

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu produsen beras terbesar di Asia setelah India, Vietnam, dan beberapa negara Asia lainnya. Jumlah penduduk Indonesia saat ini kurang lebih 260 juta orang dan sebagian besar makanan pokoknya adalah beras. Oleh karena itu pemerintah sangat memperhatikan usahatani padi dan bisnis perberasan. Tingkat konsumsi beras masyarakat Indonesia pada tahun 2013 adalah 90,62 kg/kapita/tahun, tahun 2014 sebesar 97,204 kg/kapita/tahun, sedangkan pada tahun 2015 sebesar 98,05 kg/kapita/tahun (BPS, 2017) dilihat bahwa *trend* konsumsi beras masyarakat Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun (Khoiriyah, dkk., 2020).

Konsumsi beras di Indonesia begitu besar, sehingga persepsi masyarakat tentang makanan memiliki konotasi harus makan nasi, beras sebagai sumber karbohidrat yang utama di negara Asia, merupakan bahan pangan pokok bagi hampir 254,9 juta rakyat Indonesia (BPS, 2015). Keadaan ini membuktikan bahwa dengan kualitas lebih baik dengan syarat kadar air maksimal 14%, derajat sosoh 95%, beras kepala minimal 85%, butir patah maksimal 25%, butir menir maksimal 0%, dan benda asing lainnya 0%. Beras yang baik adalah beras dengan tidak beraroma, tidak berserangga, tidak kotor atau terdapat benda asing lainnya. Umumnya beras premium memiliki warna lebih putih dan bening dibandingkan beras medium. Beras premium pada saat dimasak beras dapat menyerap air dengan baik dan saat dimakan terasa pulen, serta memiliki mutu gizi yang baik seperti protein, vitamin, dan kadar mineral (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian,

2017).

Setiap konsumen dalam membeli beras mempunyai perilaku yang berbeda antara satu dengan yang lain. Perbedaan tersebut dapat disebabkan oleh kebiasaan konsumen, keadaan sosial ekonomi, karakteristik konsumen atau oleh orang lain. Jumlah penduduk yang besar menjadikan Kota Makassar memiliki beranekaragam jenis penduduk dan memiliki karakteristik rumahtangga yang bermacam-macam, baik dari usia, pekerjaan, pendapatan rumah, dan jumlah anggota keluarga. Keragaman yang terjadipun mengakibatkan adanya perbedaan konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli beras untuk dikonsumsi.

Perbedaan perilaku setiap konsumen dalam menentukan beras untuk dikonsumsi, menuntut para produsen untuk menyediakan produk beras yang sesuai dengan keinginan konsumen, khususnya segmen pasar yang dituju. Adanya pilihan produk beras saat ini baik berupa harga, kemasan, jenis merek beras dan hal lainnya yang menjadi pertimbangan konsumen. Informasi mengenai preferensi konsumen terhadap beras ini akan sangat bermanfaat bagi produsen dan pedagang beras untuk menyediakan beras yang sesuai dengan keinginan konsumen. Selain itu, informasi ini juga berguna untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui perbaikan-perbaikan atribut mutu yang ada agar kinerja produk yang dinilai konsumen masih kurang memuaskan dapat ditingkatkan lagi. Selain itu di sisi konsumen, konsumen akan terpuaskan apabila beras yang tersedia sesuai dengan harapan konsumen (Nafiah, dkk. 2015).

Beras sebagai makanan pokok utama tersedia di seluruh pasar baik pasar modern, pasar tradisional, swalayan, dan kios beras. Persebaran tempat pembelian

beras ini dikarenakan hampir setiap lapisan masyarakat membutuhkan beras. Pasar modern dan pasar tradisional keduanya menjadi sasaran pemasaran beras ada banyak aneka ragam pilihan merek dan jenis beras premium di pasar modern dan pasar tradisional (Nafiah, dkk. 2015).

Jumlah pasar tradisional yang ada di Kota Makassar adalah 18 unit yaitu: Makassar Mall, Terong, Butung, Kampung Baru, Pannampu (Kalimbu, Kerungkerung), Maricaya, (Sawah Mamajang), (Sambung Jawa, Cendrawasih), Pa'baeng-baeng, Paratambung, Panakkukang, Daya Mandai, Tamalanrea, Toddopuli, Jipang, Jongkok PSJ, Tello dan Kanal BTP. Tata kelola pasar tradisional di Kota Makassar masih terkesan semraut kumuh dan becek sehingga pasar tradisional belum mampu bersaing dengan perkembangan pasar modern, tata kelola pasar tradisional di Kota Makassar masih ditinjau pada aspek perlindungan pada pasar tradisional belum berjalan dengan efektif. Lokasi usaha atau pasar yang sulit diakses sehingga pedagang kadangkala lebih memilih berjualan di pinggir. Selain itu, juga disebabkan karena masih lemahnya keberpihakan pemerintah daerah terhadap para pedagang di pasar tradisional. Sementara pada aspek pemberdayaan pasar tradisional juga belum berjalan dengan efektif. Hal ini ditandai dengan masih rendahnya pembinaan yang dilakukan oleh pihak PD Pasar Makassar Raya terhadap para pedagang. (Syahribulan, 2012).

Pasar modern ialah pasar yang sudah dikelola dengan manajemen modern seperti supermarket, mall, waralaba, *departement store*, pasar serba ada, *shopping centre*, toko serba ada, toko mini swalayan dan sebagainya (Kotler & Keller,

2016). Variasi barang yang dijual sangat beragam. Secara kuantitas, umumnya pasar modern memiliki gudang persediaan barang yang terukur. Jika dilihat dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang sudah pasti. pasar modern juga banyak kita jumpai di zaman sekarang ini. Selain itu, pasar modern juga menawarkan berbelanja dalam satu tempat saja sehingga lebih menghemat tenaga dan waktu serta menawarkan kualitas produk yang lebih baik, memudahkan dalam pembayaran dan juga menawarkan kenyamanan dalam berbelanja (Harmazair dkk, 2006).

Konsumsi beras di Kota Makassar juga dipengaruhi oleh tingkat harga, kualitas beras, pelayanan dan lokasi tergantung dari pendapatan ekonomi keluarga. Kekuatan permintaan ini dapat muncul akibat kenaikan konsumsi konsumen rumahtangga dan konsumen kelembagaan. Kenaikan harga di pasar yang tercetus dari kenaikan permintaan alamiah (misalnya, akibat kenaikan jumlah anggota rumahtangga) tidak akan meningkat sedrastis dibandingkan dengan dampak kekuatan yang dipicu oleh kekurangan pasokan beras di pasar bebas.

Selain itu, kualitas produk beras dapat kita lihat dari keadaan fisik beras itu sendiri, mulai dari tampilan dan aroma. Menurut Umar (2002), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk dan pelayanannya, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan dan nilai-nilai perusahaan. Pertimbangan pelayanan berkaitan dengan kualitas yang pantas sehingga dapat memuaskan konsumen yang berkunjung dan sesuai dengan kualitas lainnya, namun tidak menimbulkan kerugian terhadap perusahaan (Tjiptono, 2007).

Lokasi adalah tempat untuk menyampaikan produk kepada konsumen. Lokasi atau tempat memiliki pengaruh yang nyata terhadap perilaku konsumen. Pada umumnya konsumen akan memilih toko terdekat dengan tempat tinggal mereka. Pemilihan wilayah perdagangan akan menentukan kemenarikan letak toko dengan biaya, waktu dan energi yang akan dikeluarkan konsumen untuk mencapai lokasi toko. Lokasi atau tempat dari toko harus dapat menggambarkan faktor-faktor seperti mudah dijangkau oleh sarana transportasi dari arus lalu lintas, kepadatan penduduk dan distribusinya, pendapatan, stabilitas ekonomi dan persaingan (Aji dan Widodo, 2010).

Berdasarkan latar belakang tersebut, menarik bagi peneliti untuk meneliti “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Beras Premium di Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Makassar, Sulawesi Selatan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah

penelitian yang akan dikemukakan adalah:

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang beras premium di pasar tradisional dan pasar modern ?
2. Berapa jumlah pembelian beras premium oleh konsumen di pasar tradisional dan pasar modern ?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen dalam membeli beras premium di pasar tradisional dan pasar modern ?
4. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian beras di pasar tradisional dan pasar modern ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen yang membeli beras premium di pasar tradisional dan pasar modern di Kota Makassar
2. Menganalisis jumlah pembelian beras premium oleh konsumen di pasar tradisional dan pasar modern di Kota Makassar.
3. Mendeskripsikan tingkat kepuasan konsumen dalam membeli beras premium di pasar tradisional dan pasar modern di Kota Makassar
4. Menganalisis faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian beras di pasar tradisional dan pasar modern di Kota Makassar

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini yaitu :

1. Bagi peneliti, menambah pengetahuan penulis sekaligus sebagai tugas akhir yang merupakan pra-syarat untuk meraih gelar sarjana pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muslim Indonesia.
2. Bagi pengelola pasar tradisional dan pasar modern, sebagai informasi dan bahan acuan faktor tertentu yang mempengaruhi kepuasan konsumen di pasar tradisional dan pasar modern.
3. Bagi pedagang, diharapkan adanya evaluasi berkelanjutan khususnya pemahaman mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada pembelian beras.