

Persepsi pengguna dan kesanggupan membeli beras Maswangi MRQ 74

(Consumer perception and willingness to buy Maswangi MRQ 74)

Syahrin Suhaimee*, Mohd Rashid Rabu*, Abu Kasim Ali*, Tapsir Serin* dan Ahmad Shokri Othman*

Kata penunjuk: Maswangi MRQ 74, persepsi pengguna

Abstrak

Maswangi atau MRQ 74 ialah beras wangi berkualiti tinggi (HQR) yang telah diisytiharkan oleh MARDI pada tahun 2005. Kajian ini dilakukan untuk mendapatkan maklum balas daripada bakal pengguna tentang kualiti beras ini dan seterusnya mencadangkan penambahbaikan yang perlu untuk meningkatkan kualitinya. Sejumlah 79% daripada responden sanggup untuk bertukar menggunakan beras Maswangi dan kebanyakan mereka terdiri daripada pengguna beras biasa. Segmen pasaran dicadangkan ditumpukan kepada pengguna bangsa Melayu dan mempunyai bilangan isi rumah yang kecil. Harga yang dicadangkan agak rendah iaitu sekitar RM2.43/kg. Kewangian nasi ketika dimakan perlu dipertingkatkan kerana belum mencapai kualiti yang dikehendaki oleh pengguna. Faktor pelaris beras ini iaitu tidak melekit dan kurang kanji, boleh dipertimbangkan untuk menggantikan beras Ponni dan Basmathi di pasaran.

Pengenalan

Salah satu objektif utama Dasar Pertanian Negara Ketiga (DPN3) adalah untuk meningkatkan jaminan makanan di dalam negara terutamanya beras yang menjadi makanan ruji penduduk Malaysia. Pengeluaran beras di Malaysia dianggarkan 1,465 ribu tan metrik dengan jumlah import sebanyak 799 ribu tan metrik pada 2007 (MOA 1998). Ini bermakna hampir 35% daripada bekalan beras di Malaysia bergantung kepada sumber luar.

Dalam Rancangan Malaysia Ke-9, kerajaan menasarkankan tahap sara diri pada kadar 90% dengan peningkatan hasil padi dan pembukaan kawasan baru penanaman padi. Pengisytiharan varieti baru oleh MARDI dijangka dapat meningkatkan hasil padi dan sedikit sebanyak dapat membantu mengurangkan import beras negara.

Sebanyak 19% daripada jumlah import beras ialah beras berkualiti tinggi/istimewa (Wangi, Basmathi, Ponni) (selepas ini akan disebut HQR). Jumlah import beras HQR ini mencapai angka tertinggi pada tahun 2006 dengan jumlah 167,312 tan metrik. Trend permintaan beras HQR juga dilihat meningkat dari tahun 2004 hingga 2007 dengan kadar pertumbuhan purata sebanyak 3.48%. Jumlah import yang turun naik berkemungkinan disebabkan aktiviti penyeludupan yang masih berlaku dari negara jiran (MOA 2004).

Kadar pertumbuhan beras Basmathi Pakistan dan Basmathi Ponni masing-masing meningkat 0.03% dan 1.13%. Manakala kadar pertumbuhan beras Wangi ialah yang tertinggi iaitu 3.86%. Perubahan gaya hidup dan faktor ekonomi seperti peningkatan pendapatan, perubahan cita rasa dan pilihan

*Pusat Penyelidikan Ekonomi dan Pengurusan Teknologi, Ibu Pejabat MARDI, Serdang, Peti Surat 12301, 50774 Kuala Lumpur
E-mel: syahrin@mardi.gov.my

menyebabkan pengguna kini lebih gemar beras yang berkualiti dan kurang kanji.

Bagi memenuhi cita rasa pengguna yang mula beralih kepada beras HQR, pembangunan varieti tersebut perlu dipertingkatkan melalui penyelidikan dan pembangunan. Varieti Maswangi atau MRQ 74 ialah hasil penyelidikan MARDI yang telah diisytiharkan pada Februari 2005. MRQ 74 ialah hasil kacukan Q 34/KDML 135//Kasturi/Q 34 iaitu beras dari India dan hampir serupa dengan sifat beras/nasi Basmathi. Pengacukan dengan Khaw Dawk Mali (KDML) adalah untuk mendapatkan beras yang mempunyai bau wangi serta mempunyai sifat panjang dan tirus seperti Kasturi. Nasi MRQ 74 tidaklah terlalu keras tetapi peroi dan tidak melekit atau berketul serta mengeluarkan bau ketika dimasak (Asfaliza 2005).

Kajian maklum balas pengguna terhadap beras HQR pernah dijalankan terhadap empat varieti MARDI iaitu Sri Mahsuri, Jarum Mas, Haruma dan Basmathi. Keputusan kaji selidik menunjukkan bahawa lebih daripada 80% responden menganggap varieti-varieti tersebut bermutu tetapi hanya 10% yang sanggup membelinya pada harga yang ditawarkan iaitu RM2.80–RM4.00/kg (Ajimilah dll. 1995).

Penerimaan beras Mutan Mahsuri di Sarawak pula sederhana dengan 50% daripada responden berpendapat bahawa mutu beras Mutan Mahsuri setanding dengan beras HQR yang sedia ada di pasaran (Ajimilah dll. 2000). Dengan harga RM2.80/kg, hanya 13% responden sanggup membelinya manakala 40% lagi menyatakan kemungkinan untuk membelinya.

Pengguna gemar HQR yang mengandungi beras hancur yang sedikit, biji beras yang panjang, kurang biji berkapur dan kandungan amilosa yang rendah hingga sederhana (Nik Fuad dll. 1999). HQR dijual pada harga RM2.50 hingga RM5.60/kg dan jumlah jualan peruncit antara 2 kg hingga 2 tan sebulan.

Untuk mendapatkan maklum balas daripada pengguna, gelagat serta kecenderungan pengguna terhadap beras berkualiti tinggi perlu dikenal pasti dan difahami. Dengan menjadikan varieti Maswangi ini sebagai permulaan untuk menembusi pasaran tempatan, maklumat daripada pengguna ini dapat digunakan untuk menghasilkan varieti baru yang lebih sesuai dengan kehendak dan keperluan pengguna.

Kajian ini dilaksanakan untuk mendapatkan profil sosioekonomi bakal pengguna dan mengemukakan cadangan penambahbaikan teknologi sedia ada agar menepati keperluan/kehendak pengguna.

Metodologi

Pengumpulan data

Data sekunder seperti jumlah import beras negara dan penggunaan beras penduduk diperoleh daripada agensi kerajaan yang terlibat dengan industri padi dan beras negara seperti Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani (MOA), Jabatan Pertanian dan Padiberas Nasional Berhad. Data primer pula diperoleh daripada kaji selidik yang dijalankan di tempat tumpuan orang ramai dengan menggunakan borang soal selidik berstruktur.

Kaji selidik dilakukan di MAHA 2006 (Malaysia Agriculture, Horticulture and Agrotourism Exhibition). Lokasi tersebut dipilih berdasarkan tanggapan bahawa pengunjung MAHA adalah terdiri daripada pelbagai latar belakang sosioekonomi dan datang dari pelbagai negeri dan daerah di Malaysia. Responden diberikan 1 kg beras MRQ 74 bersama dengan borang kaji selidik dan sampul surat berselemet. Responden diminta memasak beras Maswangi di rumah, menilai rasa nasinya, dan mengisi borang kaji selidik tersebut. Borang kaji selidik dikembalikan melalui pos atau faks.

Model empirikal dan analisis statistik

Model fungsi kebarangkalian oleh Gujarati (2003) telah digunakan dalam kajian ini. Kesanggupan pengguna membeli beras

Maswangi sebagai pemboleh ubah bersandar diukur dengan angkuh papatung dengan 1 sekiranya pengguna sanggup membeli dan 0 sekiranya mereka tidak sanggup membeli. Menggunakan model kebarangkalian, persamaan berikut dapat dibina iaitu:

$$P_i^* = \beta Z_i + \epsilon_i, P_i = 1 \Leftrightarrow P_i^* > 0;$$

$$P_i = 0 \Leftrightarrow P_i^* \leq 0$$

P_i^* ialah pemboleh ubah terpendam (*non-observed continuous latent variable*) dan P_i ialah pemboleh ubah binari (0 dan 1). Z_i vektor pemboleh ubah bebas yang mungkin mempengaruhi kesanggupan pengguna membeli beras Maswangi. Penganggaran persamaan di atas boleh menggunakan kaedah Regresi Kuasa Dua Terkecil (Ordinary Least Square), logit atau probit. Kesemua faktor yang dijangkakan akan mempengaruhi kesanggupan pengguna membeli beras Maswangi telah diuji menggunakan ketiga-tiga kaedah penganggaran di atas. Penilaian ke atas kesesuaian semua model diuji secara statistik dengan model yang paling sesuai mesti mempunyai nisbah kemungkinan (LR) statistik yang signifikan ($p = 0.1$), 'standard error estimation' (SEE) yang paling rendah dan R^2 yang paling tinggi serta nilai log

likelihood yang paling tinggi. Kaedah penganggaran probit didapati paling sesuai dan faktor penting yang mempengaruhi kebarangkalian kesanggupan membeli beras Maswangi telah dapat dikenal pasti. Faktor tersebut ialah jantina, bangsa, penggunaan beras biasa (kg/bulan), kekerapan mengambil makanan segera sebulan, penggunaan beras kualiti tinggi (HQR) (kg/bulan), tingkat pendapatan dan bilangan isi rumah.

Selain itu, kaedah Duncan-ANOVA juga digunakan untuk menganalisis perbezaan skor bagi ciri-ciri beras Maswangi dengan profil sosioekonomi seperti jantina, bangsa, pendapatan individu, bilangan isi rumah dan pengguna beras HQR. Analisis diterangkan dalam bentuk min dan perbezaan yang signifikan ditunjukkan dalam bentuk abjad.

Penemuan dan perbincangan

Profil sosioekonomi

Responden yang memberikan maklum balas tertinggi ialah kaum Melayu (93.5%) diikuti Cina dan India (*Jadual 1*). Peratus responden Melayu adalah yang tertinggi disebabkan kebanyakan mereka memberikan kerjasama dengan memulangkan kembali borang soal selidik yang telah diberikan.

Jadual 1. Profil sosioekonomi responden

Profil sosioekonomi	Kategori	Peratus
Bangsa (n = 294)	Melayu	93.5
	Cina	4.4
	India	2.1
Jantina (n = 292)	Lelaki	51.4
	Perempuan	48.6
Pendapatan (n = 286)	<RM2,000	53.5
	RM2,001–RM3,000	28.0
	RM3,001–RM5,000	13.3
	RM5,001–RM8,000	3.5
	>RM8,000	1.7
Bilangan isi rumah (n = 293)	1–3 orang	24.9
	4–6 orang	59.4
	7 orang dan lebih	15.7
Pengguna (n = 293)	Pengguna beras HQR	36.5
	Pengguna beras biasa	63.5

Sebanyak 53.5% responden berpendapatan kurang daripada RM2,000 sebulan. Responden lelaki merangkumi 51.5%. Bilangan isi rumah responden antara 1 sehingga 10 orang. Jumlah tertinggi adalah seramai 4 orang yang mewakili 21.8% daripada jumlah keseluruhan responden. Purata bilangan isi rumah pula ialah 4.7 orang.

Pengguna HQR ialah 36.5% daripada jumlah responden manakala selebihnya pengguna beras biasa (beras selain HQR).

Harga berpatutan

Purata harga yang dicadangkan oleh responden secara umum ialah RM2.43/kg (*Jadual 2*) jauh lebih rendah daripada harga beras HQR yang dijual di pasaran sekarang iaitu RM3.60. Harga yang sanggup dibayar oleh responden adalah antara RM2.00 (34.5%) hingga RM2.50 (24.6%). Walau bagaimanapun 0.4% responden sanggup membayar pada harga RM7.00/kg.

Bagi responden Melayu, purata harga yang dicadangkan adalah sama dengan min harga keseluruhan responden iaitu

RM2.43/kg manakala responden Cina meletakkan harga yang lebih tinggi iaitu RM2.67/kg dan responden India meletakkan harga yang lebih rendah iaitu RM2.30/kg. Bagaimanapun, tiada perbezaan signifikan mengenai cadangan harga Maswangi mengikut bangsa.

Berdasarkan jantina pula, kaum perempuan meletakkan harga beras Maswangi lebih tinggi daripada kaum lelaki. Kaum perempuan meletakkan harga RM2.52/kg berbanding dengan RM2.36/kg bagi kaum lelaki.

Responden yang pendapatannya kurang daripada RM2,000 sebulan meletakkan harga pada RM2.40/kg. Walau bagaimanapun, harga menurun RM0.10 bagi mereka yang berpendapatan RM2,001–RM3,000 sebulan. Seterusnya, harga yang dicadangkan terus meningkat selari dengan peningkatan pendapatan sebulan iaitu RM2.57 bagi mereka yang berpendapatan RM3,001–RM5,000, RM2.83 bagi RM5,000–RM8,000 dan RM3.20 bagi yang berpendapatan melebihi RM8,000.

Jadual 2. Purata harga cadangan mengikut profil sosioekonomi

Profil sosioekonomi	Kategori	Purata harga (RM/kg)	Peratus
Bangsa ^{ns} (n = 279)	Melayu	2.43	93.9
	Cina	2.67	4.3
	India	2.30	1.8
Jantina* (n = 278)	Lelaki	2.36	52.2
	Perempuan	2.52	47.8
Pendapatan** (n = 273)	<RM2,000	2.40	53.5
	RM2,001–RM3,000	2.30	28.2
	RM3,001–RM5,000	2.57	13.2
	RM5,001–RM8,000	2.83	3.3
	>RM8,000	3.20	1.8
Bilangan isi rumah* (n = 278)	1–3 orang	2.60	25.2
	4–6 orang	2.37	60.1
	7 orang dan lebih	2.34	14.7
Pengguna*** (n = 278)	Pengguna beras HQR	2.55	37.4
	Pengguna beras biasa	2.36	62.6
Purata		2.43	
Pekali pemboleh ubah (%)		10.70	

***Signifikan pada $p < 0.01$; **Signifikan pada $p < 0.05$; *Signifikan pada $p < 0.1$; ns = Tidak signifikan

Hubungan secara terus dapat dilihat dari segi profil demografi bilangan isi rumah responden. Harga Maswangi diletakkan tertinggi untuk kategori 1–3 orang iaitu RM2.60 dan terendah RM2.34 untuk kategori 7 orang dan lebih. Bagi kategori 4–6 orang, harga yang dicadangkan ialah RM2.37. Pengguna HQR pula meletakkan harga RM2.55, lebih tinggi daripada pengguna beras biasa sebanyak RM0.19.

Setelah mengetahui harga Maswangi yang dicadangkan oleh pengguna, *Lampiran 1* menunjukkan kedudukan Maswangi di dalam kumpulan beras yang ada di pasaran sekarang dari segi harga jualan runcit dan harga jualan di pasar raya terkemuka. Harga cadangan Maswangi diletakkan pada harga pasar raya terkemuka disebabkan kebanyakan responden membeli beras di pasar raya terkemuka berbanding di kedai runcit berdekatan. Berdasarkan jadual tersebut, Maswangi berada antara kelompok beras super special tempatan dan kelompok beras HQR. Ini bermakna responden meletakkan kualiti beras Maswangi lebih tinggi berbanding dengan

beras super special tempatan dan lebih rendah daripada beras HQR.

Penggemar beras Maswangi

Secara umumnya, 79.1% daripada responden suka dengan rasa beras Maswangi dan sanggup untuk bertukar kepada beras Maswangi (*Jadual 3*). Peratusan yang tinggi ini menunjukkan bahawa beras ini boleh diterima ramai dan sesuai untuk dikomersialkan. Pengguna beras HQR kurang menggemari beras Maswangi (70.1%) berbanding dengan pengguna beras biasa (76.3%). Diandaikan bahawa beras Maswangi masih tidak mencapai tahap beras berkualiti tinggi yang mereka (pengguna beras HQR) inginkan. Seramai 80.7% responden Melayu menggemari beras Maswangi berbanding dengan responden Cina (50%) dan India (60%). Oleh itu, segmen pasaran perlu tertumpu kepada bangsa Melayu dan penggemar beras biasa kerana peratus penggemar Maswangi yang tinggi pada kedua-dua kategori tersebut.

Peratus tertinggi penggemar beras Maswangi diperoleh dalam kategori yang

Jadual 3. Peratusan pengguna yang menggemari beras Maswangi mengikut profil sosioekonomi

Profil sosioekonomi	Kategori	Peratus
Bangsa*** (n = 282)	Melayu	80.7
	Cina	50.0
	India	60.0
Jantina ^{ns} (n = 280)	Lelaki	79.6
	Perempuan	79.0
Pendapatan ^{ns} (n = 274)	<RM2000	80.1
	RM2001–RM3000	75.3
	RM3001–RM5000	80.6
	RM5001–RM8000	100.0
	>RM8000	60.0
Bilangan isi rumah ^{ns} (n = 281)	1–3 orang	94.4
	4–6 orang	86.3
	7 orang dan lebih	85.4
Pengguna*** (n = 281)	Beras HQR	70.1
	Beras biasa	76.3
Purata		79.1
Pekali Pemboleh ubah (%)		16.4

***Signifikan pada $p < 0.01$; ns = Tidak signifikan

berpendapatan RM5,001–RM8,000 sebulan (100%). Manakala peratusan penggemar beras Maswangi yang kurang daripada 80% adalah daripada kategori berpendapatan melebihi RM8,000 dan RM2,001–RM3,000 masing-masing 60% dan 75.3% (*Jadual 3*). Walau bagaimanapun, analisis menunjukkan perbezaan pendapatan tidak signifikan dengan peratusan penggemar Maswangi. Selain itu, bagi profil sosioekonominya jantina dan bilangan isi rumah masing-masing memperoleh keputusan analisis yang juga tidak signifikan.

Kesanggupan membeli

Keputusan regresi probit menunjukkan responden Melayu mempunyai kebarangkalian yang tinggi ($p < 0.05$) untuk membeli beras Maswangi (*Jadual 4*). Bagaimanapun perkaitan signifikan yang negatif ditunjukkan dalam dua pemboleh ubah yang lain. Semakin tinggi penggunaan beras kualiti tinggi (HQR) semakin kurang kebarangkalian kesanggupan mereka untuk membeli Maswangi ($p < 0.1$). Keadaan ini mungkin disebabkan pengguna beras kualiti tinggi telah dapat membezakan Maswangi dengan beras HQR yang mereka ambil dari segi ciri-ciri beras yang menjadi keutamaan mereka.

Model regresi juga menunjukkan semakin ramai ahli keluarga seseorang semakin kurang kesanggupan mereka membeli Maswangi ($\alpha = 0.1$). Keadaan ini mungkin mempunyai hubung kait dengan belanjawan bulanan isi rumah untuk makanan yang terhad, harga Maswangi itu sendiri dan pilihan dari beras HQR yang lain.

Faktor lain seperti kuantiti penggunaan beras biasa, kekerapan mengambil makanan segera, pendapatan dan jantina walaupun mempunyai sedikit pengaruh tetapi tidak signifikan untuk menentukan kemungkinan kesanggupan membeli beras Maswangi. Penggunaan Maswangi untuk pelbagai jenis masakan (nasi lemak, nasi beriani, nasi biasa) juga dianggap mempengaruhi tanggapan responden terhadap beras Maswangi.

Pandangan responden terhadap ciri-ciri beras Maswangi

Analisis seterusnya berkaitan dengan pendapat responden terhadap ciri-ciri fizikal beras Maswangi. Dengan cara ini, penjana teknologi dapat mengetahui ciri-ciri fizikal yang utama pada beras tersebut. Terdapat sembilan ciri fizikal yang dinyatakan di dalam borang kaji selidik iaitu seroi, tidak

Jadual 4. Model probit untuk kebarangkalian kesanggupan membeli beras Maswangi

Pemboleh bersandar: Kebarangkalian membeli Maswangi		
Pemboleh ubah bebas	Nilai β	Nilai Z
Konstan	0.383	0.771
Bangsa**	0.906	2.322
Penggunaan beras biasa (kg/bulan)	0.015	1.298
Kekerapan pengambilan makanan segera sebulan	0.013	0.646
Penggunaan beras kualiti tinggi (HQR) (kg/bulan)*	-0.411	-1.956
Pendapatan (RM/bulan)	0.090	0.833
Bilangan isi rumah (orang)*	-0.111	-1.791
Jantina	-0.038	-0.191
McFadden R-squared	=	0.1532
S.E. of regression	=	0.382
Log likelihood	=	-113.194
Statistik LR	=	12.721*
Peratus Ramalan Benar	=	70.01%

**Signifikan pada $p < 0.05$; *Signifikan pada $p < 0.1$

Jadual 5. Min ciri-ciri beras mengikut susunan tertinggi

Ciri-ciri beras	Min	Kumpulan
Tidak melekit	2.74a	1
Kurang kanji	2.66ba	2
Bujur & panjang	2.63bc	
Seroi	2.63bc	
Wangi ketika masak	2.53dc	3
Lebih lembut	2.52d	
Kejernihan beras	2.48d	
Nasi 2 kali ganda	2.43d	
Wangi ketika makan	2.32e	4
Min	2.55	
Signifikan	*	
Pekali pemboleh ubah (%)	4.9	

*Signifikan pada $p < 0.05$

Min lajur dengan huruf yang sama tidak mempunyai perbezaan yang signifikan pada $p = 0.05$

melekit, wangi ketika makan, wangi ketika masak, lebih lembut, kurang kanji, bentuk beras bujur dan panjang, kejernihan beras, dan hasil nasi dua kali ganda.

Jadual 5 menunjukkan analisis perbezaan min dan ujian Duncan terhadap ciri-ciri tersebut untuk mengetahui turutan pilih ciri-ciri tersebut dengan 1 = Tidak baik, 2 = Sederhana dan 3 = Sangat baik. Secara amnya, kesemua profil sosioekonomi memilih ciri-ciri yang sama dari turutan sangat baik hingga tidak baik. Walau bagaimanapun, mengikut ujian Duncan perbezaan antara ciri adalah signifikan dengan empat kumpulan yang dihasilkan iaitu kumpulan 1 (tidak melekit), kumpulan 2 (kurang kanji, bujur dan panjang, seroi), kumpulan 3 (wangi ketika masak, lebih lembut, kejernihan beras) dan kumpulan 4 (wangi ketika makan). Ini bermakna ciri tidak melekit merupakan ciri yang paling disetujui manakala ciri wangi ketika makan ialah ciri yang paling kurang disetujui oleh responden.

Ciri-ciri beras pilihan pengguna

Salah satu maklumat penting yang diperolehi daripada kajian ini ialah ciri beras yang menjadi pilihan pengguna. Secara umumnya,

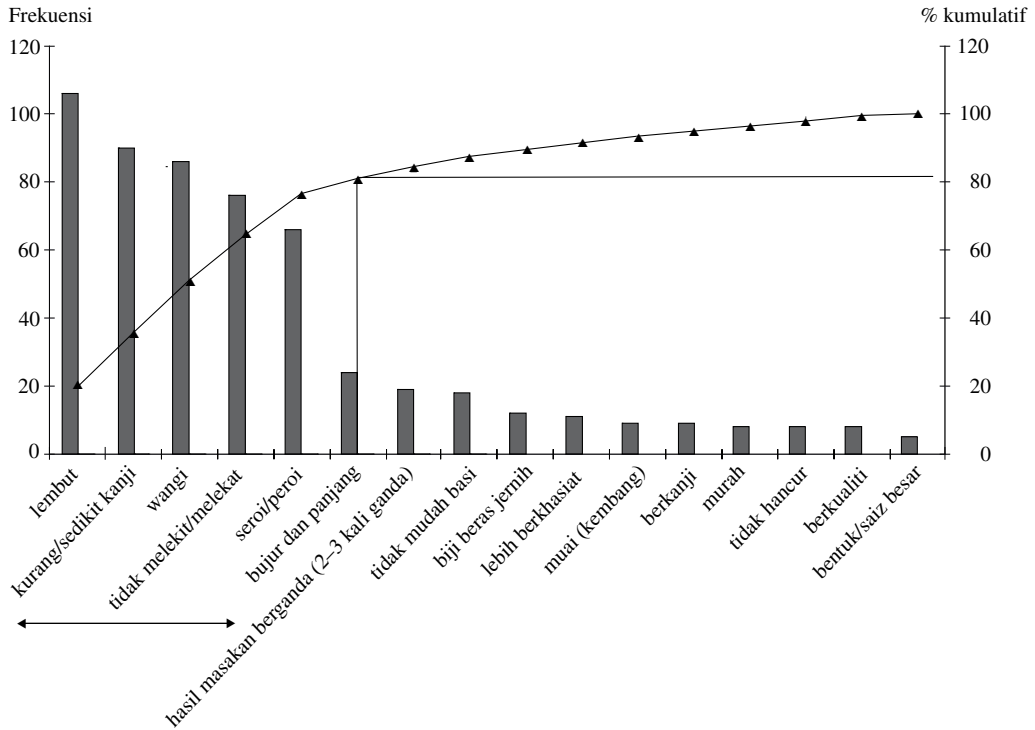
ciri pilihan utama responden daripada kajian ini ialah beras yang lembut, kurang kanji dan wangi. Selain itu, responden juga suka akan ciri tidak melekit, bujur dan panjang, dan seroi pada sesuatu jenis beras.

Pilihan responden dinyatakan pada carta Pareto dengan 80% daripada pilihan responden memilih hanya lima ciri yang dinyatakan di atas (*Rajah 1*). Carta Pareto menggunakan prinsip 80–20 dengan pilihan yang menyumbang kepada 80% daripada keseluruhan pilihan merupakan pilihan utama (*vital few*) yang perlu diambil perhatian berbanding dengan pilihan sampingan (*trivial many*) yang hanya menyumbang 20% daripada keseluruhan pilihan. Maka, pembiak baka padi boleh menumpukan hanya kepada lima ciri ini sebagai panduan dalam menghasilkan varieti baru padi untuk pengguna tempatan.

Apabila dibandingkan dengan kajian sebelumnya, didapati wujud perbezaan ciri-ciri beras pilihan pengguna antara kajian ini dengan kajian oleh Nik Fuad dll. (1999) kecuali ciri beras yang panjang (bujur dan panjang). Ini mungkin disebabkan perubahan gaya hidup yang telah meningkat dalam jangka masa 5 tahun.

Kesimpulan

Bangsa Melayu, pengguna harian beras biasa dan bilangan isi rumah yang rendah merupakan profil sosioekonomi pengguna yang menggemari dan sanggup bertukar kepada beras Maswangi. Selain itu, pengguna beras biasa yang berkemungkinan tidak pernah makan beras HQR atau jarang-jarang mengambilnya boleh membeli beras Maswangi dengan harga yang lebih rendah berbanding dengan beras HQR yang lain di pasaran. Promosi beras Maswangi lebih sesuai ditujukan kepada keluarga dengan bilangan isi rumah yang kecil kerana mereka lebih sanggup membeli beras ini berbanding dengan keluarga yang mempunyai tanggungan yang ramai. Oleh itu, segmen pasaran untuk beras ini seharusnya ditumpukan kepada profil demografi yang dinyatakan tersebut.



Rajah 1. Carta Pareto ciri-ciri beras pilihan

Dari segi harga pula, RM2.43/kg ialah harga purata yang dicadangkan oleh responden. Ini bermakna kedudukan harga beras Maswangi ini tidaklah setinggi harga beras HQR dan tidaklah serendah harga beras biasa yang ada di pasaran. Ciri-ciri yang ada pada beras Maswangi yang dipersetujui oleh responden ialah ciri tidak melekit dan kurang kanji kerana mempunyai min skor yang tinggi berbanding dengan ciri-ciri lain. Disebabkan kebanyakan responden menyatakan beras Maswangi mempunyai ciri kurang kanji yang bersamaan dengan beras Basmathi Ponni di pasaran maka beras Maswangi ini boleh menjadi pengganti kepada beras Ponni dengan harga yang jauh lebih rendah daripada beras Ponni. Oleh itu, ciri-ciri ini boleh dijadikan faktor pelaris untuk menarik pengguna membelinya.

Penambahbaikan perlu dilakukan terhadap ciri wangi ketika makan kerana kesemua responden tidak merasakan ciri tersebut ada pada beras Maswangi apabila

menikmati beras tersebut. Daripada kajian ini juga, dapat dilihat bahawa beras Maswangi ini bukanlah menjadi beras pilihan untuk makan harian berdasarkan ciri-ciri beras pilihan yang ditunjukkan dalam *Rajah 1*. Pengguna lebih gemar beras yang lembut sebagai pilihan utama dan ciri ini adalah sebaliknya pada beras Maswangi. Ini bertepatan dengan cadangan daripada penjana teknologi itu sendiri yang mencadangkan beras Maswangi ini sesuai untuk nasi goreng, nasi minyak dan nasi lemak (Asfaliza 2005). Walau bagaimanapun, kelebihan yang ada pada beras ini ialah ciri seroi dan kurang kanji.

Ciri seroi adalah daripada beras Basmathi dan ciri kurang kanji adalah daripada beras Ponni. Oleh sebab itu gabungan kedua-dua ciri beras ini menjadikan beras ini sangat istimewa dan boleh dijual pada segmen pasaran pengguna beras Ponni dan pengguna beras Basmathi. Hasil daripada kajian ini akan dapat membantu penjana teknologi

khususnya penjana varieti padi baru untuk menghasilkan varieti yang menepati cita rasa bukan sahaja untuk penduduk Malaysia bahkan secara khususnya untuk segmen pasaran tertentu mewakili pelbagai latar belakang sosioekonominya di Malaysia.

Penghargaan

Pengarang ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada Y.M. Tengku Mohd. Ariff Tengku Ahmad, Pn. Raziah Mat Lin dan Tn. Hj. Abu Kasim Ali kerana dorongan dan penyemakan artikel ini. Terima kasih juga diucapkan kepada Cik Fadhilah Annaim Huda Hashim, Pn. Norhafizah Abdul Karim dan En. Alam Abdul Rahman kerana membantu dalam proses analisis dan menjalankan kajian selidik.

Abstract

Maswangi or MRQ 74 is a high quality rice (HQR) variety developed by MARDI and was released in 2005. A study of getting a response from the future consumer was done to improve this variety. A positive result showed that 79% of respondents were willing to shift to Maswangi and majority of them were normal rice consumers. Market segments for this Maswangi were the Malays and from small number of households. Suggested price is relatively low, approximately RM2.43/kg. Degree of fragrance in Maswangi needs to be improved based on the consumer's need. Selling points of this rice, which are non-sticky and low starch, can be considered as substitute to Ponny and Basmathi rice in the market.

Rujukan

- Ajimilah, N.H., Teo, G.K., Ibni Hajar, R., Yap, B.H. dan Khalid, S. (2000). *Penerimaan beras Mutan Mahsuri di Sarawak*. (Laporan MARDI No. 194). Kuala Lumpur: MARDI
- Ajimilah, N.H., Yap, B.H., Ibni Hajar, R., Mohd. Aris, J. dan Khalid, S. (1995). *Survei beras yang bermutu tinggi/istimewa*. (Laporan MARDI No. 178). Kuala Lumpur: MARDI
- Asfaliza, R. dll. (2005). Maswangi – New aromatic rice variety. Poster sempena MARDI Science & Technology Exhibition 2005, Melaka. Penganjur: MARDI
- Gujarati, D.M. (2003). *Basic Econometrics* Ed. Ke-4. West Point: USA Military Academy
- MOA (1998). *Third National Agricultural Policy (1998–2010)*. Kuala Lumpur: Kementerian Pertanian Malaysia
- ____ (2004). *Final Report The Review of Paddy and Rice Industry in Malaysia*. Kuala Lumpur: Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia
- Nik Fuad, N.M.K, Syed Abdillah, S.A., Md. Yunus, J., Normiyah, R. dan Ajimilah, N.H. (1999). *Assessing quality attributes of Sarawak high quality rice in retail market*. (MARDI Special Report). Serdang: MARDI

Lampiran 1. Perbezaan harga Maswangi dengan beras lain di pasaran*

Jenis beras	Harga jualan runcit/kg (RM)	Harga jualan pasar raya terkemuka/ kg (RM)
Jati Super Special Tempatan	2.50	1.87
Floral Siam Special	2.40	1.90
Faiza Emas Super Special Tempatan	2.38	1.95
Jasmine Special Tempatan	2.33	1.98
Saga Super Special Tempatan	2.25	1.99
Jasmine Super Special Tempatan	2.49	2.07
Thai King	2.60	2.08
Cap Rambutan Super Special Tempatan	2.38	2.15
Maswangi MR Q74		2.43
(harga yg dicadang pengguna)		
Jasmine Pearl Super Wangi	3.49	2.82
Naga Merak Wangi AAA	3.88	2.93
Floral Wangi AAA Thailand	3.65	2.95
Jasmine Sunwhite Super Import AAA	3.98	3.10
Faiza Kashmir Basmathi	3.52	3.26
Sakura Basmathi Kohinoor	3.88	3.30
Super Wangi AAA Naga Mutiara	3.98	3.43
OEL Bird of Paradise AAA	3.98	3.48
Origanum Thai Fragrance Sakura	4.06	3.56
Jasmine Peacock Basmathi	4.60	3.60
Faiza Moghul Basmathi	7.00	6.50

*Pemerhatian oleh penulis pada Oktober 2007