

PERSEPSI KONSUMEN YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS DI KECAMATAN BUKIT RAYA KOTA PEKANBARU

Asgami Putri¹⁾, Hamdan Yasid²⁾, Khairunnas³⁾

^{1,2,3)} Fakultas Pertanian Universitas Lancang Kuning

Jalan Yos Sudarso Km.8 Rumbai Kota Pekanbaru

Email : asgami@unilak.ac.id; hamdanyasid@unilak.ac.id; khairunnas@unilak.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap produk beras di kecamatan bukit raya.

Lokasi penelitian dipilih secara purposive sampling dimana lokasinya dipilih sengaja. Untuk penentuan sampel peneliti menggunakan metode pengambilan sampel accidental sampling yaitu dimana semua konsumen yang mengkonsumsi beras berhak menjadi sampel dalam penelitian dengan jumlah responden sebesar 100 orang. Analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *binary logistic*, dimana untuk mengetahui persepsi konsumen beras terhadap produk yang telah mereka konsumsi.

Jenis beras unggul lokal yang banyak dikonsumsi oleh responden adalah jenis beras anak daro dan beras belida, sedangkan beras unggul nasional yang banyak dikonsumsi adalah kuriak kusuik.

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian beras dengan tingkat kepercayaan 95% adalah variabel usia (X1), suku (X4), pekerjaan (X5).

Kata Kunci : Analisis logistic binary, Konsumen, beras

I PENDAHULUAN

Beras dipilih menjadi pangan pokok karena sumber daya alam lingkungan mendukung penyediaannya dalam jumlah yang cukup, mudah dan, cepat pengolahannya, memberi kenikmatan pada saat menyantap, dan aman dari segi kesehatan. Sesungguhnya rasa lapar dapat dipuaskan dengan memakan makanan apa saja, terutama makanan sumber pati atau lazimnya disebut karbohidrat. Namun perlu diperhatikan, dalam konsep makan, terdapat dua unsur yang dianut oleh kebanyakan orang yaitu kenyang dan nikmat.

Mutu beras dapat juga dibagi atas berdasarkan varietas unggul baik varietas unggul nasional maupun varietas unggul lokal. Dibawah ini dapat dilihat penjelasannya: Varietas Unggul Nasional adalah varietas yang bisa berkali-kali ditanam dengan perlakuan yang baik. Hasil dari panen varietas ini bisa dijadikan benih kembali. Ada petani yang bisa menanam sampai 10 kali lebih dengan hasil yang hampir sama. Varietas padi unggul biasanya telah dilepas oleh pemerintah dengan SK Menteri Pertanian. Varietas ini telah melewati berbagai uji coba. Harga benih varietas ini murah, harganya bisa mencapai 5 ribu- 10 ribu per kilogram (Deptan, 2011)

Pemahaman akan perilaku konsumen adalah tugas penting bagi para pemasar. Para pemasar mencoba memahami perilaku pembelian konsumen agar mereka dapat menawarkan kepuasan yang lebih besar kepada konsumen. Tapi bagaimanapun juga

ketidakpuasan konsumen sampai tingkat tertentu masih akan ada. Beberapa pemasar masih belum menerapkan konsep pemasaran sehingga mereka tidak berorientasi pada konsumen dan tidak memandang kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Lebih jauh lagi karena alat menganalisis perilaku konsumen tidak pasti, para pemasar kemungkinan tidak mampu menetapkan secara akurat apa sebenarnya yang dapat memuaskan para pembeli. Sekalipun para pemasar mengetahui faktor yang meningkatkan kepuasan konsumen, mereka belum tentu dapat memenuhi faktor tersebut.

Setiap konsumen akan membelanjakan atau mengalokasikan pendapatannya untuk dibelikan barang-barang konsumsi dan jasa-jasa konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya. Teori kepuasan konsumen akan membahas apa reaksi konsumen dalam kesediannya membeli suatu barang manakala terjadi perubahan pendapatan yang mereka peroleh; manakala terjadi perubahan harga dari barang yang bersangkutan, manakala terjadi perubahan cita rasa konsumen itu sendiri.

Dari pembahasan di atas penulis ingin melakukan penelitian yang berhubungan kecenderungan masyarakat dalam hal konsumsi beras, jenis beras yang dikonsumsi oleh masyarakat Riau, apa-apa saja yang menjadi alasan bagi masyarakat untuk membeli beras.

II METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode *survey*, untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan, maka penelitian dilaksanakan di Kecamatan Bukit Raya. Dengan memilih lokasi pada tersebut sebagai tempat penelitian dengan alasan letak lokasi yang mudah dijangkau dan dengan asumsi bahwa seluruh masyarakat di Kota Pekanbaru mengkonsumsi beras, sehingga dapat mewakili.

Data diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria responden mengkonsumsi beras sebagai makanan pokok mereka. Dalam penelitian jumlah responden yang dijadikan sampel sebanyak 100 rumah tangga.

Analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pembelian beras varietas unggul nasional dan beras varietas unggul lokal adalah analisis regresi logit. **Regresi logistik** adalah bagian dari analisis regresi yang digunakan ketika variabel dependen (respon) merupakan variabel dikotomi. Variabel dikotomi biasanya hanya terdiri atas dua nilai, yang mewakili kemunculan diberi nilai 1 atau tidak adanya suatu kejadian yang biasanya diberi angka 0.

Model yang digunakan pada **regresi logistik** adalah:
Log (P / 1 - p) = $\beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \dots + \beta_kX_k$

Dimana p adalah kemungkinan bahwa Y = 0, dan X1 (usia), X2 (pendidikan), X3 (pendapatan), X4 (suku), X5 (pekerjaan), X6 (jumlah tanggungan keluarga) adalah

268 Persepsi Konsumen Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Beras Di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru

variabel independen, dan b adalah koefisien regresi. *Regresi logistik* akan membentuk variabel prediktor/respon ($\log(p/(1-p))$) yang merupakan kombinasi linier dari variabel independen. Nilai variabel prediktor ini kemudian ditransformasikan menjadi probabilitas dengan fungsi **logit**. *Regresi logistik* juga menghasilkan rasio peluang (*odds ratios*) terkait dengan nilai setiap prediktor. Peluang (*odds*) dari suatu kejadian diartikan sebagai probabilitas hasil yang muncul yang dibagi dengan probabilitas suatu kejadian tidak terjadi. Secara umum, rasio peluang (*odds ratios*) merupakan sekumpulan peluang yang dibagi oleh peluang lainnya. Rasio peluang bagi prediktor diartikan sebagai jumlah relatif dimana peluang hasil meningkat (rasio peluang > 1) atau turun (rasio peluang < 1) ketika nilai variabel prediktor meningkat sebesar 1 unit.

III HASIL DAN PEMBAHASAN

Jenis beras yang dimaksud adalah jenis beras yang dikonsumsi oleh konsumen yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian. Jenis beras dibagi menjadi dua yaitu jenis beras yang berasal dari varietas padi unggul nasional dan varietas padi unggul lokal. Jenis beras yang dikonsumsi oleh masyarakat dalam penelitian ini adalah beras Kareh kusuik, beras inpari, beras solok, beras belida, beras topi koki, dan beras pandan wangi. Harga dari beras-beras ini berbeda-beda antara jenis beras dengan lainnya berdasarkan kualitas beras tersebut.

Dari Tabel 4 dapat diketahui bahwa jenis beras yang dikonsumsi oleh responden adalah Beras Belida yaitu sebanyak 20 rumah tangga (20 persen) diikuti beras Anak Daro dan beras solok sebanyak 18 rumah tangga (18 persen), selanjutnya beras Topi Koki dan pandan wangi sebanyak 14 rumah tangga (14 persen) dan yang paling sedikit adalah beras inpari sebanyak 6 rumah tangga (6 persen). Jenis beras yang dikonsumsi oleh responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Jenis Beras yang dikonsumsi

No	Jenis Beras	Jumlah	Persentase
1	Kuriek kusuik	10	10
2	Inpari-13	6	6
3	Anak Daro	18	20
4	Beras solok	18	18
5	Belida	20	18
6	Topi Koki	14	14
7	Pandan Wangi	14	14
	Jumlah	100	100

Faktor-faktor yang diuji terhadap keputusan pembelian beras apakah beras yang dipilih adalah beras dari padi varietas unggul nasional atau beras dari padi varietas unggul lokal adalah harga beras itu sendiri, suku dari responden, dan pendapatan keluarga dari responden. Variabel peluang dalam hal ini terdiri dari dua alternatif pilihan yaitu

269 Persepsi Konsumen Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Beras Di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru

membeli beras dari padi varietas unggul nasional yaitu (1) dan yang memilih beras dari padi varietas unggul lokal adalah (0).

Analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dalam mengambil keputusan membeli beras dari varietas unggul nasional atau unggul lokal adalah analisis logistik. Untuk membeli beras varietas unggul nasional diberi nilai 0 dan yang membeli beras dari padi varietas unggul lokal diberi nilai 1. Faktor-faktor yang akan diuji sebagai indikator yang berpengaruh dalam mengambil keputusan membeli beras adalah usia (X1), pendidikan (X2), pendapatan keluarga (X3), suku (X4), pekerjaan (X5), jumlah tanggungan keluarga (X6) dan setelah dianalisis didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5 : Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	17.006 ^a	.247	.677

a. Estimation terminated at iteration number 20 because maximum iterations has been reached. Final solution cannot be found.

Dari tabel 5 diatas diketahui seberapa besar variable independen yang dimasukkan mampu menjelaskan variable dependen yang diteliti. Pada nilai Nagelkerke R Square menunjukkan 67.7% artinya variable independen yang dimasukkan mampu menjelaskan variable dependen sedangkan 32.3% lainnya dijelaskan oleh variable yang tidak dimasukkan kedalam persamaan ini.

Tabel 6 : Hasil Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	.111	8	1.000

Hosmer and Lemeshow Test adalah uji *Goodness of fit test (GoF)*, yaitu uji untuk menentukan apakah model yang dibentuk sudah tepat atau tidak. Dikatakan tepat apabila tidak ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya. Ini bisa dilihat dari nilai Chi-square yang didapat dibandingkan dengan nilai table chi-square. Dari hasil table 6 diketahui nilai df nya adalah 8 dengan tingkat kepercayaan 95% sehingga nilai chi-square nya adalah 15,5073. Kriteria model yang dibentuk sudah tepat dan tidak ada perbedaan yang signifikan adalah jika nilai chi-square < nilai table chi-square. Dari kriteria diatas maka dapat dipastikan bahwa model yang terbentuk sudah tepat karena nilai chi-square yang didapat 0,111 dan nilai ini lebih kecil dibandingkan dengan nilai table chi-square yaitu 15,507

Dari tabel 7 diketahui bahwa ada 94 konsumen yang memilih untuk membeli beras unggul lokal dari 100 konsumen. Dari 94 tersebut, 93 diantaranya tetap akan membeli beras unggul lokal atau 98.9%, dan 1 konsumen berpeluang untuk membeli

beras unggul nasional atau 1%. Sedangkan 6 konsumen yang tetap membeli beras unggul nasional sebanyak 4 atau sebesar 66,7% sedangkan 2 konsumen lain berpeluang untuk berubah membeli beras unggul local. Dari table 7 juga diketahui ketepatan model yaitu sebesar 97%

Tabel 7. Hasil Classification Table^a

Observed	Predicted		
	JENIS BERAS		Percentage Correct
	Beras Unggul Nasional	Beras Unggul Lokal	
Step 1 JENIS BERAS Beras Unggul Nasional	4	2	66.7
Beras Unggul Lokal	1	93	98.9
Overall Percentage			97.0

a. The cut value is .500

Dari Tabel 17 dapat diketahui bahwa dari atribut yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian beras baik unggul lokal maupun unggul nasional antara lain usia, pendidikan, pendapatan keluarga, suku, pekerjaan dan jumlah tanggungan keluarga dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

$$\text{Log Y (P / 1 - p)} = 103.386 + X1^{22.570} + X2^{0.418} + X3^{-0.488} + X4^{-0.539} + X5^{7.172} + X6^{-17.626}$$

Dari hasil persamaan diatas dapat dijelaskan atribut apa saja yang signifikan, dan makna dari persamaan diatas adalah sebagai berikut:

6.1.1. Usia

Dari persamaan diatas diketahui bahwa apabila ada penambahan usia konsumen sebanyak 1 tahun maka ada peluang untuk konsumen membeli beras unggul nasional berkurang atau menurun sebanyak 22.57%. hal berarti konsumen yang membeli beras unggul nasional akan menurun, ini dikarenakan semakin tinggi usia konsumen maka mereka lebih menyukai rasa dan gizi yang terkandung dalam beras unggul lokal.

6.1.2. Pendidikan

Dari persamaan diketahui bahwa apabila ada penambahan tingkat pendidikan sebanyak 1 tahun maka ada peluang untuk konsumen membeli beras unggul nasional berkurang atau menurun sebanyak 4.18%. hal ini berarti semakin tinggi pendidikan konsumen maka mereka akan mementingkan tingkat gizi dan rasa suatu makanan yang dikonsumsinya, karena makanan yang bergizi akan dapat meningkatkan kekebalan tubuh walaupun harga beras unggul lokal lebih mahal dibandingkan dengan beras unggul nasional.

6.1.3. Pendapatan

Dari persamaan diatas diketahui bahwa apabila tingkat pendapatan konsumen meningkat sebanyak Rp.1, maka ada peluang untuk konsumen yang membeli beras

unggul nasional berkurang sebanyak 4.88%. Hal ini disebabkan semakin tinggi pendapatan konsumen maka konsumen lebih membeli beras unggul lokal yang rasa dan gizi yang terkandung didalamnya lebih baik daripada beras unggul nasional.

6.1.4. Suku

Dari persamaan diatas diketahui bahwa apabila suku melayu bertambah 1 orang maka ada peluang untuk konsumen membeli beras unggul nasional meningkat sebanyak 5.93%. hal ini disebabkan karena suku melayu lebih menyukai rasa dari beras unggul nasional

6.1.5. Pekerjaan

Dari persamaan diketahui bahwa apabila pekerjaan PNS bertambah maka ada peluang untuk konsumen membeli beras unggul nasional berkurang sebanyak 18.25%. hal ini dikarenakan pekerjaan PNS lebih bisa memilih jenis beras yang mereka suka walaupun harga berasnya lebih mahal karena untuk pendapatan pekerjaan PNS memiliki pendapatan yang cukup.

6.1.6. Jumlah Tanggungan Keluarga

Dari persamaan diatas diketahui bahwa apabila tanggungan keluarga konsumen bertambah sebanyak satu orang, maka ada peluang untuk konsumen yang membeli beras unggul nasional bertambah sebanyak 3.4%. Hal ini disebabkan semakin banyak tanggungan keluarga konsumen maka konsumen lebih membeli beras unggul nasional karena harga dari beras unggul nasional lebih murah dibandingkan dengan beras unggul lokal. Itu karena jika banyak tanggungan keluarga maka akan banyak membeli beras.

Tabel 8. Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I.for EXP(B)	
							Lower	Upper
Step 1 ^a X1	22.570	10.835	4.339	1	.037	.000	.000	.264
X2	.418	2.946	.020	1	.887	1.519	.005	488.941
X3	-.488	1.745	.078	1	.730	.614	.020	18.760
X4	-.539	1.559	.119	1	.030	.584	.027	12.384
X5	7.172	3.349	4.587	1	.032	1302.256	1.837	923009.675
X6	-17.626	3666.826	.000	1	.996	.000	.000	.
Constant	103.386	3667.166	.001	1	.978	7.939E44		

a. Variable(s) entered on step 1: X1, X2, X3, X4, X5, X6.

Dari tabel 8 diatas diketahui bahwa yang menjadi factor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras oleh masyarakat adalah usia(X1), suku (X4) dan pekerjaan (X5). Itu dapat dibuktikan dengan nilai signifikan yang diperoleh < dari nilai tingkat kepercayaan yaitu sebesar 95%.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan diatas didapatkan beberapa kesimpulan antara lain: Jenis beras unggul lokal yang banyak dikonsumsi oleh responden adalah jenis beras anak daro dan beras belida, sedangkan beras unggul nasional yang banyak dikonsumsi adalah kuriak kusuik; Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian beras dengan tingkat kepercayaan 95% adalah variabel usia (X1), suku (X4), pekerjaan (X5)

REFERENSI

- Agresti,A. 2002. *Categorical Data Analysis*. Wiley Interscience. New York.
- Amang, B. dan M. H. Sawit.1999. *Kebijakan Beras dan Pangan Nasional*.Penerbit Institut pertanian Bogor, Bogor
- Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran : Jelajahi dan Rasakan*. PT. Raja Grafindo Perkasa. Jakarta.
- Ariani, M. 2004. *Dinamika Konsumsi Beras Rumah Tangga dan Kaitannya dengan Diversifikasi Konsumsi Pangan, Ekonomi Padi dan Beras Indonesia* Badan Penelitian dan Pembangunan Pertanian,Jakarta
- Astawan, Made, 2004. **Sehat Bersama Aneka Serat Pangan Alami**. Cetakan I. Penerbit TigaSerangkai, Solo.
- BPS, 2013. Kota Pekanbaru Dalam Angka.<http://www.bps.com>.
----- . Kecamatan Pekanbaru Dalam Angka.<http://www.bps.com>
- Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP). 2011. *Beras Unggul Lokal Sumatera Barat*. http://www.sumbar_bptp@yahoo.com.
- Departemen Pertanian, 2011. Varietas Padi Unggul. <http://www.deptan.go.id>.
- Ismunadji, M. 1988. *Padi Buku I*. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Bogor
- Engel J. F., dkk. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jilid II. Edisi keenam, Binarupa Aksara, Jakarta.
- . 1995. *Consumer Behavior*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Freddy Rangkuti, 2004, *Riset Pemasaran*. Cetakan Kelima. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Giese, J I and JA Cote. 2000. *Defining Consumer Satisfaction*. Academy of Marketing Science Review.
- Haryadi, 2006. *Teknologi Pengolahan Beras*. UGM. Gajah Mada Univerity Perss, Yogyakarta

- Hubeis, M. 1985. Pengembangan Metode Uji Kepulenan Nasi. Tesis. Program Ilmu Pangan, Fakultas Pasca Sarjana, IPB. Bogor.
- Hosmer dan Lemeshow, 1989. Applied Logistic Regression. A-Wiley interscience Publication. Kanada.
- Juliano, B O. 1994. Cereal Chemistry Procedures. Chemistry Dept of International Rice Research Institute. Los Banos, Philippines (terjemahan)
- Juran, J.M. 1989. JURAN on Quality Design. The Free Press, A. Division of Macmillan Company, Inc (USA). (terjemahan)
- Kotler, P. 1995. Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Kegunaan. Salemba Empat. Jakarta
- . 1996. Marketing. Penerbit Erlangga. Jakarta
- . 1997, Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol), PT. Prenhallindo, Jakarta.
- . 2000. Marketing Management. (The Millenium Edition). Northwestern University. Prentice Hall International, New Jersey.
- Luning, P.A., Marcelis W.J., dan Jongen W.M.F. 2002. Food Quality Management : A Techno-Managerial Approach, Wageningen Pers, Den Haag
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung.
- Muhandri, T. dan Kadarisman, D. 2006. Sistem Jaminan Mutu Industri Pangan. IPB Press, Bogor.
- Nasution. (2004). *Metode Research*. Bumi Aksara. Jakarta
- . 2005, "*Total Quality Management*", PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Peter, C, Timmer, 1996. Food Security Strategies. Rome. (terjemahan)
- Oliver, R L. 1996. Satisfaction : A Behavioural Perspective of the Consumer. New York.(terjemahan)
- Sawit, M. H.1998. Risiko Ketahanan Pangan dalam Masa Krisis. HarianRepublika, 20 Juli 1998: hal. 4.
- Selamet, R. 2003. Analisis Proses Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Beras dan Strategi Pemasaran Beras. Skripsi. Program Studi Agribisnis Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian IPB, Bogor
- Setyono, A. Januari 2001. Karakteristik Beras dan Kesesuaiannya Sebagai Bahan Baku Industri. Majalah Pangan No.36 : Tahun X, Bulog, Jakarta

- Simamora, Bilson, 2004. Panduan Riset Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Soegyarto, Mangkuatmadja. 2004. Statistik Lanjutan. PT. Asdi Mahasatya. Jakarta.
- Soelasih, Y. 2004. Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Hotel X di Jakarta (Telaah Bisnis, Vol 4 No 2 Desember 2003) Telaah Bisnis. Yogyakarta.
- Steenkamp, J.E.B.M. 1990. A Conceptual Model of the Quality Perception Process. *Journal of Business Research*, 21, No. 309-333. (terjemahan)
- Sumarwan, U. 2003. Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia dan MMA IPB, Jakarta.
- Sunarto. 2006. Perilaku Konsumen, Amus, Yogyakarta
- Tjiptono, F. 1997. Strategi Pemasaran. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Wilkie, Wiliam L. 2000. Consumer Behavior. New York. (terjemahan)