SKRIPSI

ANALISIS PERBANDINGAN PEMASARAN BERAS FORTIVIT DAN BERAS PREMIUM PRODUKSI PERUM BULOG DI KOTA PALEMBANG SUMATERA SELATAN

COMPARATIVE MARKETING ANALYSIS OF FORTIVITE RICE AND PREMIUM RICE PRODUCTS OF BULOG INC OF PALEMBANG CITY SOUTH SUMATERA

Thasya Adindha Husni

05011181823006

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022

SUMMARY

THASYA ADINDHA HUSNI. Comparative Marketing Analysis of Fortivite Rice and Premium Rice Products of BULOG Inc of Palembang City South Sumatera (Supervised by **FACHRURROZIE SJARKOWI**).

Marketing strategy is the company's plan to be able to introduce the product as widely as possible in order to reach target customers and sales. The objectives of this study are: (1) To determine the marketing strategy of fortivit Rice and premium Rice produced by Perum BULOG in Palembang, South Sumatra, (2) To determine the marketing comparison of fortivit rice and premium rice produced by Perum BULOG in Palembang, South Sumatra. This research was conducted in May 2022. The data was collected by interviewing Perum BULOG in the Commercial Sector and through a questionnaire in the form of a Google Form. The data is processed using SPSS software. The results obtained: (1) The product marketing strategy at Perum BULOG produces fortivit rice, namely innovative rice, containing vitamins that are useful for increasing stamina and immunity, and also producing premium 'Healthy Family Rice' rice, textured with fluffier rice with low amylose and high amylopectin levels. The price at Perum BULOG it self provides a price for 1 kg of fortivit rice for Rp13.000 and Rp10.500 for premium rice, this price applies to the retail price. Perum BULOG usually promotes its products through social media, conducts mass SMS, promotes through online or online buying and selling applications and conducts OPM (Cheap Market Operations). The marketing strategy is in the form of direct distribution of Perum BULOG and semi-direct distribution. (2) Comparison of the marketing of fortivit rice and premium rice there is a significant difference (significant) between the price of fortivit rice and premium rice, where the price of premium rice is more agreed by the respondents and the comparison of marketing in terms of products there is also a significant difference (significantly). between fortivit rice products and premium rice, where fortivit rice products are superior to premium rice.

Keyword: fortivit rice, marketing comparison, premium rice

RINGKASAN

THASYA ADINDHA HUSNI. Analisis Perbandingan Pemasaran Beras Fortivit dan Beras Premium Produksi Perum BULOG di Kota Palembang, Sumatera Selatan (Dibimbing oleh **FACHRURROZIE SJARKOWI**).

Strategi pemasaran adalah rencana perusahaan untuk dapat memperkenalkan produk seluas-luasnya agar dapat menjangkau target pelanggan dan penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui strategi pemasaran beras fortivit dan beras premium produksi Perum BULOG di Palembang, Sumatera Selatan, (2) Untuk mengetahui perbandingan pemasaran beras fortivit dan beras premium yang diproduksi oleh Perum BULOG di Palembang, Sumatera Selatan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2022. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara Perum BULOG Bidang Komersial dan melalui kuesioner berupa Google Form. Data tersebut diolah menggunakan software SPSS. Hasil yang diperoleh: (1) Strategi pemasaran produk pada Perum BULOG memproduksi beras fortivit yakni beras inovatif, bervitamin yang bermanfaat meningkatkan stamina dan imunitas tubuh, dan memproduksi pula beras premium 'Beras Keluarga Sehat', bertekstur nasi pulen dengan kadar amilosa rendah dan amilopektin tinggi. Harga pada Perum BULOG sendiri memberikan harga untuk 1kg beras fortivit seharga Rp13.000 dan Rp10.500 untuk beras premium harga ini berlaku untuk harga eceran. Perum BULOG biasanya mempromosikan produknya melalui sosial media, melakukan SMS massal, mempromosikan melalui daring atau aplikasi jual beli online dan melakukan OPM (Operasi Pasar Murah). Strategi pemasaran dalam bentuk distribusi perum BULOG distribusi secara langsung dan distribusi semi langsung. (2) Perbandingan pemasaran beras fortivit dan beras premium terdapat adanya perbedaan yang signifikan (nyata) antara harga beras fortivit dan beras premium, dimana harga beras premium lebih di setujui oleh responden dan perbandingan pemasaran dari segi produk juga terdapat adanya perbedaan yang begitu signifikan (nyata) antara produk beras fortivit dan beras premium, dimana produk beras fortivit lebih unggul dari pada beras premium.

Kata kunci: beras fortivit, beras premium, perbandingan pemasaran

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PERBANDINGAN PEMASARAN BERAS FORTIVIT DAN BERAS PREMIUM PRODUKSI PERUM BULOG DI KOTA PALEMBANG SUMATERA SELATAN

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh :

THASYA ADINDHA HUSNI

05011181823006

Indralaya, September 2022

Pembimbing

Prof. Ir. Fachrurrozie Sjarkowi,. M.Sc. Ph.D
NIP. 195106251976021001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian

Prof. Dr. Ir. H.A. Muslim, M.Agr.
NIP.196412291990011001

Skripsi dengan judul "Analisis Perbandingan Pemasaran Beras Fortivit dan Beras Premium Produksi Perum BULOG di Kota Palembang Sumatera Selatan" oleh Thasya telah dipertahankan di hadapan komisi penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 16 Agustus 2022 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan penguji.

Komisi Penguji

1.	Dwi Wulan Sari, S.P., M.Si., Ph.D. NIP. 198607182008122005	Ketua Penguji	(.....)
2.	Erni Purbiyanti, S.P., M.Si. NIP. 197802102008122001	Sekertaris	(.....)
3.	Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc. NIP. 196012021986031003	Penguji	(.....)
4.	Prof. Ir. Fachrurrozie Sjarkowi, M.Sc., Ph.D NIP. 1671004250651000	Pembimbing	(.....)

Indralaya, September 2022

Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian

Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.
NIP. 197412262001122001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Thasya Adindha Husni

NIM : 05011181823006

Judul : Analisis Perbandingan Pemasaran Beras Fortivit dan Beras Premium Produksi Perum BULOG di Kota Palembang Sumatera Selatan

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dibuat di dalam laporan ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam proposal ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.

Indralaya, September 2022

Thasya Adindha Husni

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan pada kehadirat Allah SWT karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Perbandingan Pemasaran Beras Fortivit dan Beras Premium Produksi Perum BULOG di Kota Palembang Sumatera Selatan" Skripsi disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian.

Dalam pelaksanaan ini penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan berupa dorongan, semangat, bimbingan, petunjuk, kerjasama ataupun nasehat dari berbagai pihak antara lain :

1. Keluarga saya terutama kedua orang tua saya, ayah yang bernama Husni, Ibu yang bernama Nuniek Rindharwaty, dan saudara-saudara saya yaitu, kakak saya yang bernama Ledhya Prilsillia Husni dan adik saya bernama Nafhisya Anhenie Rayna. Terima kasih untuk semua dukungan, perhatian dan doa yang tak henti-hentinya
2. Seluruh keluarga besar lainnya yang senantiasa memberikan perhatian dan kasih sayang serta dukungannya do'a dan moril materil kepada penulis.
3. Bapak Prof. Ir. Fachrurrozie Sjarkowi,. M.Sc. Ph.D selaku dosen pembimbing atas kesabaran dan perhatiannya dalam memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis sejak perencanaan, pengumpulan sumber referensi sampai penyusunan dan penulisan ke dalam bentuk skripsi ini.
4. Seluruh staff pengajar Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya khusunya seluruh Dosen Program Studi Agribisnis yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan S1 disini
5. Bapak Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc dan Ibu Dwi Wulan, S.P., M.Si., Ph.D selaku tim penguji terimakasih sudah memberikan saran, masukan, kritik yang membangun agar skripsi ini lebih baik.
6. Mbak Dian, Mbah Sherly, Kak Ikhsan, Kak Bayu, Kak Huanza, Kak Arie, dan Kak Adi selaku Tata Usaha Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah membantu dalam kegiatan administrasi.

7. Cita Sabarullah yang sudah menjadikan tempat berkeluh kesah, sadaran terbaik dan tak lupa memberikan perhatian, semangat, dukungan serta doa dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik
8. Keluarga pinus dan A2 (Muhar, Icha, Cia, Novi, Ulfa, Dhini, Femi, Nade, Dore, Fatwa dan Rafli) teman seperjuangan yang telah membantu saya selama bangku perkuliahan dan memberikan semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Sahabat-sahabat semasa SMA hingga sekarang (Adel, Ratna, Nyimas, Rahma dan Nadia) telah menjadi tempat bertukar cerita selama perkuliahan dan menyemangati saya dalam pembuatan tugas akhir.

Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak lain yang turut terlibat serta dalam memberikan bantuan dan doa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tulisan dengan baik.

Adapun penulis menyadari bahwa tulisan dalam skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Maka peulis mengucapkan banyak terima kasih terhadap kritik dan saran yang diberikan, demi penulisan yang lebih baik di masa akan datang. Akhir kata, saya ucapkan terimakasih.

Indralaya, September 2022

Thasya Adindha Husni

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan dan Kegunaan Masalah	7
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1. Tinjauan Pustaka	9
2.1.1. Konsepsi Beras	9
2.1.1.1. Konsepsi Beras Fortivit	10
2.1.1.2. Konsepsi Beras Premium	11
2.1.2. Konsepsi Pemasaran.....	12
2.1.3. Konsepsi Fungsi Pemasaran	14
2.1.4. Konsepsi Tujuan Pemasaran	14
2.1.5. Konsepsi Bauran Pemasaran	15
2.1.6. Konsepsi Karakteristik Konsumen.....	18
2.1.7. Perum BULOG	19
2.2. Model Pendekatan	22
2.3. Hipotesis	23
2.4. Batasan Operasional	24
BAB 3. PELAKSANAAN KEGIATAN	27
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.2. Metode Penelitian	27
3.3. Metode Penarikan Contoh	28
3.4. Metode Pengumpulan Data	28

Halaman

3.3. Metode Pengolahan Data 29

BAB 4. HASIL dan Pembahasan 33

4.1.1. Letak dan Batas Wilayah Administrasi 33

4.1.2. Keadaan Geografi dan Topografi 33

4.1.3. Keadaan Cuaca dan Iklim 35

4.1.4. Demografi Kota Palembang 36

4.1.5. Sarana dan Prasarana 40

4.2. Gambaran Kondisi Umum Lokasi Penelitian 42

4.2.1. Perum BULOG Kanwil Sumsel dan Babel 42

4.3. Strategi Pemasaran Perum BULOG Kanwil Sumsel dan Babel Kota Palembang..... 44

4.3.1. Strategi Pemasaran Produk pada Perum BULOG 45

4.3.2. Strategi Pemasaran Harga pada Perum BULOG 46

4.3.3. Strategi Pemasaran Promosi pada Perum BULOG 47

4.3.4. Strategi Pemasaran Distribusi pada Perum BULOG 47

4.4. Karakteristik Responden Beras Fortivit dan Beras Premium Di Kota Palembang 49

4.4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 49

4.4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 50

4.4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 51

4.5. Analisis Data Hasil Perbandingan Antara Beras Fortivit dan Beras Premium Produksi Perum BULOG di Kota Palembang…..... 52

4.5.1 Hasil Analisis Skala Likert 52

4.5.1.1. Indikator Atribut Harga Beras Fortivit Produksi Perum BULOG..... 53

4.5.1.2. Indikator Atribut Harga Beras Premium Produksi Perum BULOG..... 54

4.5.1.3. Indikator Atribut Produk Beras Fortivit Produksi Perum BULOG..... 54

4.5.1.4. Indikator Atribut Produk Beras Premium Produksi Perum BULOG..... 55

Halaman

4.6. Uji Validitas dan Reliabilitas Terhadap Kepentingan Indikator ……. 56

4.6.1. Uji Validitas pada Indikator Beras Fortivit 56

4.6.2. Uji Validitas pada Indikator Beras Premium 57

4.6.3. Uji Reliabilitas pada Indikator Beras Fortivit 59

4.6.4. Uji Reliabilitas pada Indikator Beras Premium 60

4.7. Analisis Perbandingan Uji Beda *(Independent Sample T-Test)*..... 61

4.7.1. Hasil Analisis Perbandingan Harga Antara
Beras Fortivit dan Beras Premium 61

4.7.2 Hasil Analisis Perbandingan Produk Antara
Beras Fortivit dan Beras Premium 63

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN 65

5.1. Kesimpulan 65

5.2. Saran 65

DAFTAR PUSTAKA 67

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1. Produksi Padi Provinsi Sumatera Selatan 2

Tabel 4.1. Pembagian Wilayah Kota Palembang 34

Tabel 4.2. Rata-rata Suhu dan Kelembapan Udara Menurut Bulan di Kota Palembang 2021 36

Tabel 4.3. Jumlah Penduduk di Kota Palembang Berdasarkan Jenis Kelamin 37

Tabel 4.4. Sebaran Penduduk di Kota Palembang Berdasarkan Golongan Usia 38

Tabel 4.5. Jumlah Penduduk di Kota Palembang Berdasarkan Pendidikan 39

Tabel 4.6. Penduduk Berusia 15 Tahun keatas di Kota Palembang yang bekerja 40

Tabel 4.7. Perbedaan Strategi Pemasaran antara Beras Fortivit dan Beras Premium 44

Tabel 4.8. Sebaran Responden Beras Fortivit dan Beras Premium Berdasarkan Jenis Kelamin 50

Tabel 4.9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 51

Tabel 4.10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 52

Tabel 4.11. Skor Rata-Rata Atribut Indikator Harga Beras Fortivit …..... 53

Tabel 4.12. Skor Rata-Rata Atribut Indikator Harga Beras Premium ….. 54

Tabel 4.13. Skor Rata-Rata Atribut Indikator Produk Beras Fortivit 55

Tabel 4.14. Skor Rata-Rata Atribut Indikator Produk Beras Premium 56

Tabel 4.15. Hasil Uji Validitas pada Indikator Beras Fortivit 57

Tabel 4.16. Hasil Uji Validitas pada Indikator Beras Premium 58

Tabel 4.17. Hasil Uji Reliabilitas pada Indikator Beras Fortivit ……..... 59

Tabel 4.18. Hasil Uji Reliabilitas pada Indikator Beras Premium 60

Tabel 4.19. *Group Statistics* Hasil Analisis Perbandingan Harga Antara Beras Fortivit dan Beras Premium 61

Tabel 4.19. *Group Statistics* Hasil Analisis Perbandingan Harga Antara Beras Fortivit dan Beras Premium 63

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1. Produksi Padi September-Desember 2021 Dalam Angka Sementara 3

Gambar 1.2. Perkembangan Produksi Padi di Sumatera Selatan (Ribu/Ton-GKG) 2020-2021 4

Gambar 2.1. Beras Fortivit 11

Gambar 2.2. Beras Premium (BerasKita) 12

Gambar 4.1. *Independent Sample Test* Hasil Analisis Perbandingan Harga Antara Beras Fortivit dan Beras Premium 62

Gambar 4.2. *Independent Sample* Test Analisis Perbandingan Produk Antara Beras Fortivit dan Beras Premium 63

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Peta Wilayah Kota Palembang 70

Lampiran 2. Hasil Kuisioner Penelitian 71

Lampiran 3. Karakteristik Responden Beras Fortivit dan Beras Premium di Perum BULOG Kota Palembang 73

Lampiran 4. Uji Validitas Indikator Pertanyaan Harga Beras Fortivit dan Beras Premium 75

Lampiran 5. Uji Validitas Indikator Pertanyaan Produk Beras Fortivit dan Beras Premium 76

Lampiran 6. Uji Reliabilitas Indikator Pertanyaan Harga dan Produk Beras Fortivit dan Beras Premium 77

Lampiran 7. Skala Likert Beras Fortivit Perum BULOG..... 79

Lampiran 8. Skala Likert Beras Premium Perum BULOG 81

Lampiran 9. Dokumentasi Foto-foto Penelitian 83

BIODATA

NAMA/NIM	**: Thasya Adindha Husni/05011181823006**
Tempat/tanggallahir	**: Palembang/18 Januari 2000**
Tanggal Lulus	**: 30 September 2022**
Fakultas	**: Pertanian**
Judul	**: Analisis Perbandingan Pemasaran Beras Fortivit dan Beras Premium Produksi Perum BULOG di Kota Palembang Sumatera Selatan**
Dosen Pembibing Skripsi	**: Prof. Ir. Fachrurrozie Sjarkowi, M.Sc., Ph.D.**
Pembimbing Akademik	**: Prof. Ir. Fachrurrozie Sjarkowi, M.Sc., Ph.D.**

Analisis Perbandingan Pemasaran Beras Fortivit dan Beras Premium Produksi Perum BULOG di Kota Palembang Sumatera Selatan

Comparative Marketing Analysis of Fortivite Rice and Premium Rice Products of BULOG Inc of Palembang City South Sumatera

Thasya Adindha Husni[1], Fachrurrozie Sjarkowi[2]

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya Jalan Palembang Prabumulih Km. 32, Indralaya OganIlir 30662

Abstract

Marketing strategy is the company's plan to be able to introduce the product as widely as possible in order to reach target customers and sales. The objectives of this study are: (1) To determine the marketing strategy of Fortivit Rice and Premium Rice produced by Perum BULOG in Palembang, South Sumatra, (2) To determine the marketing comparison of Fortivit Rice and Premium Rice produced by Perum BULOG in Palembang, South Sumatra. This research was conducted in May 2022. The data was collected by interviewing Perum BULOG in the Commercial Sector and through a questionnaire in the form of a Google Form. The data is processed using SPSS software. The results obtained: (1) The product marketing strategy at Perum BULOG produces Fortivit rice, namely innovative rice, containing vitamins that are useful for increasing stamina and immunity, and also producing Premium 'Healthy Family Rice' rice, textured with fluffier rice with low amylose and high amylopectin levels. . The price at Perum BULOG itself provides a price for 1 kg of fortivit rice for Rp. 13,000 and Rp. 10,500 for premium rice, this price applies to the retail price. Perum BULOG usually promotes its products through social media, conducts mass SMS, promotes through online or online buying and selling applications and conducts OPM (Cheap Market Operations). The marketing strategy is in the form of direct distribution of Perum BULOG and semi-direct distribution. (2) Comparison of the marketing of fortivit rice and premium rice there is a significant difference (significant) between the price of fortivit rice and premium rice, where the price of premium rice is more agreed by the respondents and the comparison of marketing in terms of products there is also a significant difference (significantly). between fortivit rice products and premium rice, where fortivit rice products are superior to premium rice.

Keyword: fortivit rice, marketing comparison, premium rice

---

[1]Mahasiswa

[2]DosenPembimbing

Indralaya, September 2022

Pembimbing,

Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian

Prof. Ir. Fachrurrozie Sjarkowi,. M.Sc. Ph.D
NIP. 195106251976021001

Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.
NIP. 197412262001122001

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sebagai negara agraris, Indonesia dianugerahi kekayaan alam yang melimpah ditambah posisi Indonesia yang dinilai sangat strategis. Peningkatan jumlah penduduk dan perbaikan kesejahteraan masyarakat Indonesia ikut mendorong laju perkembangan pertanian di Indonesia. Sektor pertanian memegang peranan penting dalam perekonomian nasional di Indonesia. Berdasarkan hasil sensus jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2020, jumlah penduduk Indonesia mencapai angka 270.203.917 jiwa. Sekitar 151.314.193 jiwa, dimana mayoritas penduduk bermata pencaharian di sektor pertanian dengan persentase sebesar 56% dari total tenaga kerja Indonesia. Dalam sektor pertanian terbagi menjadi empat subsektor lagi, yaitu di subsektor tanaman pangan, hortikultur, perkebunan dan perternakan (Badan Pusat Statistik, 2020).

Pangan merupakan kebutuhan utama bagi manusia yang harus dipenuhi setiap saat yang bersifat terus-menerus. Menurut Pasal 27 UUD 1945 maupun dalam Deklarasi Roma (1996) menyatakan bahwa : ”Hak untuk memperoleh pangan merupakan salah satu hak asasi manusia. Sebagai kebutuhan dasar dan salah satu hak asasi manusia, pangan mempunyai arti dan peran yang sangat penting bagi kehidupan suatu bangsa. Ketersediaan pangan yang lebih kecil dibandingkan kebutuhannya dapat menciptakan ketidak stabilan ekonomi. Berbagai gejolak sosial dan politik dapat juga terjadi jika ketahanan pangan terganggu. Kondisi pangan yang kritis ini bahkan dapat membahayakan stabilitas ekonomi dan stabilitas Nasional yang ada disuatu negara (BULOG, 2021).

Pentingnya pangan sebagai pemenuhan gizi dan nutrisi masyarakat merupakan salah satu fungsi utama (Primer). Dengan terpenuhinya pangan, masyarakat dapat hidup dengan sehat dan dapat melakukan aktivitas penunjang pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Namun jika tanpa pangan, masyarakat tidak dapat hidup secara sehat dan beraktivitas normal. Pada undang-undang nomor 18 tahun 2012 tentang pangan menyebutkan bahwa setiap negara berkewajiban mewujudkan ketersediaan, keterjangkauan, dan pemenuhan konsumsi pangan baik

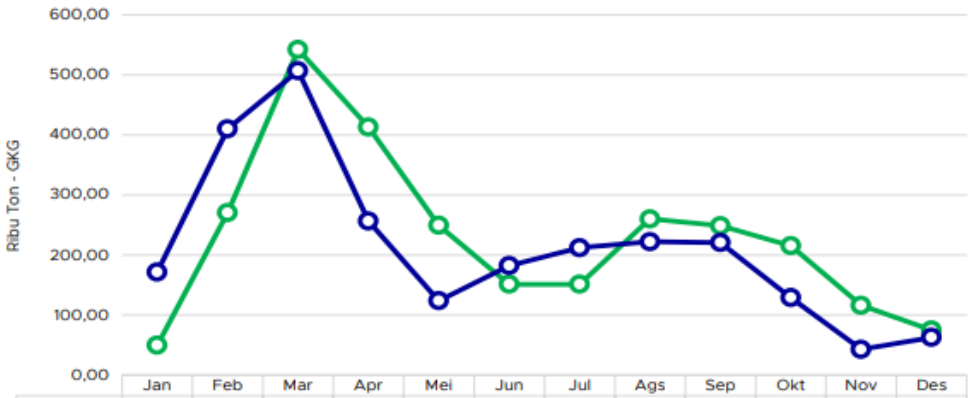
tingkat nasional maupun daerah hingga perseorangan secara merata. Ketersediaan pangan dapat dipenuhi dari hasil produksi dalam negeri maupun impor jika sumber dalam negeri tidak dapat memenuhi kebutuhan. Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia maka kebutuhan pangan terutama padi yang akan diolah menjadi beras pasti akan bertambah pula. Adapun produksi padi yang ada di Provinsi Sumatera Selatan dapat dilihat dari Tabel 1.1. berikut.

Tabel 1.1. Produksi Padi Provinsi Sumatera Selatan

No	Kabupaten/Kota	Produksi Padi (Ton)		
		2019	2020	2021
1	Ogan Komering Ulu	17.739.97	16.365.67	12.140.31
2	Ogan Komering Ilir	484.604.79	525.218.03	444.370.50
3	Muara Enim	83.125.84	51.866.22	45.436.39
4	Lahat	73.128.99	70.278.25	65.585.83
5	Musi Rawas	103.511.64	123.933.68	127.435.43
6	Musi Banyuasin	136.642.56	157.015.79	150.680.10
7	Banyuasin	905.845.79	917.156.76	892.285.26
8	Ogan Komering Ulu Selatan	37.418.38	38.509.64	51.020.23
9	Ogan Komering Ulu Timur	575.340.17	633.627.74	558.995.26
10	Ogan Ilir	71.846.34	82.073.28	78.145.79
11	Empat Lawang	55.920.35	60.730.88	49.409.61
12	Pali	17.220.71	15.586.11	17.25.12
13	Musi Rawas Utara	6.495.60	12.924.13	12.628.29
14	Palembang	12.682.17	14.304.74	10.892.42
15	Prabumulih	136.49	137.53	145.95
16	Pagar Alam	12.735.42	14.798.80	15.333.25
17	Lubuk Linggau	9.001.03	8.532.43	9.188.56
	Jumlah	2.603.396.24	2.743.059.68	2.540.944.30

Sumber: BPS, Survei Kerangka Sampel Area, 2021

Produksi padi di Provinsi Sumatera Selatan sepanjang Januari hingga September 2021 diperkirakan sekitar 2.306,32 ribu ton GKG, atau bisa dikatakan mengalami penurunan sekitar 30,18 ribu ton GKG (1,29 persen) dibandingkan dengan tahun 2020 yang hanya sebesar 2.336,50 ribu ton GKG. Sementara itu, potensi produksi sepanjang Oktober hingga Desember 2021 sebesar 234,62 ribu ton GKG.



	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des
2020	49,55	270,53	542,38	413,06	249,58	151,34	151,29	260,06	248,71	215,42	116,10	75,04
2021	171,56	410,25	506,94	256,45	123,75	182,26	212,20	222,23	220,69	129,00	42,93	62,69

Keterangan: * Produksi padi September-Desember 2021 adalah angka sementara.

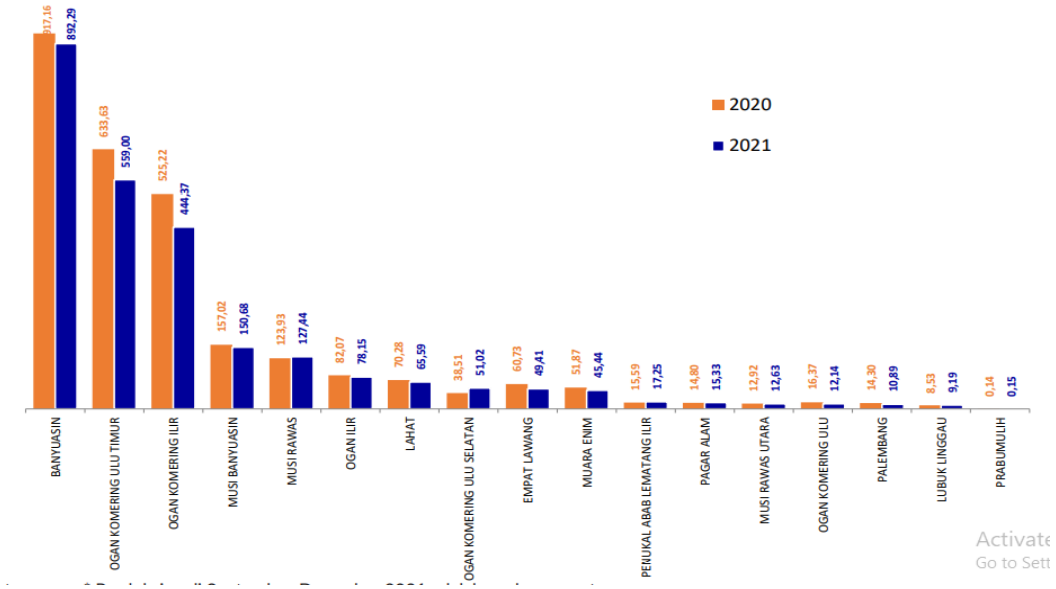
Sumber : Data BPS Provinsi Sumatera Selatan, 2021

Gambar 1.1. Produksi padi September-Desember 2021 dalam angka sementara

Dengan demikian, total potensi produksi padi pada 2021 diperkirakan mencapai 2.540,94 ribu ton GKG, atau mengalami penurunan sebanyak 202,12 ribu ton GKG (7,37 persen) dibandingkan 2020 yang sebesar 2.743,06 ribu ton GKG.

Produksi padi tertinggi pada tahun 2021 terjadi pada bulan Maret, yaitu sebesar 506,94 ribu ton GKG, sementara produksi terendah terjadi pada bulan November, yaitu hanya sebesar 42,93 ribu ton GKG. Tidak adanya perbedaan antara produksi tertinggi di tahun 2021 dengan, produksi tertinggi pada tahun 2020 dimana terjadi juga pada bulan Maret. Tiga Kabupaten/Kota dengan total potensi produksi padi GKG tertinggi pada 2021 adalah Banyuasin, Ogan Komering Ulu Timur, dan Ogan Komering Ilir. Sementara itu, tiga kabupaten/kota dengan potensi produksi padi terendah adalah Prabumulih, Lubuk Linggau dan dari Kota Palembang. Menurut Koordinator Fungsi Statistik Distribusi BPS Sumsel tahun 2021, penurunan dalam produksi pertanian pangan pada daerah Sumatera Selatan ini merupakan bagian dari fenomena nasional, yang dimana hal ini terjadi akibat kondisi iklim dan cuaca yang kurang bersahabat (Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan, 2021).

Perkembangan Produksi Padi di Sumatera Selatan (Ribu Ton-GKG) 2020-2021 dapat dilihat pada Gambar 2 sebagai berikut.



Sumber : Data BPS Provinsi Sumatera Selatan, 2021

Gambar 1.2. Perkembangan Produksi Padi di Sumatera Selatan (Ribu Ton-GKG) 2020-2021.

Kenaikan produksi padi yang relatif lebih besar pada 2021 terjadi di Ogan Komering Ulu Selatan, Musi Rawas dan Penukal Abab Lematang Ilir. Sementara itu, penurunan produksi padi pada tahun 2021 yang relatif besar terjadi di Ogan Komering Ulu Timur, Banyuasin, dan Empat Lawang.

Beras adalah butir padi yang telah dipisahkan dari kulit luarnya (sekamnya) dengan cara digiling dan disosoh menggunakan alat pengupas dan alat penggiling serta alat penyosoh. Beras mengandung protein, vitamin (terutama pada bagian aleuron), mineral, air. Pati beras tersusun dari dua polimer karbohidrat, yaitu amilosa (pati dengan struktur tidak bercabang) dan amilopektrin (pati dengan struktur bercabang dan cenderung bersifat lengket). Perbandingan kedua golongan pati ini sangat menentukan warna dari beras tersebut (transparan atau tidak) dan memiliki tekstur nasi (lengket, lunak, keras, atau pera). Beras sendiri memiliki warna yang berbeda-beda, hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan gen yang mengatur. Beras merupakan komoditas pangan yang sangat strategis bagi negara-negara di wilayah Asia tidak terkecuali bagi negara Indonesia karena hingga saat

ini sekitar 95% penduduk Indonesia masih memanfaatkan beras sebagai komoditas pangan pokok.

Beras sendiri merupakan pangan pokok, bukan hanya sebagai pangan pokok utama, tetapi juga merupakan pangan pokok tunggal. karena sumber daya alam lingkungan mendukung penyediaannya dalam jumlah yang cukup, mudah dan cepat pengolahannya, memberikan kenikmatan pada saat menyantapnya dan tentu saja aman dari segi kesehatan. Selain itu banyak kepentingan publik dihasilkan oleh beras, dan beras berperan penting dalam ketahanan pangan, stabilitas ekonomi, dan lapangan kerja. Sebagian besar masyarakat menghendaki pasokan beras yang stabil dengan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, pemerintah melakukan intervensi bila terjadi lonjakan harga beras di pasaran antara lain dengan cara operasi pasar. Kondisi ini menunjukkan bahwa beras merupakan komoditas strategis secara politis, sehingga peran pemerintah dalam perkembangan produksi dan konsumsi beras sangat intensif (Kementrian Pertanian, 2019).

Konsumsi beras diatur sedemikian rupa mengikuti kemampuan konsumen dalam pembelian besar, mulai dari beras berkualitas medium (kualitas sedang) sampai beras premium (berkualitas tinggi). Dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat tentu ingin mendapatkan beras dengan kualitas terbaik. Pemenuhan kualitas yang diinginkan konsumen diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi beras.

Perum BULOG merupakan salah satu BUMN yang bertugas untuk mengelola bahan pangan. Sebagai perusahaan yang memiliki tugas fungsi untuk menjaga ketahanan pangan nasional, Perum BULOG dituntut untuk mampu mengembangkan strategi bisnis di tengah gencarnya persaingan bisnis agar Perum BULOG dapat bertahan, berdaya saing, serta dapat melakukan tugas dan fungsinya dengan lebih berhasil dan berdaya guna. Sesuai dengan visi yang dimiliki oleh Perum BULOG yaitu, menjadikan perusahaan yang unggul dan terpercaya dalam mendukung terwujudnya kedaulatan pangan, maka Perum BULOG memuhi kebutuhan pokok masyarakat Indonesia dengan memproduksi beras. Beras yang di produksi oleh Perum BULOG merupakan beras yang didistribusikan oleh pemerintah.

Perum BULOG tidak hanya memproduksi jenis raskin (beras miskin), tetapi Perum BULOG juga menjual beras kualitas premium yang ditujukan oleh komersil dengan kualitas terbaik tentunya, yaitu beras Fortivit dan beras Premium. Beras Fortivit sendiri merupakan salah satu produk yang dihasilkan oleh Perum BULOG pada tahun 2019. Beras Fortivit merupakan beras khusus bervitamin yang bermanfaat untuk meningkatkan stamina dan imunitas tubuh, melancarkan sirkulasi darah serta menjaga fungsi jantung, syaraf, otak dan kesehatan tulang. Beras Fortivit juga memiliki berbagai macam vitamin yang terkandung di dalamnya yaitu, A, B1, B3, B6, B9, B12, Zinc dan Zat Besi (Fe). Dengan memiliki kualitas produk terbaik dan manfaat untuk meningkatkan stamina dan imunitas tubuh, diharapkan mampu menjadi faktor pendukung dalam pemenuhan kebutuhan protein bagi masyarakat Indonesia. Sedangkan beras Premium atau lebih dikenal dengan sebutan BerasKita merupakan beras berkualitas tinggi yang berasal dari dalam negri (DN). Beras jenis premium produksi dalam negeri jenis IR64 bertekstur nasi pulen dengan kadar amilosa rendah dan amilopektin tinggi. BerasKita merupakan hasil produksi petani Indonesia yang bebas pemutih, bebas pengawet, dan bebas pewangi yang diolah dengan teknologi modern, dimana pengadaan beras Premium ini diperoleh melalui pembelian langgung dari penggilinggan padi dan produk beras lokal unggulan UPGB (Unit Penggilingan Gabah Beras) BULOG. (BULOG, 2018)

Pemasaran produk–produk pertanian atau agribisnis saat ini semakin diminati baik dari perspektif pemasaran maupun perspektif konsumen. Strategi pemasaran merupakan salah satu awal dalam rangka mengenalkan produk pada konsumen dan ini menjadi sangat penting karena akan berkaitan dengan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh suatu perusahaan. Strategi pemasaran yang dibuat tidak hanya berkaitan dengan penjualan dan mempromosikan produk, tapi juga tentang jenis-jenis pelayanan (*service*) kepada pelanggan yang diberikan oleh perusahaan. Dan setiap perusahaan dituntut untuk terus mencoba yang terbaik untuk menarik pelanggan baru dan memperhatikan pelanggan yang lama.

Perbandingan dan persaingan dalam pemasaran antar produk satu dengan produk lainnya semakin ketat dan tidak dapat untuk dihindari. Pelaku-pelaku bisnis selalu memiliki berbagai macam cara agar produknya dapat mengungguli produk lainnya. Penyediaan berbagai macam jenis beras dengan kualitas yang terbaik dapat

mempengaruhi perbandingan pemasaran. Selain itu agar produk dapat bersaing, maka kualitas starategi pemasaran berupa produk, harga, promosi dan distribusi harus ditingkatkan sehingga volume penjualan juga dapat meningkat. Setiap produsen harus bisa menjaga kualitas produk dan menentukan harga yang tepat agar mendapat kepercayaan dan loyalitas dari konsumen. Jika produk yang dijual memiliki kualitas yang bagus dengan harga yang sesuai maka diharapkan mampu bersaing dengan pesaing-pesaing lainnya. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik dan memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai Analisis Perbandingan Pemasaran Beras Fortivit dan Beras Premium Produksi Perum BULOG di Kota Palembang Sumatera Selatan.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran beras fortivit dan beras premium produksi Perum BULOG di Kota Palembang Provinsi Sumatera Selatan?
2. Bagaimana perbandingan pemasaran antara beras fortivit dan beras premium produksi Perum BULOG di Kota Palembang Provinsi Sumatera Selatan?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan di atas, maka adapun beberapa tujuan yang diharapkan pada penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui strategi pemasaran beras fortivit dan beras premium produksi Perum BULOG di Kota Palembang Provinsi Sumatera Selatan
2. Mendeskripsikan perbandingan pemasaran antara beras fortivit dan beras premium produksi Perum BULOG di Kota Palembang Provinsi Sumatera Selatan

Berdasarkan permasalahan dan tujuan di atas, maka kegunaan penelitian ini adalah untuk:

1. Diharapkan dapat berguna sebagai sumber informasi bagi peneliti, instansi baik pemerintah maupun swasta mengenai perbandingan pemasaran beras fortivit dan

beras premium produksi Perum BULOG di Kota Palembang Provinsi Sumatera Selatan

2. Sebagai pengetahuan dan pengalaman untuk penulis dalam menyelesaikan studi, sebagai kajian kepustakaan bagi peneliti selanjutnya dan bermanfaat bagi masyarakat
3. Bagi pembahas, diharapkan dapat menjadi tambahan pustaka bagi penelitian lainnya, khususnya yang berkaitan erat dengan masalah perbandingan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Asgami, Putri. 2018. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Mutu Beras di Kampung Bunga Raya Kabupaten Siak. *Journal of Agribusiness and Community Empowerment.* Vol 2, No 1 : hal 1-9

Badan Standardisasi Nasional. 2015. Standar Nasional Indonesia Beras Revisi dari SNI6128:2008. Jakarta.

Badan Pusat Statistik. 2020. Indonesia Dalam Angka 2018. Palembang: Badan Pusat Statistik. [online] https://www.bps.go.id. Diakses tanggal 12 Januari 2022.

Badan Pusat Statistik. 2021. Komponen Produktivitas Padi Provinsi Sumatera Selatan Menurut Kabupaten / Kota 2019-2021

Basu swastha. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi ke-3. Yogyakarta : Liberty. Bulog. 2007. Keputusan Direksi Perusahaan Umum (Perum). BULOG. Jakarta Bulog. 2018. Profil Perusahaan. (http://www.bulog.co.id/sejarah_v2 php). Diakses pada tanggal 12 Januari 2022.

BULOG. 2021. Beras Fortivit Diklaim Mampu Tingkatkan Imunitas Berkelanjutan

Fernanda, dkk. 2016. Analisis Faktor-Faktor Preferensi Konsumen yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik (Studi Kasus: Pelanggan Super Indo Semarang).

Hesty Nurul Utami, Iqbal Fauzi dan Akbar Firdaus. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Prilaku Online *Shopping*: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica.* Vol. 2 No.1

Julianingtias, Yuwan, Suharyono dan Yusri Abdillah. 2016. Analisis Perbandingan Produk Merek Global dan Merek Lokal Terkait Buaran Pemasaran dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 37. No.2

Kurniawati dan Amirul Mukminin. 2021. Perbandingan Strategi Pemasaran Produk antara Hokkymart dan Bollymart Kota Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubraha*. Volume. 3. No.1.

Posma, Sariguna Johnson K. 2017. Modul Ekonomi Mikro Pasar. Universitas Kristen Indonesia Fakultas Ekonomi.

Puspitasari Intan, Harry J Sumampouw, Aneke Y Punuindoong. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Kesesuaian Harga Terhadap Peningkatab Penjualan Beras Premium pada Perum BULOG Divisi Regional Sulawesi Utara dan Gorontalo (Studi Kasus pada Konsumen Wilayah Kota Manado). Vol 6. No 2

Putra Dwiyana. 2016. Analisis Perbandingan Strategi Bauran Pemasaran Smartphone Blackberry Berdasarkan Suklus Hidup Produk. Jurna; e-Proceeding of Management. Vol 3, No 1.

Rina Rachmawati. 2011. Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik.* Vol 2, No 2.

Sugianto, Herman. 2017. Studi Perbandingan Pemasaran antara Imperial Hotel dengan Horison Hotel di Kota Kendari

Syafitri Lailatul, Agustina Mutia. 2017. Analisis Perbandingan Keputusan Konsumen Terhadap Pelayanan, Harga Jual dan Kualitas Produk Belanja Online dan Belanja Secara Langsung (Offline) pada Mahasiswa Febi UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

Tria Anggraini. 2017. Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.

Zulfadli Hamzah, Muhammad Arif, dan Chairun Nisa. 2019. Analisis Komparasi Strategi Pemasaran dalam Transaksi Jual Beli Online dan Offline pada Hijab (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Islam Riau). *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah.* Vol 2, No 1.