mayoritas responden berpendidikan terakhir SMA/ sederajat (52%), diikuti sarjana (38%) dan diploma (10%). Berdasarkan jenis pekerjaan, responden terbanyak adalah pelajar/mahasiswa (43%), diikuti karyawan swasta (35%), wirasaha (17%), dan ASN/BUMN (5%). Dari sisi pendapatan, sebagian besar responden berada pada kategori tinggi dengan pendapatan Rp3.000.000–Rp5.000.000 per bulan (32%). Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen beras shirataki di Kota Surakarta didominasi oleh generasi muda dengan tingkat kesadaran kesehatan yang cukup tinggi serta daya beli yang memadai untuk mengakses produk pangan fungsional dengan harga relatif lebih tinggi dibandingkan beras konvensional.

Kata Kunci: beras shirataki, karakteristik konsumen, analisis deskriptif, tabulasi, Kota Surakarta

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya menggantungkan hidup pada sektor pertanian, sehingga sektor ini memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional (Ayun et al., 2020). Seiring perkembangan zaman, sektor pertanian mengalami transformasi menuju pengembangan produk bernilai tambah yang berorientasi pada kebutuhan konsumen modern, termasuk produk pangan fungsional yang memberikan manfaat fisiologis bagi kesehatan (Al Aziz & Lestari, 2022; Amalia et al., 2024).

Salah satu komoditas strategis dalam pengembangan pangan fungsional adalah porang (*Amorphophallus muelleri*) yang mengandung glukomanan—serat pangan larut air yang bermanfaat mengontrol kadar gula darah, menurunkan kolesterol, dan memberikan efek kenyang lebih lama (Ani Sutriningsih et al., 2017; Fang et al., 2023). Beras shirataki sebagai produk olahan berbasis glukomanan memiliki karakteristik rendah kalori, rendah karbohidrat, dan indeks glikemik sangat rendah, menjadikannya relevan bagi penderita diabetes maupun individu yang menjalani pola diet sehat (Nurdini & Suharni, 2021; Wilianto et al., 2024).

Urgensi konsumsi pangan rendah indeks glikemik semakin meningkat seiring prevalensi diabetes melitus yang terus meningkat. Berdasarkan International Diabetes Federation (2024), Indonesia menempati posisi kelima dunia dengan 20,42 juta penderita diabetes. Di Kota Surakarta, jumlah penderita Diabetes Melitus (DM) mencapai 17.191 kasus pada tahun 2023, yang tersebar di

lima kecamatan: Banjarsari (5.503), Jebres (4.424), Laweyan (3.052), Pasar Kliwon (2.594), dan Serengan (1.618). Kondisi ini mengindikasikan potensi pasar yang besar bagi produk pangan rendah indeks glikemik, termasuk beras shirataki (Dinas Kesehatan Kota Surakarta, 2023).

Sebagai produk pangan fungsional yang relatif baru, pemahaman mengenai profil konsumen beras shirataki di Kota Surakarta masih terbatas. Padahal, karakteristik konsumen merupakan informasi dasar yang penting bagi pelaku usaha dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif dan tepat sasaran. Kajian empiris yang secara spesifik mendeskripsikan karakteristik konsumen beras shirataki, terutama di wilayah dengan prevalensi diabetes tinggi seperti Kota Surakarta, masih relatif langka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen beras shirataki di Kota Surakarta secara komprehensif berdasarkan aspek demografis dan perilaku pembelian.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Surakarta, Jawa Tengah, yang dipilih secara purposive berdasarkan tingginya prevalensi diabetes melitus (17.191 kasus pada tahun 2023) dan ketersediaan produk beras shirataki di berbagai sarana perdagangan modern. Penelitian dilaksanakan seluruh lima kecamatan di Kota Surakarta, yaitu Banjarsari, Jebres, Laweyan, Pasar Kliwon, dan Serengan.

2.2 Metode Dasar dan Penentuan Sampel

Metode dasar yang digunakan adalah deskriptif analitis dengan pendekatan kuantitatif. Penentuan sampel menggunakan teknik proportional random sampling. Populasi penelitian adalah penderita diabetes melitus di Kota Surakarta (17.191 orang). Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan margin error 10%, menghasilkan 100 responden yang didistribusikan proporsional ke setiap kecamatan berdasarkan jumlah penderita DM: Laweyan (18), Serengan (9), Pasar Kliwon (15), Jebres (26), dan Banjarsari (32). Kriteria responden adalah masyarakat yang pernah membeli atau mengonsumsi beras shirataki dan berdomisili di Kota Surakarta. Metode analisis menggunakan analisis tabulasi, analisis prosentase dan analisis kualitatif

2.3 Pengumpulan dan Analisis Data

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, dan observasi langsung. Karakteristik konsumen dianalisis secara deskriptif menggunakan analisis tabulasi yang disajikan dalam bentuk distribusi frekuensi dan persentase. Variabel yang dianalisis meliputi usia, jenis kelamin, domisili, pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan, sumber informasi produk, alasan konsumsi, frekuensi pembelian, tingkat pengetahuan, tujuan pembelian, dan preferensi merek.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Demografis Konsumen

Sebanyak 100 konsumen beras shirataki berhasil dikumpulkan dari lima kecamatan di Kota Surakarta. Karakteristik demografis konsumen beras shirataki disajikan pada Tabel 1 berikut

Tabel 1. Karakteristik Demografis Konsumen Beras Shirataki di Kota Surakarta

Karakteristik	Keterangan	n	%
Usia	18–24 tahun	47	47
	25–29 tahun	41	41
	30–34 tahun	4	4
	35–40 tahun	8	8
Jenis Kelamin	Laki-laki	52	52
	Perempuan	48	48
Domisili	Laweyan	24	24
	Banjarsari	23	23
	Jebres	20	20
	Serengan	17	17
Pendidikan	Pasar Kliwon	16	16
	SMA/Sederajat	52	52
	Diploma	10	10
	S1	38	38
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	43	43
	ASN/BUMN	5	5
	Swasta	35	35
	Wirausaha	17	17
Pendapatan	≤ Rp2.000.000	11	11
	Rp2.000.000–Rp3.000.000	27	27
	Rp3.000.000–Rp5.000.000	32	32
	Rp5.000.000–Rp7.000.000	12	12
	>Rp7.000.000	18	18

Sumber: Data Primer, diolah (2026)

Konsumen beras shirataki di Kota Surakarta didominasi oleh kelompok usia 18–24 tahun (47%), mencerminkan dominasi generasi Z. Dominasi ini relevan karena kelompok usia muda lebih aktif menggunakan media sosial dan lebih terbuka terhadap produk pangan inovatif yang mendukung gaya hidup sehat. Schiffman & Kanuk (2018) menyatakan bahwa konsumen pada rentang usia 20–24 tahun berada pada fase pembentukan gaya hidup, sehingga lebih rentan terhadap pengaruh tren kesehatan dan lebih mudah diarahkan untuk mengonsumsi produk pangan fungsional.

Komposisi jenis kelamin hampir seimbang, dengan laki-laki sedikit mendominasi (52%). Kondisi ini mengindikasikan bahwa beras shirataki memiliki daya tarik lintas gender, yang berkaitan dengan motivasi menjaga kesehatan dan program diet yang bersifat universal. Mayoritas responden berdomisili di Kecamatan Laweyan (24%), yang dapat dikaitkan dengan karakteristiknya sebagai kawasan dengan tingkat ekonomi lebih tinggi dan aksesibilitas lebih baik terhadap produk pangan premium (Kotler & Keller, 2016).

Dari sisi pendidikan, mayoritas responden berpendidikan SMA/ sederajat (52%), sejalan dengan dominasi kelompok pelajar/ mahasiswa (43%) yang masih menempuh jenjang pendidikan. Meskipun demikian, tingkat literasi produk konsumen tergolong baik, di mana 88% responden menyatakan sudah cukup hingga sangat mengetahui beras shirataki. Ini menunjukkan bahwa keterbukaan informasi melalui media sosial berperan penting dalam meningkatkan pengetahuan konsumen, bukan semata-mata latar belakang pendidikan formal. Engel et al. (1995) menyatakan bahwa tingkat pendidikan memengaruhi kemampuan konsumen dalam mencari dan mengevaluasi informasi mengenai produk.

Dari sisi pendapatan, golongan Rp3.000.000–Rp5.000.000 mendominasi (32%), menunjukkan kemampuan daya beli yang memadai untuk membeli produk pangan premium. Secara keseluruhan, 62% responden berada pada golongan pendapatan tinggi ke atas ($\geq$ Rp3.000.000/bulan), yang didukung oleh PDRB per kapita Kota Surakarta yang terus meningkat hingga Rp130.016,81 juta pada tahun 2025. Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa konsumen dengan pendapatan lebih tinggi cenderung memilih produk berkualitas dan fungsional karena lebih mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari konsumsi produk tersebut.

3.2 Perilaku Pembelian Konsumen

Perilaku pembelian konsumen beras shirataki di Kota Surakarta disajikan pada Tabel 2. Aspek yang dianalisis meliputi sumber informasi, alasan konsumsi, frekuensi pembelian, tingkat pengetahuan, tujuan pembelian, dan preferensi mereka.

Tabel 2. Perilaku Pembelian Konsumen Beras Shirataki di Kota Surakarta

Perilaku	Keterangan	n	%
Sumber Informasi	Media Sosial	56	56
	Teman	17	17
	Keluarga	15	15
	Iklan	4	4
	Toko/Supermarket	8	8
Alasan Konsumsi	Menjaga Kesehatan	38	38
	Program Diet/ Penurunan Berat Badan	50	50
	Anjuran Dokter/ Tenaga Kesehatan	2	2
	Mengikuti Tren	10	10
	Tidak rutin	26	26
Frekuensi Pembelian	1 kali	28	28
	2-3 kali	33	33
	4-5 kali	9	9
	Lebih dari 5 kali	4	4
	Tidak rutin	26	26
Tingkat Pengetahuan	Sangat Mengetahui	8	8
	Mengetahui	22	22
	Cukup Mengetahui	59	59
	Kurang Mengetahui	11	11
Tujuan Pembelian	Diri sendiri (umum)	67	67
	Keluarga (umum)	18	18
	Diri sendiri (kondisi khusus)	9	9
	Keluarga (kondisi khusus)	6	6
	Tidak rutin	26	26
Preferensi Merek	Fukumi	75	75
	Beeru	2	2

	WellFarm PORICE	4	4
	Yoshimama	2	2
	Mr. Ishii	3	3
	Sensa & Tropicana Slim	10	10

Sumber: Data Primer, diolah (2026)

Media sosial menjadi sumber informasi utama konsumen beras shirataki (56%), mencerminkan peran platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube dalam membentuk kesadaran dan minat konsumen. Kotler & Armstrong (2016) menjelaskan bahwa media digital mampu membentuk persepsi dan meningkatkan minat konsumen terhadap suatu produk melalui penyebaran informasi yang cepat dan luas. Hal ini konsisten dengan profil konsumen yang didominasi generasi Z yang aktif di media sosial.

Motivasi utama konsumsi beras shirataki adalah program diet dan penurunan berat badan (50%), diikuti menjaga kesehatan (38%). Kondisi ini menunjukkan bahwa beras shirataki dipersepsikan sebagai solusi pangan rendah kalori yang efektif. Schiffman & Wisenblit (2019) menyatakan bahwa motivasi konsumen merupakan faktor internal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk, di mana individu dengan kesadaran kesehatan tinggi lebih termotivasi memilih pangan fungsional.

Frekuensi pembelian 2–3 kali mendominasi (33%), mengindikasikan adanya pembelian ulang meskipun belum dalam intensitas tinggi. Sebanyak 26% responden menyatakan tidak rutin, yang kemungkinan dipengaruhi oleh faktor harga beras shirataki yang relatif lebih tinggi dibandingkan beras konvensional. Tjiptono (2019) menjelaskan bahwa perilaku pembelian ulang dipengaruhi oleh tingkat kepuasan konsumen terhadap manfaat produk yang diperoleh.

Mayoritas konsumen (59%) memiliki tingkat pengetahuan cukup mengetahui tentang beras shirataki, menunjukkan bahwa edukasi produk masih perlu ditingkatkan. Sebanyak 67% membeli untuk konsumsi pribadi tanpa kondisi kesehatan tertentu, menandakan bahwa beras shirataki telah menjadi bagian dari gaya hidup sehat masyarakat umum, tidak hanya bagi penderita diabetes. Merek Fukumi mendominasi preferensi konsumen dengan pangsa 75%, yang mencerminkan tingginya brand awareness yang didorong oleh ketersediaan produk dan pengalaman konsumsi yang memuaskan (Kotler & Armstrong, 2018).

4. KESIMPULAN

Konsumen beras shirataki di Kota Surakarta memiliki profil demografis yang khas, yaitu didominasi oleh generasi muda berusia 18–24 tahun (generasi Z), berjenis kelamin laki-laki, berdomisili di Kecamatan Laweyan, berpendidikan SMA/ sederajat, berstatus pelajar/ mahasiswa, dan berpendapatan Rp3.000.000–Rp5.000.000 per bulan. Karakteristik ini mencerminkan segmen konsumen dengan kesadaran kesehatan yang cukup tinggi dan daya beli yang memadai untuk mengakses produk pangan fungsional.

Dari sisi perilaku, media sosial menjadi saluran informasi dominan, dengan motivasi utama program diet dan menjaga kesehatan. Pembelian sebagian besar dilakukan 2–3 kali dan sebagian besar untuk konsumsi pribadi tanpa kondisi kesehatan tertentu, menandakan beras shirataki mulai diadopsi sebagai bagian dari gaya hidup sehat masyarakat umum. Merek Fukumi mendominasi preferensi konsumen (75%). Temuan ini dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha dalam menentukan segmentasi pasar, strategi pemasaran berbasis media sosial, serta penetapan harga yang kompetitif untuk produk beras shirataki di Kota Surakarta.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dinas Kesehatan Kota Surakarta atas data yang diberikan, serta kepada seluruh responden yang telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini. Terima kasih pula kepada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret atas dukungan akademik yang diberikan selama penelitian berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Aziz, O. R., & Lestari, R. I. (2022). Analisis Potensi dan Manfaat Pengolahan Tanaman Porang dalam Menghadapi Krisis Pangan di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional BSKJI, 1-9.
- Amalia, R. N., Rahmiwati, A., Fajar, N. A., & Sari, N. (2024). Preferensi pangan fungsional dan implikasinya terhadap kesehatan masyarakat: Tinjauan sistematis. *Jurnal SAGO Gizi dan Kesehatan*, 5(2), 456-465.
- Anggraeni, A., Zamrodah, Y., & Prayudi, L. A. (2022). Analisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian beras organik di Kabupaten Blitar. *Grafting: Jurnal Ilmiah Ilmu Pertanian*, 12(2), 83-94.
- Anggreani, M., Ratih, A., Husaini, M., Emalia, Z., Usman, M., Aida, N., & Ciptawaty, U. (2023). Analisis Pengaruh Sektor Pertanian Terhadap PDRB di Indonesia Tahun 2015–2021. *Journal on Education*, 6(1), 6490–6507.
- Ani Sutriningsih, Arifianto, T., & Yuliani, N. E. (2017). Pengaruh pemberian beras shirataki terhadap kadar glukosa darah. *Jurnal Keperawatan*, 8(2), 1-10.
- Ashari, U., & Syamsir, S. (2023). Perilaku konsumen pada pembelian beras analog jagung di Kota Gorontalo. *Agromix*, 14(2), 221-233.
- Ayun, Q., Kurniawan, S., & Saputro, W. A. (2020). Perkembangan konversi lahan pertanian di bagian negara agraris. *Vigor: Jurnal Ilmu Pertanian Tropika dan Subtropika*, 5(2), 38-44.
- Behera, S. S., & Ray, R. C. (2016). Konjac glucomannan, a promising polysaccharide of *Amorphophallus konjac* K. Koch in health care. *International Journal of Biological Macromolecules*, 92, 942-956.
- Dewi, K. A. C. J., Karyati, N. K., & Astuthi, M. M. M. (2024). Bauran Pemasaran Beras Shirataki di Toko Beras Sehat Bali. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(3), 412-417.
- Dinas Kesehatan Kota Surakarta. (2023). Data Program Penyakit Tidak Menular. Surakarta: Dinas Kesehatan Kota Surakarta.
- Divayana, F. N., & Nurmawati, R. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi niat pembelian mi shirataki instan: aplikasi Extended Theory of Planned Behavior. *Forum Agribisnis*, 12(2).
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). Fort Worth: Dryden Press.
- Fang, Y., Ma, J., Lei, P., Wang, L., Qu, J., Zhao, J., & Sun, D. (2023). Konjac glucomannan: an emerging specialty medical food to aid in the treatment of type 2 diabetes mellitus. *Foods*, 12(2), 363.
- International Diabetes Federation. (2024). *IDF Diabetes Atlas* (11th ed.). Brussels: International Diabetes Federation.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Lestari, R. A., Darma, R., & Aswan, A. (2022). Factors that influencing consumer behavior against rice purchase decisions. *International Journal of Environment, Agriculture and Biotechnology*, 7(4), 63-72.
- Michaelidou, N., & Hassan, L. M. (2008). The role of health consciousness, food safety concern and ethical identity on attitudes and intentions towards organic food. *International Journal of Consumer Studies*, 32(2), 163-170.
- Nurdini, D., & Suharini, S. (2021). Substitusi tepung analog beras shirataki oleh tepung terigu terhadap daya terima cookies. *Jurnal Ilmiah Gizi Kesehatan*, 9(1), 69-75.
- Saragih, G. P., & Ilvira, R. F. (2025). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian beras porang di Kota Medan. *Agricore: Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 10(1).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen* (10th ed.). Jakarta: PT Indeks.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). New Jersey: Pearson Education.

- Setyowati, S., & Sundari, M. T. (2024). Analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 8(1), 154-166.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Wahyuningrum, P. E., Fatmawati, E. W., & Winahyu, N. (2024). Analisis perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian beras di Swalayan Berkah Mandiri Kec. Mojo Kab. Kediri. *Jurnal Agribisnis Cendekia*, 1(2), 61-66.
- Wicaksana, A. R. A., & Setiadi, A. (2022). Analisis produksi komoditas pangan dan pengaruhnya terhadap PDRB pertanian di Kabupaten Magelang. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 20(1), 43-52.
- Wilianto, Y. R., Tjahjono, Y., Foe, K., Wijaya, S., Ervina, M., Setiadi, D. A., & Wijaya, H. (2024). A novel konjac rice formula with glucomannan and tapioca starch improve postprandial glycemic response. *Nutrition & Food Science*, 54(8), 1437-1450.
- Zamrodah, Y. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap pembelian beras organik di Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar. *VIABEL: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 15(2), 132-140.