

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Beras merupakan hasil olahan dari komoditas tanaman pangan padi yang dikonsumsi oleh hampir seluruh masyarakat di Indonesia sehingga menjadi makanan pokok. Hal ini menjadikan beras sebagai sumber penghidupan utama masyarakat, padahal Indonesia mempunyai banyak sumber pangan lain, antara lain jagung, sorgum, umbi-umbian, dan sagu. Budijanto (2017) berpendapat bahwa konsumsi beras di Indonesia tergolong tinggi karena terhambatnya pola pikir masyarakat yang mengatakan bahwa jika belum makan nasi dianggap belum makan. Sumber energi utama dalam pola makan masyarakat Indonesia adalah beras, yang lebih disukai dibandingkan sumber pangan lain karena keunggulan rasa, pasokan, dan kemudahan pengolahannya. Kualitas beras yang ada di masyarakat berbeda-beda, maka individu akan dihadapkan pada berbagai pilihan yang akan mempengaruhi keputusan pembeliannya.

Keputusan pembelian konsumen rentan terhadap pengaruh perilaku konsumen. Keputusan pembelian melibatkan proses kognitif dimana individu menilai berbagai alternatif dan akhirnya memilih satu produk dari banyak pilihan, seperti halnya yang terjadi pada produk beras dimana terdapat banyak pilihan beras yang tersebar di masyarakat. Faktor yang dapat mempengaruhi pilihan individu untuk membeli beras antara lain faktor sosial, budaya, pribadi dan

psikologi (Anggraeni *et al.*, 2022). Ketidakpuasan atau kepuasan konsumen setelah pembelian suatu produk merupakan dampak dari proses keputusan pembelian dan akan berdampak pada pilihan pembelian di masa depan (Ferawati *et al.*, 2019). Proses pengambilan keputusan konsumen meliputi beberapa tahapan, dimulai dengan identifikasi masalah atau kebutuhan, diikuti dengan pencarian informasi, evaluasi alternatif atau proses kognitif yang terlibat dalam mencapai suatu kesimpulan, dan berpuncak pada pembentukan keputusan pembelian. mempengaruhi perilaku pasca pembelian.

Jumlah produksi beras di Indonesia pada tahun 2022 mengalami peningkatan mencapai 31,54 juta ton lebih besar daripada jumlah produksi beras tahun 2021 sebesar 31,36 juta ton (BPS, 2023). Setiap tahun jumlah konsumsi beras mengalami peningkatan seiring dengan pertumbuhan penduduk yang terjadi di Indonesia sehingga jumlah produksi beraspun mengalami peningkatan. Konsumsi beras mengalami peningkatan yang signifikan dari 31,9 juta ton pada tahun 2019 menjadi 32,8 juta ton pada tahun 2020 (BKP Kementerian Pertanian, 2020). Oleh karena itu, konsumsi beras akan meningkat untuk menopang pertumbuhan populasi.

Kabupaten Pati merupakan sebuah kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Tengah yang terkenal dengan semboyan “Pati Bumi Mina Tani” karena memiliki lahan pertanian yang luas dan sebagian besar penduduknya bekerja sebagai petani. Kabupaten Pati adalah salah satu daerah penghasil beras tertinggi di Jawa Tengah. Pada tahun 2021, Provinsi Jawa Tengah memproduksi beras sebanyak 5.531.297 ton, dengan Kabupaten Pati sebanyak 315.710 ton. Kabupaten Pati menyumbang

produksi padi terbanyak bagi Provinsi Jawa Tengah tepatnya berada di posisi lima besar (BPS, 2021).

Beras merupakan kebutuhan pokok masyarakat yang tersedia di berbagai tempat, termasuk pasar modern. Pasar modern menjamin kualitas produk beras dan menawarkan layanan informatif mengenai produk beras yang dijual. Kehadiran fasilitas yang terpelihara dengan baik meningkatkan rasa kemudahan pelanggan dalam melakukan pembelian. Pelayanan yang diberikan pasar modern tersistematis sehingga meminimalisir adanya kecurangan (Nengsing *et al.*, 2021). Beras yang tersedia di pasar modern terdiri atas beraneka macam merek beras dengan kualitas beras medium hingga premium. Berdasarkan informasi Badan Standardisasi Nasional (BSN), beras terbagi atas 4 klasifikasi Standar Nasional Indonesia (SNI) mutu beras tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Persyaratan Mutu Beras Menurut SNI 6128: 2015

No	Komponen Mutu	Satuan	Premium	Medium		
				1	2	3
1	Derajat sosoh (min)	(%)	100,00	95,00	90,00	80,00
2	Kadar air (maks)	(%)	14,00	14,00	14,00	15,00
3	Beras kepala (min)	(%)	95,00	78,00	73,00	60,00
4	Butir patah (maks)	(%)	5,00	20,00	25,00	30,00
5	Butir menir (maks)	(%)	0,00	2,00	2,00	5,00
6	Butir merah (maks)	(%)	0,00	2,00	3,00	3,00
7	Butir kuning rusak (maks)	(%)	0,00	2,00	3,00	5,00
8	Butir kapur (maks)	(%)	0,00	2,00	3,00	5,00
9	Benda asing (maks)	(%)	0,00	0,02	0,05	0,20
10	Butir gabah (maks)	(%)	0,00	1,00	2,00	3,00

Sumber: Badan Standardisasi Nasional, 2015.

Terdapatnya berbagai macam pilihan beras di masyarakat diduga akan membuat perbedaan keputusan pembelian terhadap produk beras yang akan dikonsumsi. Keragaman jenis beras yang beredar di masyarakat yaitu beras premium dan medium menimbulkan beberapa faktor yang mempengaruhi proses keputusan pembelian pada beras, mulai dari harga, kualitas, tempat penjualan, merek produk dan persepsi konsumen. Konsumen tentunya memilih beras yang berkualitas baik seperti beras premium untuk memenuhi kebutuhan pangan keluarga. Mamilianti (2020) menyatakan bahwa untuk meningkatkan kepuasannya, konsumen akan memilih beras dengan kualitas unggul. Berdasarkan masalah tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor Penentu Keputusan Pembelian Beras Premium di Pasar Modern Kabupaten Pati” untuk menganalisis proses pengambilan keputusan pembelian beras premium oleh konsumen serta menganalisis faktor – faktor penentu meliputi harga, kualitas, tempat penjualan, persepsi konsumen dan *brand image* dalam keputusan pembelian beras premium sehingga dapat menemukan alternatif pemecahan masalah dalam proses pengambilan keputusan pembelian beras premium serta sebagai referensi yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan pembelian beras premium oleh konsumen di Kabupaten Pati.

1.2. Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis proses pengambilan keputusan pembelian beras premium oleh konsumen di Pasar Modern Kabupaten Pati.

2. Menganalisis faktor penentu antara lain harga, kualitas, tempat penjualan, *brand image* dan persepsi konsumen yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian beras premium di Pasar Modern Kabupaten Pati.

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi pembaca, sebagai referensi dan sumber informasi yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan pembelian beras.
2. Bagi akademisi, menjadi salah satu sumber referensi dan bahan perbandingan peneliti selanjutnya mengenai pengaruh perilaku konsumen dalam keputusan pembelian beras.
3. Bagi penulis, sebagai penerapan ilmu selama perkuliahan dan sarana melatih kemampuan menganalisis suatu permasalahan khususnya mengenai keputusan pembelian konsumen.