

III KERANGKA KONSEP PENELITIAN

3.1 Kerangka Pemikiran

Beras merupakan bahan pangan pokok bagi sebagian besar penduduk di Indonesia. Masalah beras merupakan masalah yang perlu diperhatikan, di saat bangsa Indonesia mengalami krisis yang cukup membebani rakyat golongan menengah ke bawah yang merupakan mayoritas rakyat Indonesia saat ini. Peranan pemerintah dengan lembaga penyanggah (Bulog) yang sebenarnya bertujuan untuk memantau, menjaga dan menstabilkan harga dan pasokan beras di pasar ternyata belum mampu berperan secara signifikan akibat lemahnya kemampuan manajerial pengelola sehingga sering terjadi gejolak harga di pasar yang cukup meresahkan masyarakat (Herlina dalam Utomo, 2012).

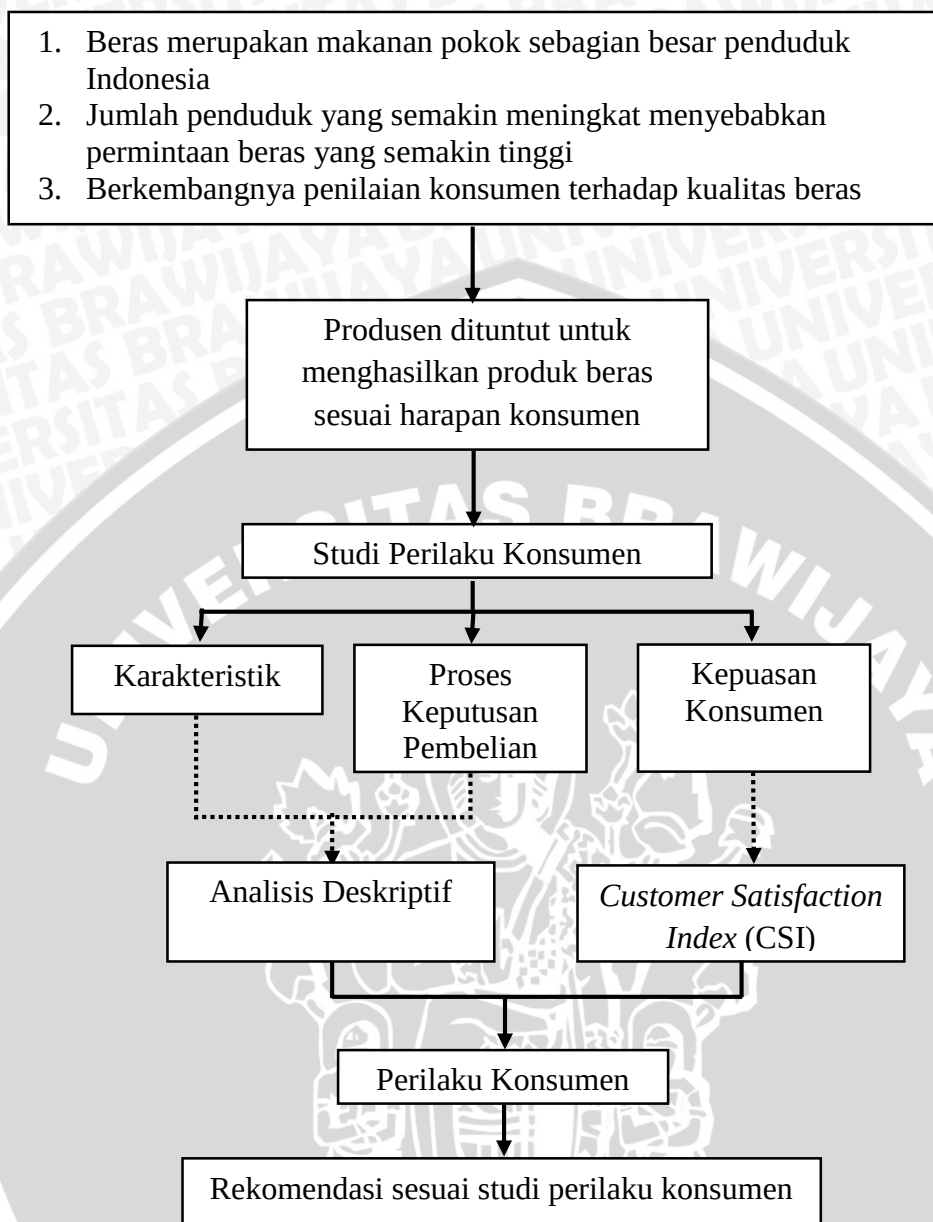
Analisis kajian Astuti (2008), menyatakan bahwa sebagian besar konsumen beras berlabel di kecamatan Mulyorejo, Kota Surabaya berjenis kelamin perempuan, telah menikah, pekerjaan ibu rumah tangga, bersuku Jawa, dan berada dalam usia matang sebagai pengambil keputusan terkait dengan konsumsi beras. Beberapa perbedaan karakteristik responden berdasarkan kelas sosial terkait tingkat pendidikan dan pendapatan keluarga per bulan. Berdasarkan perhitungan CSI dan IPA pada seluruh responden, diketahui bahwa kepuasan total konsumen yang telah terpenuhi oleh atribut-atribut beras yang berada dalam penelitian ini sebesar 70,03%. Sisanya belum terpuaskan karena atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen seperti keseragaman butir, daya tahan beras, dan harga beras kinerjanya belum memuaskan.

Jumlah penduduk yang semakin meningkat sejalan dengan meningkatnya tingkat konsumsi beras nasional. Permintaan beras yang tinggi ini menunjukkan bahwa prospek beras saat ini dan di masa mendatang akan sangat menguntungkan. Permintaan akan beras yang berkualitas semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan perbaikan mutu kehidupan dan gaya hidup sehat. Selain itu, adanya berbagai karakteristik konsumen dan kelas sosial menyebabkan preferensi yang berbeda antar konsumen. Perbedaan ini membutuhkan penanganan yang berbeda pula dalam kebijakan atau strategi yang akan dihasilkan para pengusaha beras.

Konsep pemasaran yang dihasilkan menitikberatkan kepada apa yang diinginkan konsumen. Dengan ini diharapkan apa yang diproduksi sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diharapkan konsumen. Penelitian mengenai perilaku konsumen beras saat ini dirasakan sangat diperlukan untuk membantu tersalurkannya produk yang sesuai dengan pasar target yang ingin dikuasai produsen.

Studi perilaku konsumen yang akan dilakukan terkait dengan karakteristik, proses keputusan pembelian, preferensi dan kepuasan konsumen beras. Melalui analisis deskriptif, karakteristik dan proses keputusan konsumen akan disusun secara ringkas untuk melihat gambaran berbagai kondisi, situasi, atau variabel. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik dan proses keputusan pembelian konsumen beras berlabel melalui tabulasi sederhana, dimana data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh responden ditransformasikan ke dalam suatu bentuk yang mudah dipahami. Proses keputusan pembelian konsumen melalui lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Proses keputusan pembelian ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti faktor budaya, kehidupan sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait dengan tingkat kepuasan konsumen saat ini sehingga dapat menjadi dasar dalam rekomendasi strategi pemasaran mengenai tindakan apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki kinerja sesuai harapan konsumen. Seperti yang disajikan pada Gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan : → Alur Berpikir
 Alur Analisis

3.2 Hipotesis

Berdasarkan tujuan dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Perbedaan karakteristik konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian beras berlabel.

2. Penilaian konsumen dan atribut beras berlabel memengaruhi kepuasan konsumen.

3.3. Batasan Masalah

Untuk memfokuskan dalam pelaksanaan penelitian nantinya, maka diperlukan batasan masalah yang jelas, yaitu:

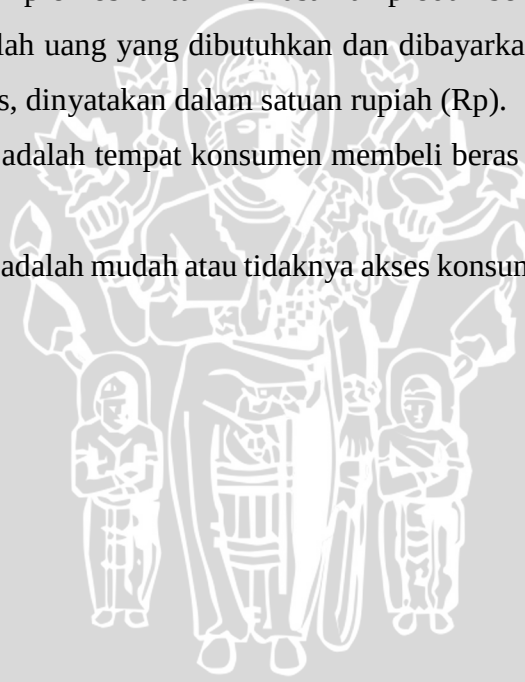
1. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Klojen, Malang.
2. Penelitian ini menggunakan metode perhitungan *Cutomers Statisfaction Index* (CSI) dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen.

3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Beras berlabel adalah beras non curah yang mempunyai kemasan dan informasi mengenai atribut.
2. Konsumen adalah setiap orang yang melakukan pembelian suatu produk atau jasa dengan tujuan untuk mengkonsumsi produk atau jasa tersebut, dalam penelitian ini produk yang dimaksud adalah beras berlabel.
3. Responden adalah konsumen beras berlabel yang telah mengerti prosedur tanya jawab dalam kuesioner dan telah memiliki aksesibilitas pribadi dalam mengambil keputusan, serta bersedia mengisi kuesioner yang telah disediakan.
4. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi data responden tentang usia, jenis kelamin, status pernikahan, suku bangsa, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan.
5. Usia diukur dari masa hidup responden yang terhitung sejak lahir sampai saat ulang tahun terakhir.
6. Pendidikan terakhir responden adalah tingkat pendidikan formal yang telah ditempuh dan diselesaikan oleh responden.
7. Pekerjaan adalah suatu profesi responden berupa kegiatan yang dapat menghasilkan pendapatan dalam kehidupannya.
8. Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima responden dari hasil jerih payahnya selama satu bulan yang dihitung dalam bentuk satuan rupiah (Rp).
9. Atribut produk adalah karakteristik atau ciri-ciri yang dimiliki suatu produk yang berfungsi sebagai atribut evaluatif selama pengambilan keputusan. Dalam

penelitian ini atribut yang diteliti berjumlah 11 atribut, yaitu kepulenan nasi, aroma nasi, sifat fisik beras, jenis beras, daya tahan beras, kemasan beras, merek, iklan beras, harga beras, lokasi pembelian beras dan kemudahan akses.

10. Kepulenan adalah tingkat kehalusan atau kelembutan nasi.
11. Aroma adalah bau rasa yang spesifik dari beras
12. Sifat fisik adalah bentuk beras yang dapat dilihat dan diukur.
13. Jenis adalah varietas atau macam beras berdasarkan faktor genetik.
14. Daya tahan adalah kemampuan lama penyimpanan beras sampai dimasak menjadi nasi.
15. Kemasan adalah wadah atau bungkus dari beras.
16. Merek adalah nama atau lambang yang dimaksudkan sebagai identitas beras.
17. Iklan adalah bentuk promosi untuk memasarkan produk beras.
18. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan dan dibayarkan konsumen untuk mendapatkan beras, dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).
19. Lokasi pembelian adalah tempat konsumen membeli beras dari produsen atau penjual.
20. Kemudahan akses adalah mudah atau tidaknya akses konsumen untuk membeli beras berlabel.



Tabel 1. Pengukuran Kepentingan Variabel Atribut Beras Berlabel

No	Variabel	Keterangan Skor
1.	Kepulenan	1 = kepulenan nasi sangat tidak penting 2 = kepulenan nasi tidak penting 3 = kepulenan nasi agak penting 4 = kepulenan nasi penting 5 = kepulenan nasi sangat penting
2.	Aroma	1 = aroma nasi sangat tidak penting 2 = aroma nasi tidak penting 3 = aroma nasi agak penting 4 = aroma nasi penting 5 = aroma nasi sangat penting
3.	Sifat fisik	1 = sifat fisik beras sangat tidak penting 2 = sifat fisik beras tidak penting 3 = sifat fisik beras agak penting 4 = sifat fisik beras penting 5 = sifat fisik beras sangat penting
4.	Jenis	1 = jenis beras sangat tidak penting 2 = jenis beras tidak penting 3 = jenis beras agak penting 4 = jenis beras penting 5 = jenis beras sangat penting
5.	Daya tahan	1 = daya tahan beras sangat tidak penting 2 = daya tahan beras tidak penting 3 = daya tahan beras agak penting 4 = daya tahan beras penting 5 = daya tahan beras sangat penting
6.	Kemasan	1 = kemasan beras sangat tidak penting 2 = kemasan beras tidak penting 3 = kemasan beras agak penting 4 = kemasan beras penting 5 = kemasan beras sangat penting
7.	Merek	1 = merek beras sangat tidak penting 2 = merek beras tidak penting 3 = merek beras agak penting 4 = merek beras penting 5 = merek beras sangat penting
8.	Iklan	1 = iklan beras sangat tidak penting 2 = iklan beras tidak penting 3 = iklan beras agak penting 4 = iklan beras penting 5 = iklan beras sangat penting
9.	Harga	1 = harga beras sangat tidak penting 2 = harga beras tidak penting 3 = harga beras agak penting 4 = harga beras penting

Tabel 1. (Lanjutan)

No	Variabel	Keterangan Skor
9.	Harga	5 = harga beras sangat penting
10.	Lokasi pembelian	1 = lokasi pembelian beras sangat tidak penting 2 = lokasi pembelian beras tidak penting 3 = lokasi pembelian beras agak penting 4 = lokasi pembelian beras penting 5 = lokasi pembelian beras sangat penting
11.	Ketersediaan	1 = ketersediaan beras sangat tidak penting 2 = ketersediaan beras tidak penting 3 = ketersediaan beras agak penting 4 = ketersediaan beras penting 5 = ketersediaan beras sangat penting

Tabel 2. Pengukuran Kinerja Variabel Beras Berlabel

No	Variabel	Keterangan Skor
1.	Kepulenan	1 = nasi sangat tidak pulen 2 = nasi tidak pulen 3 = nasi biasa 4 = nasi pulen 5 = nasi sangat pulen
2.	Aroma	1 = nasi sangat tidak wangi 2 = nasi tidak wangi 3 = nasi biasa 4 = nasi wangi 5 = nasi sangat wangi
3.	Sifat fisik	1 = sifat fisik beras sangat tidak baik 2 = sifat fisik beras tidak baik 3 = sifat fisik beras biasa 4 = sifat fisik beras baik 5 = sifat fisik beras sangat baik
4.	Jenis	1 = jenis beras sangat tidak diketahui 2 = jenis beras tidak diketahui 3 = jenis beras biasa 4 = jenis beras diketahui 5 = jenis beras sangat diketahui
5.	Daya tahan	1 = daya tahan beras sangat tidak baik 2 = daya tahan beras tidak baik 3 = daya tahan beras biasa 4 = daya tahan beras baik 5 = daya tahan beras sangat baik
6.	Kemasan	1 = kemasan beras sangat tidak menarik 2 = kemasan beras tidak menarik 3 = kemasan beras biasa 4 = kemasan beras menarik 5 = kemasan beras sangat menarik

Tabel 2. (Lanjutan)

No	Variabel	Keterangan Skor
7.	Merek	1 = merek beras sangat tidak terkenal 2 = merek beras tidak terkenal 3 = merek beras biasa 4 = merek beras terkenal 5 = merek beras sangat terkenal
8.	Iklan	1 = iklan beras sangat tidak menarik 2 = iklan beras tidak menarik 3 = iklan beras biasa 4 = iklan beras menarik 5 = iklan beras sangat menarik
9.	Harga	1 = harga beras sangat mahal 2 = harga beras mahal 3 = harga beras biasa 4 = harga beras murah 5 = harga beras sangat murah
10.	Lokasi pembelian	1 = lokasi pembelian beras sangat jauh 2 = lokasi pembelian beras jauh 3 = lokasi pembelian beras biasa 4 = lokasi pembelian beras dekat 5 = lokasi pembelian beras sangat dekat
11.	Ketersediaan	1 = beras sangat sulit diperoleh 2 = beras sulit diperoleh 3 = ketersediaan beras biasa 4 = beras mudah diperoleh 5 = beras sangat mudah diperoleh