I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut penelitian Timmer (1996) dalam Amang dan Sawit (1999), membuktikan secara empiris bagaimana eratnya kaitan antara pertumbuhan ekonomi dan ketahanan pangan. Didapat kesimpulan bahwa tidak ada negara yang dapat mempertahankan pertumbuhan ekonomi tanpa terlebih dahulu memecahkan masalah ketahanan pangan. Indonesia merupakan negara agraris dengan sumber daya alam melimpah dan wilayahnya yang luas berpotensi untuk memenuhi kebutuhan pangan dan gizi bagi penduduknya. Kekayaan alam yang melimpah dan jumlah penduduk yang besar menjadi potensi pengembangan sektor pertanian, dengan menghasilkan produk-produk pertanian yang dibutuhkan masyarakat untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari (Soebandi, 1993). Beras merupakan makanan pokok sebagian besar penduduk Indonesia sehingga pemerintah menempatkan beras sebagai komoditas yang harus selalu cukup tersedia. Banyak kepentingan publik dihasilkan oleh beras, dan beras berperan penting dalam ketahanan pangan, stabilitas ekonomi, dan lapangan kerja.

Bustaman (2003), menyatakan bahwa beras juga sangat penting terkait jumlah produsen dan konsumennya di Indonesia. Dari sisi produsen, usahatani padi di Indonesia melibatkan 25,4 juta orang. Sedangkan dari sisi konsumen, sekitar 30 persen dari total pengeluaran rumah tangga miskin dipergunakan untuk membeli beras. Saat ini lebih dari 90 persen penduduk Indonesia mengkonsumsi beras sebagai makanan pokok. Dari sisi gizi dan nutrisi, beras relatif unggul dari pangan lain. Seluruh bagian beras dapat dimakan, dengan kandungan energi 360 kalori dan protein 6,8 gr per 100 gr. Pangsa beras pada konsumsi energi per kapita mencapai 54,3 persen. Artinya, lebih dari setengah dari energi yang kita gunakan bersumber dari beras. Selain itu, sekitar 40 persen sumber protein juga dipenuhi dari beras.

Konsumsi beras telah mengalami pergeseran dari sekedar beras bermutu sedang menjadi beras bermutu tinggi. Upaya peningkatan produksi dan mutu beras adalah dua faktor yang sama penting (Suismono, dkk, 2008). Beras dengan kemasan yang mencantumkan berbagai atribut informasi seperti merk dagang, produsen dan tingkat mutu dikenal dengan sebutan beras berlabel.

Menurut McCluskey dan Loureiro (2003), konsumen semakin berminat pada produk beras berlabel menyusul meningkatnya kesadaran untuk hidup yang lebih sehat, aman, dan ramah lingkungan. Sedangkan menurut Caswell dan Padberg (1992), pangan berlabel hadir sebagai jawaban atas dilema tidak lengkapnya informasi tentang keamanan pangan. Kesadaran ini membuat konsumen siap untuk membayar lebih mahal atas produk-produk berlabel yang memiliki jaminan kesehatan, keamanan, dan ramah lingkungan.

Produsen dituntut untuk menyediakan produk beras yang sesuai dengan keinginan konsumen, khususnya segmen pasar yang dituju. Beberapa produk beras berlabel yang ada di Indonesia antara lain beras pandan wangi, IR 64 atau setra ramos, rojolele, IR 42, cianjur dan beras merah. Beberapa karakteristik yang menentukan mutu beras adalah sifat fisik, sifat giling, cita rasa, sifat tanak, dan sifat gizi. Penampilan beras, cita rasa, dan kepulenan nasi dapat direpresentasikan oleh sifat fisikokimia beras (Damardjati dkk 1995).

Sikap konsumen terkait dengan kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavior*). Hal ini dikarenakan kepercayaan menjadi salah satu faktor yang membentuk sikap konsumen. Sikap konsumen terbentuk dari adanya kepercayaan dan evaluasi konsumen pada suatu produk atau obyek tertentu, sehingga sikap konsumen akan menggambarkan kepercayaan (*belief*) konsumen pada suatu produk atau obyek tersebut. Terbentuknya sikap konsumen akan membentuk niat seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan, dengan adanya niat tersebut akan memengaruhi terbentuknya perilaku konsumen (Widhiani, 2006). Oleh karena itu, sikap konsumen menjadi faktor yang kuat untuk memengaruhi perilaku konsumen, sehingga dengan mempelajari sikap konsumen dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk membantu manajemen pemasaran dalam pembangunan strategi dan pemasaran yang tepat.

1.2 Rumusan Masalah

Beras dikonsumsi oleh masyarakat baik individu, rumah tangga, maupun usaha jasa. Konsumen beras terdiri dari beragam kelas sosial, baik ditinjau dari pekerjaan, pendapatan, kekayaan, dan variabel kelas sosial lainnya. Garis pendapatan-konsumsi menunjukkan bahwa perbedaan pendapatan yang diperoleh

menyebabkan perbedaan pola konsumsi pada setiap konsumen. Perbedaan pendapatan merupakan salah satu indikator perbedaan kelas sosial. Hal ini menyebabkan perbedaan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi beras pada kelas sosial yang berbeda. Perbedaan pendapatan yang diterima seseorang akan menyebabkan perbedaan pola konsumsi. Konsumen yang berpendapatan di atas rata-rata cenderung memiliki pola konsumsi lebih beragam dibandingkan yang berpendapatan di bawah rata-rata.

Permintaan beras sebagai salah satu makanan pokok dipengaruhi oleh kemajuan di berbagai bidang. Permintaan pangan di masa yang akan datang memiliki banyak tantangan diantaranya adalah pertumbuhan jumlah penduduk, peningkatan pendapatan masyarakat, perubahan struktur demografi dan globalisasi preferensi konsumen (Suryana dan Purwoto, 1998). Pendapatan masyarakat semakin meningkat sehingga tuntutan terhadap kualitas juga meningkat. Perubahan demografi seperti tingkat pendidikan, tingkat urbanisasi serta kemajuan transportasi dan komunikasi memengaruhi preferensi konsumen. Konsumen lebih mengutamakan keseimbangan kualitas, gizi dan estetika (Astuti, 2008).

Persaingan pemasaran beras saat ini sangat ketat karena semakin banyak pelaku pemasaran beras termasuk produsen, pedagang beras lokal dan distributor beras impor. Keanekaragaman varietas yang dikembangkan menghasilkan keragaman sifat dan mutu beras sehingga konsumen lebih leluasa memilih mutu beras yang diinginkan (Damardjati dalam Ambarinanti, 2007). Banyaknya pilihan produk beras menuntut produsen untuk menyediakan produk beras sesuai dengan keinginan konsumen, terutama segmen pasar yang dituju.

Usaha peningkatan kuantitas dan produktivitas beras untuk mencukupi kebutuhan dalam negeri dilakukan oleh pemerintah namun preferensi dan kepuasan juga terus berkembang menuntut adanya peningkatan pada kualitas beras. Produsen harus mengetahui perilaku konsumen untuk bisa menghasilkan beras sesuai harapan konsumen. Pengetahuan mengenai preferensi perlu dilakukan agar setiap keputusan yang diambil tidak bertentangan dengan harapan konsumen. Pengetahuan mengenai kepuasan konsumen perlu diketahui juga supaya kinerja produk yang dinilai konsumen masih kurang memuaskan dapat ditingkatkan. Untuk perlu diketahui tingkat kepuasan konsumen dengan menggunakan metode *Sustomers*

Statisfanction Index (CSI) dengan melihat tingkat kepentingan dari seluruh atribut beras berlabel.

Berdasarkan uraian sebelumnya maka pertanyaan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian beras berlabel ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen beras berlabel yang terkait dengan atribut beras ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli beras berlabel.
2. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen beras berlabel yang terkait dengan atribut beras.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak antara lain :

1. Bagi produsen dan pengusaha beras, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menjalankan usaha setelah mengetahui preferensi dan kepuasan konsumen terhadap atribut beras.
2. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan ketahanan pangan khususnya beras.
3. Bagi peneliti lain, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai komoditas beras.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA