

SKRIPSI

**PREFERENSI KOSUMEN DAN FAKTOR-FAKTOR PENENTU
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI BERAS DI PASAR
PLAJU KOTA PALEMBANG**

***CONSUMER PREFERENCES AND DETERMINANTS OF
CONSUMER DECISIONS TO BUY RICE ON THE PLAJU
MARKET IN PALEMBANG***



**Siti Rogayah
05011381621132**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2020**

SUMMARY

SITI ROGAYAH, Consumer Preferences and Determinants of Consumer Decision to Buy Rice in the Plaju Market Palembang City. (Supervised by **YUNITA** and **EKA MULYANA**).

The purpose of this study are: (1) Describe the characteristics of consumers who buy rice at Palembang's Plaju Market. (2) Analyzing consumer preferences for rice attributes (form of rice, broken grains, degree of whiteness, flatness, aroma, durability, price, and packaging) in Palembang City's Plaju Market. (3) Analyzing the factors that influence consumer decisions in buying rice at the Palembang City Plaju Market. The study was conducted at the Palembang City Plaju Market. The research method used was a survey method. The sampling method in this study uses a non-probability sampling method, namely the incidental sampling method with a sample size of 30 respondents. Data retrieval is done by taking primary data and secondary data. The results showed that (1) the age characteristics of the average consumer were in the late adult phase which ranged in age from 36 years to 45 years. Characteristics of consumers in this study based on the level of education by 60 percent of high school graduates. The level of income of respondents in this study is middle to upper, which is around Rp. 2.600.000-Rp.6.000.000. In this study the characteristics of the respondents' work are BUMN, PNS, Entrepreneur, and others. Other occupations referred to in this study such as motorcycle taxi, labor, and opening their own businesses. The number of family members in this study as much as 60 percent amounted to three to four people. (2) In this study rice consumers have different preferences on rice indicators. The level of importance of rice attributes according to respondents is the most important, namely tenacity, broken items, and endurance. While the attributes that consumers consider not important are the aroma of rice, and the competitive selling price of rice. (3) Based on the analysis of the multiple regression calculation, it states that the income and the number of family members have a significant effect on consumers' decision to buy rice. While gender and education have no significant effect on consumers' decision to buy rice.

Keywords: Consumer preferences, factors in buying rice, rice attributes,

RINGKASAN

SITI ROGAYAH. Preferensi Konsumen dan Faktor-faktor Penentu Keputusan Konsumen Membeli Beras di Pasar Plaju Kota Palembang. (Dibimbing oleh **YUNITA** dan **EKA MULYANA**).

Tujuan dari penelitian ini yaitu : (1) Mendeskripsikan karakteristik konsumen yang membeli beras di Pasar Plaju Kota Palembang. (2) Menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut-atribut beras (Bentuk beras, butir patah, derajat putih, kepulenan, aroma, daya tahan, harga, dan kemasan) di Pasar Plaju Kota Palembang. (3) Menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli beras di Pasar Plaju Kota Palembang. Penelitian dilakukan di Pasar Plaju Kota Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode penarikan contoh pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*, yaitu dengan metode Sampling Insidental dengan jumlah sample sebanyak 30 responden. Pengambilan data dilakukan dengan mengambil data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) karakteristik umur konsumen rata-rata berada di fase dewasa akhir yaitu berkisar umur 36 tahun sampai 45 tahun. Karakteristik konsumen pada penelitian ini berdasarkan tingkat pendidikan sebesar 60 persen lulusan jenjang SMA. Tingkat pendapatan responden pada penelitian ini sudah menengah ke atas yaitu berkisar Rp. 2.600.000- Rp. 6.000.000. Pada penelitian ini karakteristik pekerjaan responden yakni BUMN, PNS, Wiraswasta, dan lainnya. Pekerjaan lainnya yang dimaksud pada penelitian ini seperti ojek, buruh, dan membuka usaha sendiri. Jumlah anggota keluarga pada penelitian ini sebanyak 60 persen berjumlah tiga sampai empat orang. (2) konsumen beras memiliki preferensi yang berbeda terhadap indikator beras. Tingkat kepentingan atribut beras menurut responden yang paling penting yakni kepulenan, butir patah, dan daya tahan. Sedangkan atribut yang dinilai konsumen tidak penting yakni aroma beras, dan harga jual beras yang bersaing. (3) Berdasarkan analisis perhitungan regresi berganda menyatakan bahwa pendapatan dan jumlah anggota keluarga berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen dalam membeli beras. Sedangkan jenis kelamin dan pendidikan berpengaruh tidak nyata dalam keputusan konsumen membeli beras.

Kata Kunci : Atribut beras, faktor-faktor penentu keputusan dalam membeli beras, preferensi Konsumen.

SKRIPSI

**PREFERENSI KOSUMEN DAN FAKTOR-FAKTOR PENENTU
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI BERASDI PASAR
PLAJU KOTA PALEMBANG**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya



Siti Rogayah
05011381621132

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

**PREFERENSI KOSUMEN DAN FAKTOR-FAKTOR PENENTU
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI BERASDI PASAR
PLAJU KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI


Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

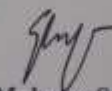
Oleh:

Siti Rogayah
05011381621132

Indralaya, Maret 2020
Pembimbing II

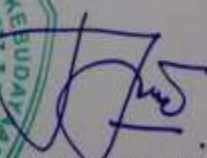
Pembimbing I


Dr. Yunita, S.P., M.Si.
NIP. 197106242000032001


Eka Mulyana, S.P., M.Si.
NIP. 197710142008122002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian




Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc.
NIP 196012021986031003

Skripsi dengan Judul "Preferensi Konsumen dan Faktor-faktor Penentu Keputusan Konsumen Membeli Beras di Pasar Plaju Kota Palembang" oleh Siti Rogayah telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 13 Februari 2020 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

1. Dr. Yunita, S.P., M.Si.
NIP 197106242000032001

Ketua

(.....)

2. Eka Mulyana, S.P., M.Si.
NIP 197710142008122002

Sekretaris

(.....)

3. Prof. Dr. Ir. Sriati, M.s.
NIP 195907281984122001

Anggota

(.....)

4. Indri Januarti, S.P., M.Sc.
NIP 198301092008122002

Anggota

(.....)

Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Is. Marvadi, M.Si.
NIP 196501021992031001

Indralaya, Maret 2020
Koordinator Program Studi
Agribisnis

Desi Aryani

Dr. Desi Aryani, S.P., M.Si.
NIP 198112222003122001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Rogayah

NIM : 05011381621132

Judul : *Preferensi Konsumen dan Faktor-faktor Penentu Keputusan Konsumen Membeli Beras di Pasar Plaju Kota Palembang*

Menyatakan dengan sesungguhnya Skripsi yang berjudul “Preferensi Konsumen dan Faktor-faktor Penentu Keputusan Konsumen Membeli Beras di Pasar Plaju Kota Palembang” merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, belum atau tidak sedang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di tempat lain kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya dan bukan hasil penjiplakan/plagiat. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiarasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan maupun tekanan dari pihak manapun.



Indralaya, Maret 2020



Siti Rogayah

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas nikmat Allah SWT yang telah memberikan karunia serta hidayahnya, tak lupa pula sholawat beriring salam tak henti-hentinya penulis ucapkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman hingga zaman. Berkat nikmatnya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Preferensi Konsumen dan Faktor-faktor Penentu Keputusan Konsumen Membeli Beras di Pasar Plaju Kota Palembang”. Skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Penulis menyadari tanpa bantuan dan dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kepada Allah SWT atas berkat serta karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.
2. Bapak Dr.Ir. Maryadi, M.Si. selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian dan seluruh dosen pengajar yang telah memberikan ilmu serta bimbingannya dalam proses perkuliahan.
3. Ibu Dr. Yunita, S.P.,M.Si. selaku dosen pembimbing pertama yang senantiasa membimbing serta memberikan arahan dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Eka Mulyana, S.P.,M.Si. selaku dosen pembimbing kedua sekaligus sebagai pembimbing akademik penulis yang selalu sabar memberikan arahan serta bimbingan dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
5. Saudari Rachel Margaretha Gultom selaku sahabat serta rekan sepembimbing skripsi penulis yang senantiasa menjadi tempat bertukar pikiran, saling menyemangati, dan selalu ada untuk penulis.
6. Rekan sepembimbing penulis Fadillah, Fitri, Heryana, dan Husni yang senantiasa berbagi semangat dari awal perkuliahan hingga masa perkuliahan berakhir.
7. Saudari Ayu Rahmi, Rice Soleha, dan Iqro Kurnia selaku sahabat penulis yang telah setia selalu kebersamai penulis, berbagi tangis hingga tawa,

berbagi semangat, serta motivasi, yang telah selalu ada dalam keadaan apapun dari awal perkuliahan hingga perkuliahan telah berakhir.

8. Squad Agribisnis B Palembang yang telah menjadi teman tersetia penulis yang selalu berbagi suka maupun duka, saling menyemangati dalam hal perkuliahan maupun dalam hal penyusunan skripsi ini.
9. Staff tata usaha kak Ari, Kak Bayu, Mba Dian, dan Mba Sherly yang telah membantu perihal kelengkapan administrasi selama masa perkuliahan.
10. Serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Dengan penuh cinta dan kasih penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ayahanda Penulis dan Ibunda Penulis yang telah senantiasa merawat serta membesarkan penulis dengan balutan cinta, yang tak pernah bosan senantiasa memberikan arahan dan nasihat setiap harinya, dan yang dengan ikhlas mengeluarkan keringat hanya untuk membiayai pendidikan penulis. Adik penulis yang selalu berbagi canda tawa, suka duka yang dapat membuat penulis semangat dalam melakukan penulisan ini. Tak lupa Ujuk Sodik, selaku paman penulis yang telah senantiasa memberikan motivasi, dukungan, dan selalu siap direpotkan penulis. Inilah persembahan dari penulis sebagai pengganti waktu kebersamaan yang mungkin telah tersita akibat penulisan skripsi ini. Semoga dengan persembahan sederhana ini dapat membuat kalian bangga.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna kesempurnaan dan kelengkapan skripsi ini. Besar harapan penulis agar kelak skripsi ini dapat bermanfaat untuk kita semua.

Indralaya, Maret 2020

Siti Rogayah

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Rogayah

NIM : 05011381621132

Judul : Preferensi Konsumen dan Faktor-faktor Penentu Keputusan Konsumen
Membeli Beras di Pasar Plaju Kota Palembang

Menyatakan dengan sesungguhnya Skripsi yang berjudul “**Preferensi Konsumen dan Faktor-faktor Penentu Keputusan Konsumen Membeli Beras di Pasar Plaju Kota Palembang**” merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, belum atau tidak sedang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di tempat lain kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya dan bukan hasil penjiplakan/plagiat. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan maupun tekanan dari pihak manapun.

Indralaya, Februari 2020

Siti Rogayah

RIWAYAT HIDUP

Penulis memiliki nama lengkap yang bernama Siti Rogayah. Nama Siti memiliki arti sebagai Gadis dan nama Rogayah memiliki arti sebagai orang yang setia, ekspresif, dan penyayang. Penulis biasa dipanggil dengan sebutan yayak. Panggilan yayak tercetus ketika penulis sedang berada di bangku SMP. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan bapak Muhammad Rozali dan ibu Aula. Penulis dilahirkan 20 tahun silam yang bertepatan pada tanggal 13 Juli 1999 di Kota Palembang.

Penulis memulai pendidikannya pada tahun 2004 di Madrasah Ittihadiyah, setelah 6 tahun penulis melanjutkan pendidikannya di SMPN 43 Palembang yakni pada tahun 2010. Pada tahun 2013 penulis melanjutkan pendidikannya di SMAS Muhammadiyah 2 Palembang. Pada masa SMA lah penulis memutuskan untuk menggunakan hijab. Lalu pada tahun 2016 penulis diterima di Universitas Sriwijaya dengan jalur USM dengan Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

Penulis telah menyelesaikan Praktek Lapangan dengan judul “Budidaya dan Pemasaran Terung Ungu Organik di Klinik Agribisnis Universitas Sriwijaya”. Lalu, pada bulan Juni 2019 sampai dengan Juli 2019 penulis telah menyelesaikan Magang di salah satu PT besar di Indonesia yakni PT Bukit Asam Tbk Tanjung enim dengan satuan kerja Bina Wilayah. Judul laporan magang penulis yakni “Tinjauan Pemasaran Beras Organik PT PABA binaan PT Bukit Asam Tbk).

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN.....	5
2.1. Tinjauan Pustaka	5
2.1.1. Produksi Padi Sumatera Selatan	5
2.1.2. Karakteristik Biji Padi/Gabah	6
2.1.3. Karakteristik Beras.....	6
2.1.4. Standarisasi Beras di Indonesia.....	7
2.1.5. Konsepsi Karakteristik Sosial Ekonomi Konsumen.....	7
2.1.6. Konsepsi Preferensi Konsumen	9
2.1.7. Konsepsi Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	9
2.1.7.1. Pengenalan Kebutuhan.....	11
2.1.7.2. Pencarian Informasi	11
2.1.7.3. Evaluasi Alternatif	11
2.1.7.4. Keputusan Pembelian.....	12
2.1.7.5. Perilaku Pasca Pembelian	12
2.1.8. Konsepsi Pasar Tradisional.....	12
2.2. Model Pendekatan.....	14
2.3. Hipotesis.....	14
2.4. Batasan Operasional.....	16
BAB 3. PELAKSANAAN PENELITIAN.....	18
3.1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan	18

	Halaman
3.2. Metode Penelitian.....	18
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	18
3.4. Metode Pengumpulan Data	20
3.5. Metode Pengolahan Data	20
3.5.1. Uji Asumsi Klasik.....	23
3.5.2. Uji Heterokedastisitas	23
3.5.3. Uji Multikolinearitas	23
3.5.4. Uji Auto Korelasi	24
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1. Keadaan Umum Daerah Penelitian	27
4.1.1. Letak Geografis.....	27
4.1.2. Topografi.....	27
4.1.3. Iklim	28
4.1.4. Kependudukan.....	29
4.1.5. Sarana dan Prasarana.....	31
4.1.6. Pasar Tradisional Plaju.....	33
4.2. Karakteristik Sosial Ekonomi Konsumen	35
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia	35
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	36
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	37
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	37
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	38
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	40
4.3.1. Hasil Uji Validitas.....	40
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas	40
4.4. Preferensi Konsumen Terhadap Kepentingan Atribut Beras	41
4.4.1. Indikator Fisik Beras	42
4.4.2. Indikator Mutu Beras	43
4.4.3. Indikator Harga Beras	44
4.4.4. Indikator Kemasan Beras	45

	Halaman
4.5. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Beras	46
4.5.1. Pengenalan Kebutuhan.....	46
4.5.2. Pencarian Informasi	48
4.5.3. Evaluasi Alternatif	49
4.5.4. Keputusan Pembelian.....	50
4.5.5. Perilaku Pasca Pembelian	52
4.6. Faktor-faktor Penentu Keputusan Konsumen Membeli Beras.....	53
4.6.1. Uji Asumsi Klasik.....	53
4.6.1.1. Uji Normalitas	53
4.6.1.2. Uji Multikolinearitas	54
4.6.1.3. Uji Heterokedastisitas	55
4.6.2. Hasil Analisis Uji Model Regresi Linear Berganda.....	55
4.6.2.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
4.6.2.2. Uji F (uji simultan).....	56
4.6.2.3. Uji Parsial (uji t-Statistik)	57
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Padi Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Selatan	5
Tabel 2.2. Persyaratan Mutu Beras Berdasarkan SNI.....	7
Tabel 3.1. Interval Kelas Per Pertanyaan	21
Tabel 3.2. Interval Kelas Berdasarkan Tingkat Kepentingan Atribut Beras.....	22
Tabel 4.1. Suhu Udara dan Kelembapan Udara di Kota Palembang Tahun 2018.....	29
Tabel 4.2. Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Kecamatan Tahun 2018.....	30
Tabel 4.3. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Palembang Tahun 2017	31
Tabel 4.4. Sarana Pendidikan, Kesehatan, Tempat Peribadatan Kota Palembang Tahun 2017	32
Tabel 4.5. Luas Lahan Sawah dan Luas Lahan Panen Padi Berdasarkan Kecamatan di Kota Palembang Tahun 2017	33
Tabel 4.6. Toko Sembako di Pasar Plaju Kota Palembang	34
Tabel 4.7. Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Usia	36
Tabel 4.8. Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	36
Tabel 4.9. Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	37
Tabel 4.10. Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	38
Tabel 4.11. Sebaran Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga.....	39
Tabel 4.12. Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.15. Skor Rata-rata Per Indikator	41
Tabel 4.16. Skor Rata-rata Indikator Fisik Beras.....	42
Tabel 4.17. Skor Rata-rata Indikator Mutu Beras	43
Tabel 4.18. Skor Rata-rata Indikator Harga Beras	44

	Halaman
Tabel 4.19. Skor Rata-rata Indikator Kemasan Beras.....	45
Tabel 4.20. Alasan Konsumen Membeli Beras.....	47
Tabel 4.21. Frekuensi Konsumsi Beras Responden.....	47
Tabel 4.22. Sumber Informasi Pembelian Beras.....	48
Tabel 4.23. Atribut yang Menjadi Pertimbangan dalam Membeli Beras	49
Tabel 4.24. Cara Memutuskan Pembelian Beras	50
Tabel 4.25. Berapa Kali Responden Membeli Beras dalam Satu Bulan.....	51
Tabel 4.26. Volume dalam Pembelian Beras	51
Tabel 4.27. Merk Beras yang dibeli Lebih dari Enam Bulan.....	52
Tabel 4.28. Tingkat Kepuasan Konsumen Pasca Pembelian Beras	53
Tabel 4.29. Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.30 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4.31. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	55
Tabel 4.32. Hasil Uji r-Square	56
Tabel 4.33. Hasil Uji Simultan/Uji F	56
Tabel 4.34. Hasil Uji t-Statistik.....	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Proses Keputusan Pembelian	10
Gambar 2.2. Model Pendekatan	14

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Wilayah Kota Palembang	64
Lampiran 2. Denah Lapak Kios Pasar Plaju Kota Palembang (Lantai 1)	65
Lampiran 3. Denah Lapak Kios Pasar Plaju Kota Palembang (Lantai 2)	66
Lampiran 4. Daftar Kios Pasar Plaju.....	67
Lampiran 5. Identitas Konsumen Beras di Pasar Plaju Kota Palembang	71
Lampiran 6. Jawaban Responden Mengenai Tingkat Kepentingan Atribut Beras di Pasar Plaju Kota Palembang	73
Lampiran 7. Uji Validitas.....	75
Lampiran 8. Uji Reliabilitas	77
Lampiran 9. Proses Keputusan Konsumen Membeli Beras.....	78
Lampiran 10. Hasil Uji Asumsi Klasik	83
Lampiran 11. Hasil Uji Normalitas	84
Lampiran 12. Hasil Uji Multikolinearitas	85
Lampiran 13. Hasil Uji Heterokedastisitas	86
Lampiran 14. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	87
Lampiran 15. Uji F	88
Lampiran 16. Uji T.....	89
Lampiran 17. Dokumentasi di Lapangan	90

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan Pertanian di Indonesia saat ini mempunyai peranan yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat terutama usaha pertanian yang meliputi hortikultura, perkebunan, perternakan, serta perikanan. Pembangunan pertanian bertujuan untuk selalu memperbaiki mutu hidup dan kesejahteraan manusia terutama petani, baik perorangan maupun masyarakat pada umumnya (Mardikanto, 2013). Kebutuhan akan pangan merupakan hal yang sangat penting dan strategis bagi keberlangsungan hidup umat manusia. Kebutuhan manusia akan pangan adalah hal yang mendasar. Kebutuhan pangan harus terpenuhi secara ideal baik secara kuantitas maupun kualitas. Saat ini pemenuhan kebutuhan pangan menghadapi sejumlah persoalan.

Salah satu komoditas pangan yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia adalah beras. Beras merupakan bahan pangan penting dan menjadi makanan pokok lebih dari setengah penduduk dunia, termasuk Indonesia. Konsumsi beras di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 98,01 kg/kapita/tahun (Pusdatin Kementan, 2016) yang jika dikonversikan dengan jumlah penduduk Indonesia yang sebesar 258,7 juta jiwa pada tahun 2016 (BPS, 2017), maka konsumsi beras di Indonesia mencapai lebih dari 25,35 juta ton. Oleh karena itu ketersediaan beras merupakan hal yang penting untuk dipenuhi.

Konsumsi beras di Indonesia begitu besar, sehingga *image* masyarakat tentang makanan memiliki konotasi harus makan nasi. Keadaan ini membuktikan bahwa budaya makan nasi masyarakat susah diubah sehingga kebutuhan beras semakin meningkat dari tahun ketahun sejalan dengan pertambahan jumlah penduduk. Rata-rata konsumsi beras pada tahun 2011-2015 per kapita seminggu di Indonesia adalah 1,626-1,721 kg (Badan Pusat Statistik, 2017).

Angka konsumsi beras di Indonesia menempati urutan ke tiga setelah China dan India sebesar 38.650 kg/kapita. Badan Pusat Statistik (BPS) 2015 mengatakan bahwa konsumsi beras per kapita adalah sebesar 98 kg per tahun yang mana jumlah ini meningkat dibanding tahun sebelumnya yang hanya

97,2 kg per tahun. Pemenuhan karbohidrat orang Indonesia 80% berasal dari beras yang ditanak menjadi nasi. Konsumsi terhadap beras yang cukup besar sebagai pangan pokok tentu saja memiliki beraneka ragam karakteristik maupun preferensi dari konsumen yang akan membeli beras. Keberagaman tersebut dipengaruhi oleh karakteristik sosial ekonomi dan atribut beras yang akan dibeli oleh konsumen.

Banyaknya perbedaan dan pengaruh lingkungan menyebabkan konsumen beras memiliki preferensi yang berbeda baik dalam hal kualitas maupun kuantitas. Secara tidak langsung hal ini menuntut para produsen untuk menciptakan produk beras yang sesuai dengan keinginan konsumen, khususnya terhadap segmen pasar yang dituju. Memang benar adanya bahwasanya Pemerintah telah berusaha keras pada peningkatan kuantitas dan produktivitas beras dengan harapan untuk mencukupi kebutuhan beras dalam negeri. Akan tetapi seiring berjalannya waktu selain peningkatan kuantitas, ada preferensi dan kepuasan yang terus berkembang menuntut adanya peningkatan pada kualitas beras yang selama ini dikonsumsi. Oleh karena itu untuk menghasilkan beras yang sesuai dengan harapan konsumen, langkah awal yang harus diperhatikan produsen yakni pengetahuan mengenai perilaku konsumen. Pengetahuan mengenai preferensi perlu dilakukan agar setiap keputusan yang diambil tidak bertentangan dengan harapan konsumen, dikarenakan semua keputusan konsumsi berada di tangan konsumen (Astuti, 2008).

Terdapat perbedaan Segmen konsumen antara konsumen dengan pendapatan atas, menengah dan bawah. Sutrisno (2007) mengatakan bahwa secara umum preferensi penduduk sekitar 60 persen masih memilih beras yang murah dengan kualitas yang rendah sampai sedang, sementara sisanya sekitar 40 persen memilih beras dengan kualitas yang bagus dan tak terlalu melihat harga. Kebutuhan konsumen akan beras berbedabeda antara konsumen satu dengan lainnya. Perbedaan kebutuhan beras dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain pendapatan, selera konsumen, kualitas beras dan harga beras.

Edison dan Sri (2014) mengatakan peningkatan pendapatan penduduk mengakibatkan peningkatan tuntutan terhadap kualitas. Kualitas merupakan salah satu yang menjadi kriteria penting konsumen dalam memilih beras yang akan

dikonsumsinya yang mana konsumen beras saat ini semakin mementingkan mutu yang mana konsumen pada saat ini melihat beras tidak hanya sebagai komoditas melainkan sebagai suatu produk dengan kriteria tertentu. Selain kualitas, faktor lain yang juga dominan mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian adalah harga.

Kota Palembang sebagai kota Metropolitan dengan jumlah penduduk berdasarkan data agregat kependudukan perkecamatan Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Palembang di Januari 2012 sebanyak 1.708.413 jiwa dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar 1,76%. Pada Kecamatan Plaju memiliki jumlah penduduk sebanyak 89.644 jiwa terbagi menjadi 44.901 berjenis kelamin laki- laki dan 44.743 berjenis kelamin Perempuan (Badan Pusat Statistik, 2018). Kecamatan plaju sendiri memiliki salah satu pasar besar yang bertepatan di Jalan Pintu besi II, Plaju ilir Kecamatan Plaju.

Pasar Plaju merupakan salah satu pusat berbelanja masyarakat yang tinggal di kecamatan plaju. Pasar plaju menyediakan seluruh kebutuhan masyarakat dimulai dari toko sembako, toko plastik, pedagang lauk pauk baik sayuran hingga seafood, pedagang pakaian, dan lain sebagainya. Pasar plaju memiliki 2 lantai dimana lantai dasar berisi pedagang- pedagang yang menjual kebutuhan rumah tangga. Sedangkan, lantai kedua menjual pakaian dimulai dari pakaian anak-anak hingga orang dewasa. Pada lantai kedua juga terdapat wahana bermain untuk anak-anak.

Pasar Plaju memiliki 19 Toko sembako, yang terletak di dalam pasar plaju dan daerah sekitaran pasar plaju. Menjual beraneka ragam bahan sembako dimulai dari beras, gula, telur, tepung tapioka, dan lain sebagainya. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk menganalisis preferensi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen membeli beras di Pasar Plaju Kota Palembang.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang penelitian di atas, maka permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik sosial ekonomi konsumen yang membeli Beras di Pasar Plaju Kota Palembang ?
2. Bagaimana Preferensi Konsumen terhadap atribut-atribut beras (Bentuk beras, butir patah, derajat putih, kepulenan, aroma, daya tahan, harga, dan kemasan) di Pasar Plaju Kota Palembang ?
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi beras oleh konsumen yang membeli beras di Pasar Plaju Kota Palembang ?

1.3.Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen yang membeli beras di Pasar Plaju Kota Palembang.
2. Menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut-atribut beras (Bentuk beras, butir patah, derajat putih, kepulenan, aroma, daya tahan, harga, dan kemasan) di Pasar Plaju Kota Palembang.
3. Menganalisis faktor-faktor penentu jumlah konsumsi beras oleh konsumen beras yang membeli beras di Pasar Plaju Kota Palembang.

Adapun kegunaan dari penelitian ini diharapkan :

- 1) Sebagai tambahan informasi dan dan pengetahuan kepada semua pihak yang membutuhkan.
- 2) Sebagai bahan kepustakaan kepada peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon. dan Riduwan., 2010. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika* [online]. Cet 2. Alfabeta.
- Astuti, E.P. 2008. *Analisis Preferensi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Beras di Kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Az, Nasution. 2005. *Konsumen dan Hukum Tinjauan Sosial, Ekonomi, dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- BPS (Badan Pusat Statistik). 2017. *Statistik Indonesia 2017*. Hal.83.
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Data Produksi Padi, Jagung, dan Kedelai Provinsi Lampung tahun 2014*. Berita Resmi Statistik. Lampung.
- Badan Urusan Logistik (BULOG). 2005 . *Pedoman umum pengadaan gabah dan beras dalam negeri tahun 2005 di lingkungan perusahaan umum BULOG*. Divisi Pengadaan Perum BULOG, Jakarta.
- Edison dan Sri, R. 2014. *Pengaruh Persepsi Kualitas dan Persepsi Harga terhadap Perceived Value, Citra Perusahaan dan Minat Konsumen Membeli Beras Komersial Bulog di Kota Pekanbaru*. Jurnal Tepak Manajemen Bisnis. Vol. VI No. 2 Mei 2014.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. (1995). *Consumer Behavioc*. 8th Ed. Forth Worth.Texac: The Dryden Press.
- Farama, F. 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Beras di Kota Kendari*. Skripsi. Universitas Halu Oleo Kendari.
- Fitriani, L. 2015. *Konsep Pendidikan K.H. AHMAD DAHLAN*. Universitas Pendidikan Indonesia:repository.upi.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Haryadi, 2008. *Teknologi Pengolahan Beras*. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Hermanto Malano, 2011. *Selamatkan Pasar Tradisional*. Jakarta : Gramedia.

- Intruksi Presiden No. 5 Tahun 2015.
- Jurnali, Indrasari D, Wibowo P. 2009. *Identifikasi Karakteristik dan Mutu Beras di Jawa Barat*. Penelitian Pertanian Tanaman Pangan. Vol. 28 No. 1.
- Kementrian Keuangan. 2015. *Penghasilan Kelas Menengah*. Jakarta.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kumboro, Haryo, Radityo, E. 2016. *Pengaruh Karakteristik dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Beras di Kota Medan*. [Tesis]. (ID). Medan. Universitas Sumatera Utara
- Malhotra, N. K 2009. *Marketing Research : An Applied Orientation (6th Ed)*. Prentice Hall. Engewood Clifs. New Jersey.
- Mardikanto, T. 2013. *Penyuluhan Pembangunan Pertanian*. Sebelas Maret University Press. Surakarta.
- Prasidiya, Doeranto dan Silalahi. 2013. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Bakpia Pia Djogja Dengan Metode Konjoin*. Fakultas Teknologi Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang.
- Pusdatin (Pusat Data dan Informasi Pertanian) Kementrian Pertanian. 2016. *Outlook Komoditas Pertanian Sub Sektor Tanaman Pangan: Padi*. 80.
- Putong I. 2013. *Economic Pengantar Mikro dan Makro*. Jakarta. Mitra Wacana Media.
- Rachmat, R., R. Thahir, and M. Gummert. 2006. *The empirical relationship between price and quality of rice at market level in West Java*. Indonesian Journal of Agricultural Science 7(1):27-33.
- Rusma, J., Hubeis, M., dan Suharjo B. 2011. *Kajian Preferensi Konsumen Rumah Tangga Terhadap Beras Organik di Wilayah Kota Bogor*. Jurnal Manajemen IKM.
- Sangadji, M, E & Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta. Penerbit Andi
- Schiffman, L. G & Kanuk, L.L. (2000). *Consumer Behavior: 7th Ed*. New Jersey : Prentice Hall.
- Setiadi JN. 2003. *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta (ID): Predana Media Group.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suherman Rosyidi. 2003. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta : Raja Garafindo Persada.
- Simamora., 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran* [online]. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Soekartawi, 2012. *Faktor-faktor Produksi : Salemba Empat*.
- Suliantini, R. Gusti, W. Teguh, dan Muhidin. 2011. *Pengujian Kadar Antosianin Padi gogo Beras Merag Hasil Koleksi Plasma Nuftah Sulawesi Tenggara*. J.Crop Agro4 (2):43-48.
- Sumarwan U. 2002. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta (ID): PT. Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U., et al. 2011. *Riset Pemasaran dan Konsumen: Panduan Riset dan Kajian Kepuasan, Perilaku, Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas dan Persepsi Resiko*. Bogor : IPB Press.
- Sumarwan, U. 2004. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sumarwan, U. 2017. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya*. Bogor. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sundari, A. 2018. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Beras yang Diperjualbelikan di Kios Beras Kota Palembang. [Skripsi]. (ID). Universitas Sriwijaya
- Sutrisno. 2007. *Trend Pemasaran Beras di Indonesia, dalam Majalah Pangan Perum Bulog, Edisi No. 48/XVI/Januari/2007*. Puslitbang BULOG, Jakarta.
- Wawan, A dan Dewi, M. 2010. *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.

Preferensi Konsumen dan Faktor-faktor Penentu Keputusan Konsumen Membeli Beras di Pasar
Plaju Kota Palembang

Consumer Preferences and Determinants of Consumer Decision to Buy Rice in the Plaju Market
Palembang City

Siti Rogayah¹, Yunita², Eka Mulyana³

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

Abstract

The purpose of this study are: (1) Describe the characteristics of consumers who buy rice at Palembang's Plaju Market. (2) Analyzing consumer preferences for rice attributes (form of rice, broken grains, degree of whiteness, flatness, aroma, durability, price, and packaging) in Palembang City's Plaju Market. (3) Analyzing the factors that influence consumer decisions in buying rice at the Palembang City Plaju Market. The study was conducted at the Palembang City Plaju Market. The research method used was a survey method. The sampling method in this study uses a non-probability sampling method, namely the incidental sampling method with a sample size of 30 respondents. Data retrieval is done by taking primary data and secondary data. The results showed that (1) the age characteristics of the average consumer were in the late adult phase which ranged in age from 36 years to 45 years. Characteristics of consumers in this study based on the level of education by 60 percent of high school graduates. The level of income of respondents in this study is middle to upper, which is around Rp. 2,600,000 - Rp. 6,000,000. In this study the characteristics of the respondents' work are BUMN, PNS, Entrepreneur, and others. Other occupations referred to in this study such as motorcycle taxi, labor, and opening their own businesses. The number of family members in this study as much as 60 percent amounted to three to four people. (2) In this study rice consumers have different preferences on rice indicators. The level of importance of rice attributes according to respondents is the most important, namely tenacity, broken items, and endurance. While the attributes that consumers consider not important are the aroma of rice, and the competitive selling price of rice. (3) Based on the analysis of the multiple regression calculation, it states that the income and the number of family members have a significant effect on consumers' decision to buy rice. While gender and education have no significant effect on consumers' decision to buy rice.

Keywords: Consumer preferences, factors in buying rice, rice attributes,,

Pembimbing I,

Dr. Yunita, S.P., M.Si.
NIP.197106242000032001

Indralaya, Juni 2020
Pembimbing II,

Eka Mulyana, S.P., M.Si.
NIP.197710142008122002

Mengetahui
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Ir. Maryadi, M.Si.
NIP.196501021992031001

