

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Mayoritas masyarakat Indonesia mengkonsumsi beras sebagai sumber makanan pokok. Tidak heran apabila sebagian masyarakat hidup dari hasil pertanian, sehingga beras menjadi komoditas pangan yang paling utama dan yang paling banyak di konsumsi oleh masyarakat Indonesia. Dalam UU RI No. 7 Tahun 1996 peredaran pangan adalah setiap kegiatan atau serangkaian kegiatan dalam rangka penyaluran pangan kepada masyarakat, baik untuk di perdagangkan maupun tidak.

Pemenuhan pangan juga sangat penting sebagai komponen dasar untuk membentuk sumber daya manusia berkualitas dalam melaksanakan pembangunan. Pangan yang aman, bermutu, bergizi, beragam dan tersedia cukup merupakan persyaratan utama yang harus dipenuhi dalam upaya terselenggaranya suatu sistem pangan yang memberikan perlindungan bagi kepentingan kesehatan serta berperan dalam meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat. Pada dasarnya orang Indonesia mempunyai makanan pokok yang berbeda sesuai dengan daerah yang di tepatinya, misalnya masyarakat Nusa Tenggara dan Jawa Timur, mereka banyak yang mengkonsumsi jagung sebagai sumber utama makanan pokoknya. Papua dan yang berada di bagian Indonesia Timur mengkonsumsi sagu sebagai bahan dasar dalam memenuhi kebutuhan pokoknya.

Seiring dengan perkembangan zaman, banyak masyarakat yang mulai menjadikan beras sebagai bahan makanan pokok (Brianto, 2015:1). Dari perubahan

kebiasaan inilah yang menyebabkan tingkat konsumsi beras terus meningkat, sehingga persediaan beras di Indonesia tidak mampu memenuhi permintaan masyarakat. Akibat dari ketidakmampuan Indonesia dalam memenuhi permintaan masyarakat terhadap beras, Indonesia harus mengimpor beras dari luar negeri agar terciptanya ketahanan pangan dan permintaan dari masyarakat akan beras terpenuhi.

Beras mengacu pada bagian butir padi (gabah) yang telah dipisah dari sekam. Sekam secara anatomi disebut 'palea' (bagian yang ditutupi) dan 'lemma' (bagian yang menutupi), (Tarwotjo, 2008:12). Pada salah satu tahap pemrosesan hasil panen padi, gabah ditumbuk dengan lesung atau digiling sehingga bagian luarnya (kulit gabah) terlepas dari isinya. Bagian isi inilah, yang berwarna putih, kemerahan, ungu, atau bahkan hitam, yang disebut beras. Beras yang dihasilkan dari berbagai daerah memiliki perbedaan kualitas sehingga harga jualnya pun bervariasi. Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan biaya, serta paling mudah disesuaikan yang bertujuan untuk mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan kepada pasar tentang produk dan mereknya (Kotler, 2016:104).

Kabupaten Subang sebagai salah satu lumbung pangan Nasional adalah penghasil beras ketiga terbesar di Provinsi Jawa Barat tercatat sudah dua tahun beruntun (2022-2023) produksi beras Kabupaten Subang menembus 1 juta ton (Jabar.bps.go.id). Beras sudah tentu tidak terlepas dari budaya masyarakat Kabupaten Subang, nasi sebagai makanan pokok sehari-hari mayoritas masyarakat

subang adalah nadi dari aktivitas baik kalangan menengah atas maupun menengah bawah.

Pasar tradisional beroperasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen di sekitarnya, dalam hal ini konsumen yang akan menggunakan dan membutuhkan barang dan jasa. Pasar memiliki peran lain yang lebih luas, seperti meyakini bahwa Pasar tradisional berpotensi serta mempunyai ciri khas sendiri.

Strategi pemasaran merupakan variabel yang dapat dikendalikan oleh pemasar dalam usahanya memberikan informasi dan mempengaruhi konsumen. Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor ini merupakan faktor pendorong yang menuntut setiap produsen beras atau penjual beras untuk dapat beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan setiap perubahan agar tetap bertahan, sehingga perubahan yang terjadi tidak menjadi hambatan atau ancaman, tetapi dapat menjadi peluang untuk berkembangnya usaha dan menghasilkan keuntungan yang besar.

Keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi, keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, tempat, iklan, bukti fisik, orang dan proses, jadi membentuk sikap dalam diri konsumen untuk mengolah segala informasi dan menarik kesimpulan berupa jawaban yang menunjukkan produk yang akan dibeli, sedangkan pasar merupakan tempat atau wadah terjadinya transaksi jual beli dan tawar menawar.

Pasar Pujasera Subang merupakan salah satu sentral perbelanjaan yang terletak di tengah kota Subang. Setiap hari pasar ini mulai beroperasi pada pukul 05.00 WIB hingga 23.00. Berbagai produk baik produk pangan maupun non pangan

terdapat di pasar Pujasera Subang baik kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, maupun kebutuhan tersier. Tidak heran apabila setiap harinya pasar Pujasera Subang di penuhi oleh konsumen dan para pedagang pengecer baik yang berada di kawasan subang kota atau yang berada di luar kawasan tersebut berdatangan untuk mencari kebutuhannya, baik untuk di konsumsi sendiri ataupun untuk di pasarkan kembali, di antara beberapa kebutuhan yang banyak di cari oleh konsumen adalah beras, karena beras merupakan kebutuhan yang paling mendasar bagi manusia.

Toko beras Sriharum adalah salah satu toko yang menjual kebutuhan pangan yang terletak di Pasar Lama Jl. Suraji Pertokoan No C174, Kecamatan Subang, Kabupaten Subang. Toko beras Sriharum sudah berjualan dari tahun 2007 dan dijalankan oleh Pak Endang selaku pemilik. Harga yang kompetitif dan kualitas beras yang baik membuat Toko Beras Sriharum dikenal sehingga menjadi toko dengan penjualan beras yang baik ditengah banyaknya *e-commerce* dan supermarket yang juga menjual beras.

Berdasarkan hasil observasi awal di toko beras Sriharum Subang dengan Bapak Endang, ditemukan bahwa Konsumen saat ini semakin kritis dalam memilih beras, dengan semakin meningkatnya kesadaran terhadap kualitas pangan. Fenomena ini terlihat dari preferensi konsumen dalam pengambilan keputusan lebih memilih beras dengan karakteristik tertentu, seperti pulen, harum, dan bersih, meskipun harganya lebih tinggi. Merek-merek premium seperti Rojolele dan Ramos lebih sering dipilih oleh konsumen kelas menengah ke atas yang mementingkan kualitas. Konsumen di Toko Sriharum memiliki kebutuhan yang berbeda. Ada yang lebih suka beras premium seperti beras pandan wangi yang

harum dan pulen, sementara sebagian konsumen lebih mementingkan harga murah, walaupun kualitasnya biasa saja. Hal ini menyebabkan toko sulit menyediakan beras yang pas untuk semua kalangan, karena stok beras yang ada tidak selalu sesuai dengan kebutuhan mereka.

Maka dari itu peneliti sangat tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai apa saja yang mendasari pengambilan keputusan dalam pembelian beras di toko Sriharum, dari uraian latar belakang masalah diatas peneliti akan meneliti topik penelitian dengan judul “ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS DI TOKO SRIHARUM SUBANG”

## **1.2 Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada analisis pengambilan keputusan konsumen dalam membeli beras di Toko Sriharum Subang. Selain itu, aspek promosi, ketersediaan stok, serta hubungan antara toko dan pelanggan juga menjadi perhatian utama untuk memahami apa yang mendorong konsumen dalam memutuskan pembelian beras di toko tersebut. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini akan menggali bagaimana setiap faktor ini berperan dalam keputusan pembelian.

Penelitian ini dilaksanakan di toko beras Sriharum yang bertujuan untuk menganalisis pengambilan keputusan pelanggan terhadap variabel-variabel seperti pemilihan produk, pilihan merek, waktu pembelian dan jumlah pembelian. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengevaluasi permasalahan internal dari toko, tetapi juga mempertimbangkan preferensi dan kebutuhan konsumen, yang mencakup segi ekonomis, kualitas beras, dan kenyamanan berbelanja.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian permasalahan pada latar belakang di atas, adapun perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum toko beras Sriharum Subang?
2. Bagaimana analisis pengambilan keputusan pembelian beras di toko Sriharum Subang?
3. Apa saja hambatan yang terjadi pada pengambilan keputusan pada pembelian beras di toko Sriharum Subang?
4. Bagaimana upaya yang dilakukan dalam mengatasi hambatan yang terjadi pada proses pengambilan keputusan pembelian beras di toko Sriharum Subang?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Didapatkan tujuan penelitian yang sejalan dengan perumusan masalah di atas sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui gambaran umum mengenai toko beras Sriharum Subang
2. Untuk mengetahui analisis pengambilan keputusan pada pembelian beras di toko Sriharum Subang
3. Untuk mengetahui hambatan yang terjadi pada proses pengambilan keputusan pembelian beras di toko Sriharum Subang
4. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan dalam mengatasi hambatan yang terjadi pada proses pengambilan keputusan pembelian beras di toko Sriharum Subang

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara langsung atau tidak langsung bagi berbagai pihak, sebagai berikut.

### **1. Bagi Peneliti**

Bagi peneliti, penelitian ini tidak hanya memperdalam pemahaman tentang pengambilan keputusan pembelian konsumen, tetapi juga mengasah kemampuan analisis dan penelitian yang krusial untuk pengembangan karir akademik atau profesional. Selain itu, memberikan kontribusi pada bidang administrasi bisnis dan memberikan kepuasan pribadi serta memperkuat profil akademis peneliti.

### **2. Bagi Akademisi**

Dari perspektif akademis, hasil penelitian ini berkontribusi pada penambahan literatur di bidang administrasi bisnis. Ini memberikan wawasan baru untuk pengajaran dan pengembangan kurikulum yang berkaitan, serta menjadi sumber referensi yang berharga untuk studi kasus dan diskusi kelas, membantu mahasiswa memahami aplikasi teori dalam praktik.

### **3. Bagi Peneliti Berikutnya**

Untuk peneliti berikutnya, penelitian ini membuka jalan untuk eksplorasi lebih lanjut dalam ilmu administrasi bisnis. Ini menawarkan kerangka kerja, data, dan rekomendasi yang dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian masa depan, membantu mereka dalam memfokuskan pada area yang belum terjangkau atau yang memerlukan

penjelasan lebih mendalam. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berharga dalam konteks saat ini, tetapi juga sebagai landasan bagi inkuiri akademis di masa mendatang.

#### 4. Bagi Perusahaan

Penelitian ini memberikan manfaat strategis bagi Toko Beras Sriharum dengan menawarkan wawasan mendalam tentang perilaku konsumen dan menganalisis pengambilan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan pelayanan pelanggan, dan mengidentifikasi peluang baru untuk memperluas segmen pasar. Dengan memahami preferensi konsumen secara lebih baik, Toko Beras Sriharum dapat mempertahankan keunggulan kompetitif, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mengoptimalkan penawaran produk sesuai dengan kebutuhan pasar.

### **1.6 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

#### **1.6.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan objek penelitian dimana kegiatan penelitian dilakukan, penentuan lokasi dimaksud untuk mempermudah atau memperjelas lokasi yang menjadi sasaran alam penelitian. Penelitian ini dilakukan pada Toko Beras Sriharum di Pertokoan Pujasera, Kelurahan Cigadung, Kecamatan Subang, Kabupaten Subang.

### 1.6.2 Lamanya Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan selama 4 bulan yaitu bulan Mei 2024 sampai dengan bulan September 2024. Untuk menyusun lebih jelas mengenai pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi sebagai berikut :

Tabel 3.4

Rencana Jadwal Penelitian dari bulan Mei 2024-Sept 2024

NO	Kegiatan	Mei				Juni				Juli				Agustus				September			
		Minggu ke-																			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Usulan Penelitian		■	■	■	■	■	■	■												
	Revisi Usulan Penelitian					■	■	■	■	■	■										
2	Bimbingan & Pengecekan Peneltian					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
3	Penelitian di lapangan & Pengolahan Data									■	■	■	■	■	■						
4	Sidang Proposal														■	■					
5.	Sidang Akhir Skripsi																			■	■