



Analisis Persepsi Konsumen Beras di Kecamatan Padang Timur Kota Padang

Analysis of Consumer Perceptions of Rice in The Eastern Padang Sub-District

Rahyuni^{1*}, Melinda Noer², Yusmarni³

¹Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Andalas

¹Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Andalas

¹Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Andalas

Email koresponden: azaleapradana@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Padang Timur, Kota Padang pada bulan Oktober – November 2019. Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan karakteristik konsumen beras, menganalisis proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen dalam pembelian beras dan menganalisis persepsi konsumen terhadap beras di Kecamatan Padang Timur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Pengambilan sampel dilakukan secara *accidental sampling*. Data analisa secara deskriptif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen sebagai responden yang dijumpai penelitian ini sebagian besar perempuan, berumur usia produktif dan sudah berumah tangga dengan pendapatan kecil dari Rp. 2.5 jt/ bulan. Hasil untuk tujuan kedua, bahwa proses keputusan pembelian konsumen terdapat lima tahap yaitu: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian alternative, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Hasil untuk tujuan ketiga, bahwa persepsi konsumen terhadap beras berdasarkan pengolahan data dengan *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan bahwa kinerja yang harus segera ditingkatkan adalah warna alami beras.

Kata kunci: Karakteristik konsumen, proses pengambilan keputusan, persepsi konsumen

Abstract

This research was conducted in the District of Padang Timur, Padang City, conducted in October - November 2019, this study aims to describe the characteristics of rice consumers, analyze the decision-making process by consumers in purchasing rice, and analyze consumer perceptions of rice in the District of East Padang. The method used in this research is a survey. Sampling was done by accidental sampling. Data analysis is descriptive and quantitative. The results showed that the characteristics of rice consumers in the District of East Padang differed, in terms of gender, age, education, status, number of members, and income. The results for the second goal, that the consumer purchasing decision process there are five stages, namely: introduction of needs, information search, alternative assessment, purchasing decisions, and post-purchase behavior. The results for the third objective, that consumers' perception of rice based on data processing by IPA shows that the performance that must be immediately improved is the natural color of rice.

Keywords: Consumer characteristics, consumer perception, decision-making process

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang dengan sektor pertanian sebagai sumber mata pencarian dari mayoritas penduduknya dengan demikian, sebagian besar penduduknya menggantungkan hidup pada sektor pertanian. Sektor pertanian itu sendiri terbagi dalam berbagai subsektor yang dikelompokkan berdasarkan jenis tanaman yaitu subsektor tanaman pangan, subsektor tanaman hortikultura, serta subsektor tanaman perkebunan. Beras merupakan pangan yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Beras menjadi sangat penting di Indonesia karena 90 persen masyarakat Indonesia mengonsumsi beras (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2013). Pemilihan beras untuk dikonsumsi dalam pemenuhan asupan sehari-hari tergantung pada selera konsumen. Konsumen adalah pribadi seseorang yang mendorong keinginan untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai suatu tujuan (Setiadi, 2003). Keinginan individu untuk mencapai tujuan atau pengambilan suatu keputusan akan di dasari oleh motivasi dan juga persepsi (Imancezar, 2011).

Selama ini pemerintah berusaha keras pada peningkatan kuantitas dan produktivitas beras untuk mencukupi kebutuhan dalam negeri dengan menyusun strategi kementerian pertanian dalam mewujudkan swasembada beras nasional (Kementerian Pertanian, 2021). Namun selain peningkatan kuantitas, preferensi dan kepuasan yang terus berkembang menuntut adanya peningkatan pada kualitas beras yang selama ini dikonsumsi. Untuk menghasilkan beras yang sesuai dengan harapan konsumen, langkah awal yang harus diperhatikan produsen adalah pengetahuan mengenai perilaku konsumen. Pengetahuan mengenai persepsi perlu dilakukan agar setiap keputusan yang diambil tidak bertentangan dengan harapan konsumen, mengingat semua keputusan konsumsi ada ditangan konsumen. Sedangkan pengetahuan mengenai kepuasan konsumen perlu diketahui agar dapat

ditingkatkan kinerja produk yang dinilai konsumen masih kurang memuaskan.

Kota Padang sebagai ibukota Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu daerah kota terbesar di Wilayah Sumatera Barat dan memiliki penduduk terbanyak diantara kota yang ada di Provinsi Sumatera Barat. Kota Padang memiliki 11 kecamatan antara lain: Bungus Teluk Kabung, Lubuk Kilangan, Lubuk Begalung, Padang Selatan, Padang Timur, Padang Barat, Padang Utara, Nanggalo, Kuranji, Pauh, dan Koto Tangah. Kecamatan Padang Timur adalah kecamatan yang paling padat penduduknya diantara kecamatan lainnya, sehingga dinamika permintaan terhadap beras tentu juga lebih tinggi. Keragaman yang tercipta tentu mempengaruhi masyarakat di kecamatan tersebut dalam pengambilan keputusan konsumsi suatu produk, termasuk konsumsi beras. Berdasarkan permasalahan di atas, maka dirasa perlu dilakukan suatu penelitian tentang Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Beras di Kecamatan Padang Timur. Oleh karena itu timbul pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen beras?
2. Bagaimana proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen dalam pembelian beras?
3. Bagaimana persepsi konsumen terhadap beras di Kecamatan Padang Timur?

Tujuan penelitian yaitu:

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen beras di Kecamatan Padang Timur.
2. Menganalisis proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen dalam pembelian beras.
3. Menganalisis persepsi konsumen terhadap beras di Kecamatan Padang Timur Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengonsumsi dan melakukan pembelian beras organik di Kecamatan Padang Timur.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini—dilaksanakan di Kecamatan Padang Timur Kota Padang. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan alasan Kecamatan Padang Timur merupakan kecamatan yang paling padat penduduknya . Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Menurut (Nazir, 2009), metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Jenis penelitian deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*. Menurut Singarimbun (1995) menjelaskan bahwa metode *survey* merupakan penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari konsumen yang membeli dan konsumsi beras di Kecamatan Padang Timur dengan cara pengamatan dan wawancara. Data sekunder adalah data atau informasi yang diperoleh dari instansi-instansi yang terkait dengan penelitian. Variabel yang diamati dalam penelitian ini dilakukan dengan pengelompokan sesuai tujuan penelitian. Tujuan pertama, mendeskripsikan karakteristik konsumen beras di Kecamatan Padang Timur dengan mengamati nama, usia, jenis kelamin, status pernikahan, jumlah tanggungan, pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan per bulan. Variabel yang diamati dari tujuan kedua, menganalisis proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen dalam pembelian beras. Tahap-tahap dalam proses keputusan pembelian konsumen terdapat Lima tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Tujuan ketiga yaitu menganalisis persepsi konsumen terhadap beras di Kecamatan Padang Timur. Untuk menganalisis persepsi terhadap beras dapat dilihat dengan variabel yaitu kepulenang nasi, aroma nasi, warna alami beras, jenis/varietas beras, daya tahan beras, harga beras,

tempat pembelian beras, kemudahan memperoleh beras, kemasan beras.

Metode analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2015). Analisis deskriptif digunakan untuk mendapatkan gambaran tentang identitas dan latar belakang konsumen secara keseluruhan serta untuk mengetahui proses pengambilan keputusan konsumen.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kuisisioner

Uji Validitas

Dalam melakukan analisis data, penulis mengukur validitas instrument dengan menggunakan teknik rumus *product moment* dari *karl pearson*:

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(n\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{(n\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r = Reliabilitas
- n = jumlah responden
- X = skor variabel
- Y = skor total variabel

Dengan kriteria:

- a. Jika $hit r > tab r$ maka instrumen dikatakan valid
- b. Jika $hit r < tab r$ maka instrumen dikatakan tidak valid

Suatu data dapat dikatakan valid apabila nilai *Corrected Item Total* (r) lebih besar dari 0,361 (Sugiyono, 2013: 373).

Uji Reliabilitas

Dalam Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach's* sebagai berikut dibawah ini:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left| \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right|$$

Keterangan:

- r_{ii} : reliabilitas instrument
- k : banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$: jumlah varian butir
- σ_t^2 : Varian total

Jika nilai Cronbach Alpha mendekati 1 atau >0.60 maka pengukuran yang digunakan reliabel yakni jawaban responden akan cenderung sama walaupun diberikan pada responden yang berbeda (Sugiyono, 2015).

Importance Performance Analysis (IPA)

Metode ini membandingkan antara *performance* dengan *importance*. *Performance* menunjukkan tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk, sedangkan *importance* menunjukkan tingkat kepentingan suatu atribut bagi konsumen (Ernanda, 2015)

Untuk menghitung rata-rata per atribut digunakan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan :

- \bar{X} = rata-rata tingkat kinerja atribut produk
- \bar{Y} = rata-rata kepentingan atribut produk
- n = jumlah atribut

$\sum Xi$ = total skor tingkat kinerja atribut dari seluruh responden

$\sum Yi$ = total skor tingkat kepentingan atribut dari seluruh responden

Untuk menghitung rata-rata total skor tingkat kinerja dan tingkat kepentingan maka digunakan rumus, yaitu:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan :

- \bar{X} = skor rata-rata tingkat kinerja atribut produk
- \bar{Y} = skor rata-rata kepentingan atribut produk
- n = jumlah atribut

$\sum Xi$ = total skor tingkat kinerja atribut dari seluruh responden

$\sum Yi$ = total skor tingkat kepentingan atribut dari seluruh responden

Hasil dari skor rata-rata tersebut kemudian dipetakan ke dalam rentang skala yang mempertimbangkan informasi interval. Menurut Simamora dalam Sari (2015) rumus interval yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

$$Interval = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{banyak kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Daerah Penelitian

Kecamatan merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kota Padang. Secara Geografis Kecamatan Padang Timur terletak pada 0 58', 4° Lintang Selatan dan 100°21'11" Bujur Timur. Kecamatan Padang Timur memiliki luas daerah 16,06 km² dan terdiri dari 10 kelurahan diantaranya : Sawahan, Gantiang

Tabel 1. Rentang skala rata-rata Penilaian Responden Terhadap Atribut

Rentang Skala	Penilaian	
	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
1.00-1.80	Sangat Rendah	Sangat Buruk
1.80-2.60	Rendah	Buruk
2.60-3.40	Cukup Tinggi	Cukup Bagus
3.40-4.20	Tinggi	Bagus
4.20-5.00	Sangat Tinggi	Sangat Bagus

Sumber: Simamora (2004)

Parak Gadang, Parak Gadang Timur, Kubu Marapalam, Kubu Dalam Parak Karakah, Andalas, Simpang Haru, Sawahan Timur, Jati Baru dan Jati. Penduduk Kecamatan Padang Timur pada tahun 2017 terdapat sebanyak 79.469 jiwa. Secara umum, penduduk Perempuan masih lebih banyak dari pada penduduk Laki-laki. Jumlah penduduk Perempuan sebanyak 39.921 jiwa dan penduduk Laki-laki sebanyak 39.548 jiwa.

Karakteristik Konsumen

Pada Tabel 2 terlihat bahwa konsumen yang

membeli beras di pasar tradisional dan Budiman Swalayan adalah perempuan yaitu sebesar 93,3 %, sedangkan laki-laki 6,7 %. Sebagian besar perempuan tersebut adalah ibu rumah tangga dan mahasiswa yang memenuhi dan membeli beras untuk keluarga maupun untuk sendiri. Dari Tabel diatas terlihat bahwa pada umumnya karakteristik responden berada pada usia 17-35 tahun, yaitu sebesar 56,7 % dan pada usia 36-64 tahun, yaitu sebesar 43,3%. Pada kelompok usia tersebut responden telah memiliki karir dan pendapatan yang layak, oleh karena itu mereka cenderung membeli

Tabel 2. Karakteristik Responden Terhadap Beras di Kecamatan Padang Timur

No	Karakteristik	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	Laki-Laki	2	6,7
	Perempuan	28	93,3
2	Umur		
	17-35 tahun	17	56,7
	36-64 tahun	13	43,3
	>65 tahun	-	-
3	Status		
	Sudah Menikah	19	63,3
	Belum Menikah	11	36,7
4	Tanggungan		
	0	11	36,7
	1	1	3,3
	2	10	33,3
	3	3	10,0
	4	5	16,7
5	Pendidikan		
	SMP	2	6,7
	SMA	14	46,7
	D3	1	3,3
	S1	13	43,3
6	Pekerjaan		
	Ibu Rumah Tangga	11	36,7
	Wiraswasta	1	3,3
	PNS	4	13,3
	Mahasiswa/Pelajar	8	26,7
	Pegawai Swasta	4	13,3
	Lainnya	2	6,7
7	Penghasilan		
	<500.000	1	3,3
	500.000-1.500.000	8	26,7
	1.500.000-2.500.000	12	40,0
	2.500.000-3.500.000	8	26,7
	>3.500.000	1	3,3

beras yang berkualitas sesuai persepsi konsumen.

Karakteristik konsumen beras yang menikah sebesar 63,3 % dan belum menikah 36,7%. Hal ini disebabkan orang yang sudah menikah cenderung akan meminta beras lebih banyak, karena memiliki anggota keluarga yang lebih banyak. Karakteristik responden berdasarkan jumlah tanggungan adalah tidak mempunyai tanggungan sebesar 36,7% dan yang terkecil 3,3% yaitu memiliki 1 tanggungan. Karakteristik responden beras berdasarkan tingkat pendidikan mayoritas memiliki pendidikan terakhir pada tingkat SMA yaitu sebesar 46,7%. Tingkat pendidikan SMA sudah mampu menilai sesuatu dengan baik terhadap produk yang akan mereka konsumsi.

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yaitu ibu rumah tangga sebesar 36,7% dan terendah adalah wiraswasta 3,3 %. Menunjukkan bahwa pekerjaan responden mempengaruhi keputusan pembelian beras. Berdasarkan penghasilan karakteristik konsumen beras adalah Rp 1.500. 000,00-2.500.000,00 sebesar 40,0%. Dalam penelitian jumlah penghasilan yang dimaksud jumlah penghasilan perbulan, apabila responden tidak memiliki pekerjaan tetap maka penghasilan yang dimaksud adalah uang saku yang diterima selama satu bulan. Jumlah pendapatan menggambarkan besarnya daya beli seorang konsumen. Daya beli akan menggambarkan banyaknya produk dan jasa yang bias dibeli dan dikonsumsi seorang konsumen dan seluruh anggota keluarganya (Sumarwan, 2011).

Uji Validitas dan-Reliabilitas

Dilihat dari 9 indikator yang ditentukan pada pengukuran persepsi semua indikator dinilai valid yaitu >0.361 (Sugiyono, 2013:373). Selanjutnya uji realibilitas, jika nilai Cronbach Alpha mendekati 1 atau >0.60 maka pengukuran yang digunakan reliable yakni jawaban responden akan cenderung sama walaupun diberikan pada responden yang berbeda (Sugiyono, 2013). Dihasilkan nilai 0,670 untuk tingkat kepentingan dan 0,810 untuk tingkat kinerja.

Proses Keputusan Pembelian Konsumen

Keputusan mengkonsumsi beras oleh responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

Pengenalan Kebutuhan

Berdasarkan tabel diatas sebagian besar responden mengkonsumsi beras dengan memperhatikan manfaat hedonis, yaitu karena sudah kebiasaan sebesar 80,0%. Ini berarti responden beranggapan bahwa tindakan mengkonsumsi beras dibandingkan bahan pangan pokok lainnya adalah karena budaya Indonesia yang terbiasa mengkonsumsi nasi untuk memenuhi kebutuhan karbohidrat.

Tabel 3. Motivasi/Alasan Responden Mengkonsumsi Beras dalam Pemenuhan Karbohidrat

Alasan	Jumlah responden	Persentase (%)
Faktor rasa	2	6,7
Mudah didapat	0	0
Harga terjangkau	0	0
Prestise	0	0
Kebiasaan	24	80,0
Mudah diolah	0	0
Kandungan gizi	4	13,3
Lainnya	0	0
Total	30	100,0

Ternyata perilaku konsumsi responden sesuai dengan budaya masyarakat Indonesia yang makan tiga kali sehari. Hal ini ditunjukkan oleh jumlah responden dengan frekuensi mengkonsumsi nasi tiga kali dalam sehari (yakni sebanyak 70,0% responden). Hal ini menunjukkan kebutuhan konsumsi beras masyarakat

Tabel 4. Frekuensi Responden mengkonsumsi Nasi Dalam Sehari

Frekuensi	Jumlah Responden	Persentase (%)
Satu kali sehari	0	0
Dua kali sehari	7	23,3
Tiga kali sehari	21	70,0
Lebih dari tiga kali sehari	2	6,7
Total	30	100,0

Kecamatan Padang Timur masih tinggi.

Pencarian Informasi

Tabel 5. Sumber Informasi Tentang Beras Yang Akan Dibeli

Sumber Informasi	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pejual/tempat membeli	17	56,6
Teman/kenalan	2	6,7
Iklan	0	0
Keluarga	11	36,7
Diri sendiri	0	0
Lainnya	0	0
Total	30	100,0

Umumnya responden mendapatkan informasi tentang beras yang akan dibeli adalah dari penjual (pedagang tempat responden membeli beras). Responden selalu bertanya kepada penjual beras mana beras yang bagus dan paling banyak diminta. Hal ini didukung dengan data lapangan yang menunjukkan bahwa sumber informasi tentang beras didominasi oleh penjual beras. Total responden yang menyatakan hal tersebut sebesar 56,7 persen.

Tabel 6. Sumber Informasi Tentang Pengalaman Pribadi

Sumber Informasi	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pejual/tempat membeli	8	26,7
Teman/kenalan	0	0
Iklan	10	33,3
Keluarga	12	40,0
Diri sendiri	0	0
Lainnya	0	0
Total	30	100,0

Sumber informasi terbanyak diperoleh dari penjual, namun informasi yang paling dipercaya responden adalah informasi yang berasal dari diri sendiri 40,0 persen. Alasannya adalah responden lebih percaya pada pengalaman pribadi yang telah masuk kedalam ingatan mengenai beras apa yang mereka konsumsi setiap hari.

Penilaian Alternatif

Tabel 7. Total Nilai Terhadap Variabel-Variabel Awal Yang Dipertimbangkan Responden Sebelum membeli Beras

Variabel Awal	Nilai Total	Persentase (%)
Kepulenan Nasi	99	7,0
Aroma Nasi	121	9,0
Warna Alami Beras	131	10
Jenis/Varietas Beras	104	8,0
Daya Tahan Beras	124	9,0
Harga Beras	163	12
Tempat Pembelian beras	122	9,0
Kemudahan Mendapat Beras	219	16
Kemasan Beras	267	20
Total	1350	100

Setelah didapat nilai total untuk setiap atribut dan nilai total keseluruhan, lalu dicari persentasenya untuk setiap atribut. Ini dilakukan agar dapat diketahui lebih jelas perbandingan setiap variable.

Tabel 8. Urutan Variabel-variabel Awal Dipertimbangkan Responden Sebelum Membeli Beras

Variabel Awal	Urutan Variabel-variabel Yang Dipertimbangkan
Kepulenan Nasi	1
Aroma Nasi	3
Warna Alami Beras	6
Jenis/Varietas Beras	2
Daya Tahan Beras	5
Harga Beras	7
Tempat Pembelian beras	4
Kemudahan Mendapat Beras	8
Kemasan Beras	9

Keputusan Pembelian

Alasan responden mengkonsumsi beras domestik berdasarkan hasil wawancara adalah karena responden merasa beras domestik memiliki kelebihan dibandingkan beras impor baik dari segi harga, kualitas dan kemudahan mendapatkannya.

Berdasarkan Tabel 10, sebanyak 60 persen responden menyatakan merencanakan pembelian beras

Tabel 9. Jenis Beras Yang Dikonsumsi Responden

Jenis Beras	Jumlah Responden	Persentase (%)
Beras Domestik	30	100
Beras Impor	0	0
Total	30	100

sepenuhnya dengan menetapkan kriteria varietas, atau harga tertentu. Sedangkan 40 persen responden menyatakan membeli beras tergantung situasi.

Tabel 10. Cara responden Memutuskan Pembelian Beras

Cara memutuskan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Terencana	18	60
Tergantung situasi	12	40
Mendadak	0	0
Total	30	100

Secara keseluruhan, 60 persen responden beras menyatakan anak daro sebagai beras yang paling sering dikonsumsi. Sedangkan 23,3 persen dan 13,3 persen lainnya yaitu soka dan Ir 42. Selebihnya beras yang dikonsumsi oleh responden adalah pandan wangi sebesar 3,7 persen.

Tabel 11. Varietas Beras Yang Sering Dikonsumsi Responden

Varietas	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
Ir 42	4	13,3
Soka	7	23,3
Anak Daro	18	60,0
Ciredek	0	0
Pandan wangi	1	3,7
Beras Organik	0	0
Beras Impor	0	0
Lainnya	0	0
Total	30	100

Dari tempat penelitian alasan yang dikemukakan oleh responden mengenai alasan memilih tempat tersebut untuk membeli beras adalah karena kualitas

Tabel 12. Pertimbangan Utama Responden Membeli Beras di Pasar Tradisional dan Budiman Swalayan

Alasan	Jumlah Responden (%)	Persentase (%)
Dekat Tempat Tinggal	8	26,7
Pelayanan Memuaskan	3	10,0
Suasana Berbelanja Nyaman	0	0
Produk Selalu Tersedia	8	26,7
Kualitas Terjamin	11	36,6
Total	30	100

beras dari masing-masing tempat yang dibeli responden sangat baik. Alasan lainnya yaitu jaraknya yang tidak terlalu jauh dari tempat tinggal untuk pembelian di pasar tradisional dan Budiman Swalayan, produk selalu tersedia dan pelayanan yang memuaskan.

Perilaku Setelah Pembelian

Tabel 13. Perlakuan Responden Apabila Beras Yang Diinginkan Tidak Tersedia

Perlakuan	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
Membeli beras jenis lain di tempat yang sama	22	73,3
Mencari beras yang sama di tempat lain	8	26,7
Tidak jadi membeli/menunda	0	0
Total	30	100

Perlakuan responden apabila beras yang diinginkan tidak tersedia di tempat pembelian disajikan pada Tabel 13. Sebanyak 73,3 persen akan membeli beras yang ada di tempat yang sama, sedangkan 26,7 persen akan membeli beras yang diinginkan ke tempat yang lain.

Sebagian besar menjawab tidak terpengaruh dan akan terus mengkonsumsi beras yang sama (66,7 persen). Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pendapatan, maka semakin tidak terpengaruh pada

perubahan harga beras. Sisanya (33,3 persen) akan mengganti dengan beras yang lebih murah namun harus tetap beras.

Tabel 14. Perilaku Konsumen Beras Apabila Harga Beras Naik

Jangka Waktu	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
Membeli pangan pokok lain	0	0
Tetap membeli beras dengan harga lebih murah	10	33,3
Tetap membeli beras yang sama (tidak terpengaruh)	20	66,7
Total	30	100

Persepsi Konsumen Terhadap Beras di Kecamatan Padang Timur

Dapat dilihat pada tabel *performance* dan *importance* berikut ini:

Performance

Berdasarkan Tabel 16 nilai rata-rata tingkat kinerja konsumen yang berada diatas nilai rata-rata adalah sebanyak 4 atribut. Atribut dengan nilai tertinggi diambil dari harga beras (4,333), daya tahan beras

untuk disimpan (4,233), varietas beras (4,067) dan aroma nasi (3,967). 5 atribut lainnya memiliki nilai di bawah nilai rata-rata dengan nilai terendah didapat dari atribut kemasan beras (3,233).

Importance

Berdasarkan hasil perhitungan Tabel 16 skor rata-rata tingkat kepentingan konsumen beras yang berada di atas total rata-rata 3,837 sebanyak 5 atribut, dimulai dari atribut yang tertinggi adalah harga beras (4,533), daya tahan beras untuk disimpan (4,400), aroma nasi (4,000), varietas beras (4,000) dan warna alami beras (3,767). 4 atribut yang lain merupakan atribut di bawah rata-rata. Nilai terendah di dapat dari atribut kemasan beras.

Diagram kartesius berfungsi untuk melihat pembagian prioritas atribut mana yang dianggap paling efektif dan kurang efektif. Dibawah ini akan dipetakan masing-masing atribut untuk mengetahui posisi masing-masing atribut dalam diagram kartesius.

a. Kuadran I

Atribut-atribut yang terdapat di kuadran I menunjukkan bahwa kepentingan dari atribut produk tersebut tinggi namun kinerjanya rendah, hal ini menimbulkan rasa tidak puas bagi konsumen

Tabel 15. Tabulasi Jawaban Responden Terhadap *Performance* beras di Kecamatan Padang Timur

Atribut	jawaban responden (orang)					Tingkat Kinerja	Rata-rata
	1	2	3	4	5		
kepulauan nasi	0	4	5	15	6	113	3,767
aroma nasi	0	0	6	19	5	119	3,967
warna alami beras	0	0	10	16	4	114	3,800
nama jenis;/varietas beras	0	0	2	23	5	122	4,067
daya tahan beras untuk disimpan	0	0	4	15	11	127	4,233
harga beras	0	0	4	12	14	130	4,333
tempat pembelian beras	0	2	10	14	4	110	3,667
kemudahan memperoleh beras	0	1	19	5	5	104	3,467
kemasan beras	0	3	19	6	2	97	3,233
Total							34,934
Rata-rata							3,881

Tabel 16. Tabulasi Jawaban Responden Terhadap *Importance* beras di Kecamatan Padang Timur.

Atribut	jawaban responden (orang)					Tingkat Kepentingan	Rata-Rata
	1	2	3	4	5		
Kepulenan nasi	2	3	6	8	11	113	3,767
Aroma nasi	0	0	4	21	5	121	4,000
Warna alami beras	0	0	7	17	6	119	3,967
Nama jenis;/varietas beras	0	0	5	20	5	120	4,000
Daya tahan beras	0	0	4	10	16	132	4,400
Harga beras	0	1	3	5	21	136	4,533
Tempat pembelian beras	0	1	10	16	3	111	3,700
Kemudahan memperoleh beras	0	2	15	9	4	105	3,500
Kemasan beras	0	6	17	6	1	92	3,067
Total							34,534
Rata-rata							3,837

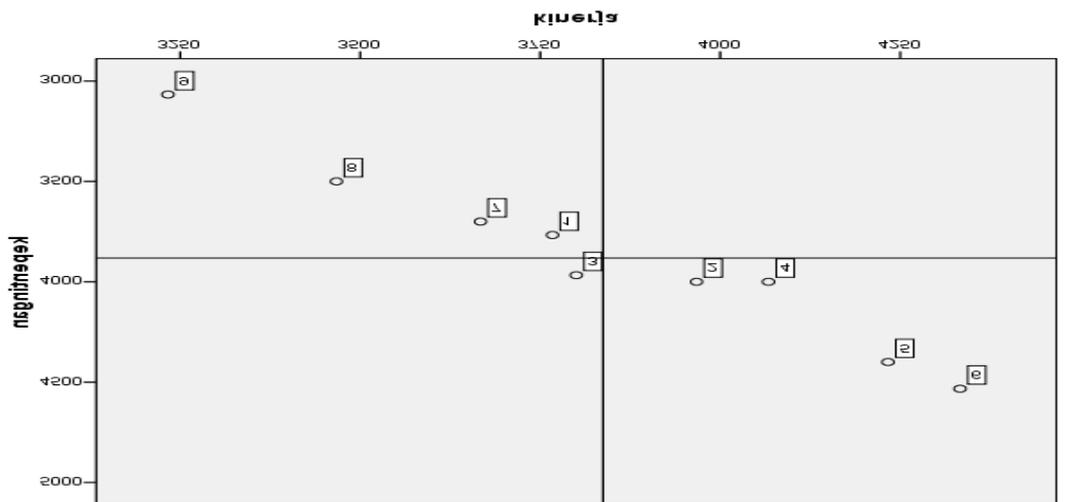
terhadap atribut-atribut tersebut. Menurut konsumen atribut yang dirasa penting namun kinerjanya kurang baik adalah warna alami beras. Konsumen menginginkan beras yang warnanya putih namun setelah mengkonsumsi warna beras tidak sesuai dengan harapan konsumen. Untuk itu perlu penanganan dari produsen terhadap warna dari beras.

b. Kuadran II

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang tinggi

atau diatas nilai rata-rata. Jadi yang diharapkan konsumen terhadap atribut sudah sesuai dengan kinerja atribut tersebut, sehingga konsumen merasa puas terhadap atribut-atribut yang berada di dalam kuadran II ini. Atribut yang dianggap penting dan mempunyai kinerja yang tinggi adalah aroma nasi, jenis/varietas beras, daya tahan beras, dan harga beras.

Oleh karena itu kinerjanya perlu dipertahankan dan bila mampu diingatkan karena tingkat kinerja aktual pada umumnya telah sesuai dengan harapan



konsumen.

c. Kuadran III

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang rendah atau di bawah nilai rata-rata. Atribut-atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh konsumen dan kinerjanya juga tidak tinggi sehingga konsumen merasa biasa-biasa saja dengan kinerja atribut tersebut. Atribut yang memiliki kepentingan yang rendah dan kinerjanya juga tidak tinggi adalah kepulenan nasi, tempat pembelian, kemudahan mendapat beras dan kemasan beras.

Peningkatan kinerja atribut-atribut tersebut menjadi pilihan terakhir dipertimbangan bagi produsen karena atribut-atribut tersebut bagi konsumen tidak terlalu penting. Tetapi diharapkan apabila kinerja ditingkatkan dapat mengubah pandangan konsumen menjadi lebih baik.

KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan dengan judul Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Beras di Kecamatan Padang dapat ditarik kesimpulan bahwa karakteristik konsumen beras yaitu berjenis kelamin perempuan, berumur 17-35 tahun, pendidikan terakhir SMA, status pernikahan menikah, sebagian besar tidak mempunyai tanggungan, pekerjaan ibu rumah tangga dan penghasilan perbulan Rp1.500.000,00.-Rp2.500.000, 00. Keputusan pembelian konsumen terdapat lima tahap, tahap I pengenalan kebutuhan adalah kebiasaan mengkonsumsi, frekuensi mengkonsumsi. Pada Tahap II pencarian informasi adalah penjual/tempat membeli, diri sendiri. Pada Tahap III penilaian alternatif adalah kepulenan nasi. Pada Tahapan IV keputusan pembelian adalah beras domestik, sudah direncanakan, varietas anak daro, kualitas terjamin, dan dua kali dalam sebulan. Pada Tahap V perilaku setelah pembelian adalah membeli beras jenis lain di tempat yang sama, tidak terpengaruh. Atribut yang berada dalam diagram kartesius pada kuadran I yaitu

warna alami beras. Pada kuadran II yaitu aroma nasi, varietas beras, daya tahan beras dan harga beras. Pada kuadran III yaitu Kepulenan, tempat pembelian, kemudahan, dan kemasan beras.

Berdasarkan warna beras pilihan konsumen, ternyata responden lebih menyukai beras yang berwarna putih (berwana cerah). Diharapkan produsen memberikan perlakuan terhadap beras yang kurang cerah dengan teknologi dan pahan yang aman untuk dikonsumsi. Tujuannya adalah untuk memenuhi selera konsumen dan meningkat kepuasannya. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap tempat pembelian, kemudahan memperoleh beras, dan kemasan beras diharapkan kinerjanya melalui peningkatan kebersihan tempat yang membuat nyaman pembeli, serta kemasan yang lebih menarik. Dengan demikian diharapkan daya tarik konsumen akan meningkat untuk membeli kepada pedagang tersebut. Selain itu, juga diharapkan pemerintah membuat kebijakan yang mendukung terpenuhinya standarisasi kualitas beras yang sehat, aman dan tersedia dan dalam jumlah yang cukup melalui penyediaan input produksi yang bermutu. Harga sarana produksi yang terjangkau dengan pendampingan petani dalam proses produksi dan pasca panen juga akan membuat mutu dan jumlah beras lebih mendekati jumlah kebutuhan beras.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementrian Pertanian. (2021). *Ketersediaan Beras Nasionl Cukup*. Indonesia: Kementrian Pertanian RI.
- Nazir, M. (2009). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. (2013). *Buletin Konsumsi Pangan Vol 4 (2):8-18*. . . Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.