

**KAITAN ANTARA PERSEPSI DENGAN PREFERENSI MASYARAKAT
TERHADAP BERAS BULOG KOMERSIL
DI DESA MANGGIS KELURAHAN MANGGIS
KECAMATAN BATHIN III KABUPATEN MUARO BUNGO**

SKRIPSI



OLEH :

**MULYADI
NIM : 1500854201019**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS BATANGHARI
JAMBI
2020**

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Batanghari Jambi pada tanggal 7 Maret 2020.

TIM PENGUJI

No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1.	Ir. Nida Kemala, MP	Ketua	1. _____
2.	Rizki Gemala Busyra, SP, M.Si	Sekretaris	2. _____
3.	Siti Abir Wulandari, S.TP, M.Si	Anggota	3. _____
4.	Hj. Wiwin Alawiyah, S.Sos., MM	Anggota	4. _____
5.	Mulyani, SP., M.Si	Anggota	5. _____

Jambi, Maret 2020

Ketua Tim Penguji

Ir. Nida Kemala, MP

PENGESAHAN

**Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Pertanian Universitas Batanghari Pada :**

Hari/Tanggal: Rabu, 29 Juli 2020

Jam : 14.00 s/d selesai

Tempat : Ruang Ujian Skripsi Fakultas Pertanian

TIM PENGUJI

NO	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Ir. Nida Kemala, MP	Ketua	1.
2	Rizki Gemala Busyra, SP., M.Si	Sekretaris	2.
3	Siti Abir Wulandari, S.TP., M.Si	Anggota	3.
4	Ir. Rogayah, MM	Anggota	4.
5	Mulyani, SP., M.Si	Anggota	5.

Jambi, 29 Juli 2020

Ketua Tim Penguji,

**Ir. Nida Kemala,
MP**

KATA PENGANTAR

Puji sukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Kaitan Antara Persepsi Dengan Preferensi Masyarakat Terhadap Beras Bulog Komersil di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kecamatan Bathin III Kabupaten Muaro Bungo”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk dapat menyelesaikan studi pada Fakultas Pertanian Universitas Batanghari Jambi.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terimakasih kepada Ibu Ir. Nida Kemala, MP. selaku dosen pembimbing I dan Ibu Rizki Gemala Busyra, SP, MSi, selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingannya sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para Dosen Fakultas Pertanian Universitas Batanghari Jambi.

Penulis telah berupaya sebaik mungkin dalam penyusunan skripsi ini, namun penulis juga menyadari akan kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat menjadi sumber informasi dan pengetahuan yang berguna baik dikalangan Universitas Batanghari sendiri maupun dimasyarakat luas.

Jambi, November 2020

Penulis

INTISARI

Muyadi (NIM 1500854201019) “Kaitan Antara Persepsi Dengan Preferensi Masyarakat Terhadap Beras Bulog Komersil di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kecamatan Bathin III Kabupaten Muaro Bungo”. di bimbing oleh Nida Kemala selaku dosen pembimbing I dan Rizki Gemala Busyra selaku pembimbing II. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan persepsi dan preferensi masyarakat terhadap beras bulog komersil, serta menganalisis hubungan antara persepsi dengan preferensi terhadap beras bulog komersil Di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kec Bathin III Kabupaten Bungo. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif melalui penyebaran kuisisioner dilapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari perusahaan yang berhubungan dengan kegiatan penelitian dan untuk menguji persepsi dengan preferensi masyarakat terhadap beras bulog komersil digunakan uji chi square dan dilanjutkan dengan uji koefisien kontingensi untuk melihat kaitan antara persepsi dengan preferensi masyarakat terhadap beras bulog komersil serta keeratan hubungannya. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 54 orang responden. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap beras bulog komersial di daerah penelitian adalah positif sebanyak 33 orang (61,11%) dan masyarakat yang memiliki persepsi negatif sebanyak 21 orang (38,89%). Preferensi konsumen terhadap beras bulog komersial di daerah penelitian adalah rendah sebanyak 35 orang (64,81%) masyarakat yang memiliki preferensi tinggi sebanyak 19 orang (35,19%) Serta terdapat hubungan antara persepsi dengan preferensi masyarakat Desa Manggis Kelurahan Manggis Kecamatan Batin III Kabupaten Muaro Bungo keeratan hubungan sebesar 0,34 dengan kategori keeratan adalah positif lemah.

Kata Kunci: Persepsi, Preferensi, Beras Bulog Komersil

DAFTAR ISI

Isi	Judul	Halaman
KATA PENGANTAR		i
INTISARI		ii
DAFTAR ISI		iii
DAFTAR TABEL		v
DAFTAR GAMBAR		vi
DAFTAR LAMPIRAN		vii
I. PENDAHULUAN		
1.1. Latar belakang		1
1.2. Rumusan Masalah		3
1.3. Tujuan Penelitian		3
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian		4
II. TINJAUAN PUSTAKA		
2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis		
2.1.1. Beras		5
2.1.2. Perum Bulog		7
2.1.3. Persepsi		8
2.1.4. Preferensi Konsumen		10
2.1.5. Uji Chi Kuadrat (Indenpendency Test)		12
2.2. Penelitian Terdahulu		15
2.3. Kerangka Pemikiran Operasional dan Hipotesis		17
III. METODOLOGI PENELITIAN		
3.1. Ruang Lingkup Penelitian		19
3.2. Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data		19
3.3. Metode Penarikan Sampel		20
3.4. Metode Analisis Data		21
3.5. Konsepsi Pengukuran Variabel.....		23
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN		
4.1. Letak Geografis		25
4.2. Pendidikan Penduduk		25
4.3. Mata Pencarian Penduduk		26
V. HASIL DAN PEMBAHASAN		
5.1. Identitas Responden		28
5.1.1. Umur.....		28
5.1.2. Pendidikan Konsumen		29
5.1.3. Pekerjaan Konsumen.....		30
5.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga.....		31
5.2. Gambaran Persepsi Konsumen Terhadap Beras Bulog Komersil		32
5.3. Gambaran Preferensi Konsumen Terhadap Beras Bulog Komersil		33

5.4. Hubungan Antara Persepsi dengan Preferensi Konsumen Terhadap Beras Bulog Komersil di Daerah Penelitian	34
VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	37
6.2. Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN	40

DAFTAR TABEL

Isi	Judul	Halaman
1.	Kontingensi 3 x 3	13
2.	Kontingensi 2 x 2	14
3.	Sub Populasi dan Sub Sampel	21
4.	Hubungan Persepsi dengan Preferensi Beras Bulog komersil	22
5.	Jumlah Penduduk Desa Manggis Kelurahan Manggis Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2018	26
6.	Jumlah Penduduk Desa Manggis Kelurahan Manggis Berdasarkan Mata Pencarian Tahun 2018	27
7.	Distribusi Frekuensi Konsumen Berdasarkan Kelompok Umur Daerah Penelitian Tahun 2020	28
8.	Distribusi Frekuensi Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan Daerah Penelitian Tahun 2020	29
9.	Distribusi Frekuensi Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan Daerah Penelitian Tahun 2020	30
10.	Distribusi Frekuensi Konsumen Menurut Jumlah Tanggungan Keluarga di Daerah Penelitian Tahun 2020	31
11.	Distribusi Frekuensi Konsumen Berdasarkan Persepsi Terhadap Beras Bulog di Daerah Penelitian Tahun 2020	32
12.	Distribusi Frekuensi Masyarakat Berdasarkan Preferensi Terhadap Beras Bulog Komersil di Daerah Penelitian Tahun 2020	33
13.	Distribusi Frekuensi Konsumen Berdasarkan Hubungan Antara Persepsi dan Preferensi Konsumen Terhadap Beras Bulog Komersil di Daerah Penelitian Pada Tahun 2019	35

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Skema Kaitan Antara Persepsi Masyarakat Terhadap Beras Bulog Komersil Dengan Preferensinya di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kec Bathin III Kabupaten Muaro Bungo.	18

DAFTAR LAMPIRAN

Isi	Judul	Halaman
1.	Daftar Kuisisioner Kaitan Antara Persepsi Masyarakat Terhadap Beras Bulog Komersil Dengan Preferensinya di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kecamatan Bathin III kabupaten Muaro Bungo	40
2.	Identitas Responden	45
3.	Skor Persepsi Masyarakat Terhadap Beras Bulog Komersil	47
4.	Skor Preferensi Masyarakat terhadap Beras Bulog Komersil	49
5	Perbandingan Persepsi Dengan Preferensi Masyarakat Terhadap Bulog Komersil	51
6.	Uji Chi-Square Dengan Kontigensi (C) 2x2	53

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Beras adalah komoditas tanaman pangan yang memiliki posisi penting dalam pembangunan pertanian. Beras adalah bahan makanan pokok yang dikonsumsi oleh hampir 90% penduduk Indonesia. Selama 30 tahun terakhir, Indonesia selalu menjadi negara *net importir* beras, yaitu negara yang mencukupi kekurangan kebutuhan akan beras dengan cara mengimpor dari negara lain. Pertumbuhan konsumsi beras terutama disebabkan karena pertumbuhan penduduk dan pertumbuhan konsumsi per kapita (Siswanto, 2002). Tahun 2017 penduduk Indonesia dalam seminggu mengonsumsi beras rata-rata 1,57 kg per orang, lebih rendah dibanding dengan tahun sebelumnya rata-rata 1,67 kg per orang. Sejak tahun 2002 hingga 2017, perkembangan konsumsi beras penduduk Indonesia menurun. Dari 1,92 kg per orang tahun 2002, turun menjadi 1,57 kg per orang pada tahun 2017 (BPS, 2019).

Meskipun Indonesia adalah negara terbesar ketiga yang memproduksi beras terbanyak di dunia, Indonesia masih tetap perlu mengimpor beras hampir setiap tahun (untuk menjaga cadangan beras). Produksi beras di Indonesia didominasi oleh para petani kecil, bukan oleh perusahaan besar yang dimiliki swasta atau negara. Para petani kecil berkontribusi sekitar 90% dari produksi total beras di Indonesia. Setiap petani itu memiliki lahan rata-rata kurang dari 0,8 hektar (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2017).

Data BPS 2019 bahwa Pada tahun 2018 jumlah penduduk Propinsi Jambi adalah sebesar 3. 570. 272 jiwa. Luas panen padi di Provinsi Jambi periode

Januari-September 2018 sebesar 103.204 hektar. Dengan memperhitungkan potensi sampai Desember 2018, maka luas panen tahun 2018 adalah 118.408 hektar. Produksi padi di Provinsi Jambi periode Januari-September 2018 sebesar 440.173 ton Gabah Kering Giling (GKG). Berdasarkan potensi produksi sampai Desember 2018, maka diperkirakan total produksi padi tahun 2018 sebesar 500.021 ton GKG. Jika produksi padi dikonversikan menjadi beras dengan menggunakan angka konversi GKG ke beras tahun 2018, maka produksi padi tersebut setara dengan 287.756 ton beras (BPS, 2019).

Kabupaten Bungo merupakan kabupaten yang luas lahan padinya tergolong kecil yaitu hanya 2% (128 ha) dan 98% merupakan lahan bukan sawah dan memproduksi padi sebanyak 605 ton pada tahun 2017 dengan jumlah penduduk 31.447 jiwa (Bungo Dani dalam Angka, 2018). Oleh sebab itu, Kabupaten Bungo membutuhkan pasokan beras dari luar Kabupaten Bungo untuk memenuhi kebutuhan pangan penduduknya, maka bulog bertugas menjamin ketersediaan beras di Kabupaten Bungo.

Pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa yang ada dan akan dikonsumsi, dipilih dari berbagai macam produk. Aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut disertai dengan perasaan senang atau puas. Dengan mengkaji preferensi konsumen, dapat diketahui segala informasi yang berhubungan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini sangat penting bagi pelaku agribisnis didalam negeri dalam menanggapi peningkatan permintaan produk yang dihasilkan, khususnya beras bulog sehingga dapat menghasilkan produk yang memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, minat beli tersebut yang akan menimbulkan persepsi yang

berbeda-beda mengenai produk beras bulog akan memberikan keputusan yang berbeda. Seiring dengan perkembangan pengetahuan dan teknologi serta kesadaran masyarakat terhadap kesehatan untuk masa yang akan datang. Dari uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Kaitan Antara Persepsi Dengan Preferensi Masyarakat Terhadap Beras Bulog Komersil Di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kecamatan Bathin III Kabupaten Muaro Bungo

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian diatas maka permasalahan yang perlu dibahas antara lain :

1. Bagaimana gambaran persepsi masyarakat terhadap beras BULOG komersil di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kec Bathin III Kabupaten Muaro Bungo ?
2. Bagaimana gambaran preferensi masyarakat terhadap beras BULOG komersil Di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kecamatan Bathin III Kabupaten Muaro Bungo ?
3. Adakah hubungan antara persepsi dengan preferensi terhadap beras bulog komersil Di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kec Bathin III Kabupaten Muaro Bungo ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Menggambarkan persepsi masyarakat terhadap beras BULOG komersil Di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kecamatan Bathin III Kabupaten Muaro Bungo

2. Menggambarkan preferensi masyarakat terhadap beras BULOG komersil Di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kec Bathin III Kabupaten Muaro Bungo
3. Menganalisis hubungan antara persepsi dengan preferensi terhadap beras BULOG komersil Di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kecamatan Bathin III Kabupaten Muaro Bungo.

1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dan kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Dari hasil penelitian ini di harapkan sebagai bahan masukan dan sumbangan pemikiran bagi pemangku kebijakan mengenai permintaan beras BULOG
2. Sebagai sumbangan ilmu pengetahuan serta dapat di pergunakan sebagai dasar pengetahuan dan pengalaman yang akan melakukan penelitian yang serupa.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis

2.1.1. Beras

Defenisi secara umum beras sesuai peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 19/M-DAG/PER/3/2014 menjelaskan beras adalah biji-biiian baik berkulit, tidak berkulit, diolah atau yang berasal dari *Oriza sativa*. Definisi umum, beras merupakan bagian bulir padi (gabah) yang telah dipisah dari sekam dan dedak atau bekatul (Kementan, 2017). Beras merupakan bentuk olahan yang dijual pada tingkat konsumen. Dalam pengertian sehari-hari yang dimaksud beras adalah gabah yang bagian kulitnya sudah dibuang dengan cara digiling dan disosoh menggunakan alat pengupas dan penggiling (huller) serta penyosoh (polisher). Gabah yang hanya terkupas bagian kulit luarnya (sekam), disebut beras pecah kulit (brown rice) sedangkan beras yang mengalami penyosohan sehingga kulit arinya terkelupas disebut beras giling (Hubeis, 1984).

Anatomi Beras

Beras secara biologi adalah bagian biji padi yang terdiri dari:

- aleuron, lapis terluar yang sering kali ikut terbangun dalam proses pemisahan kulit,
- endosperma, tempat sebagian besar pati dan protein beras berada, dan
- embrio, yang merupakan calon tanaman baru (dalam beras tidak dapat tumbuh lagi, kecuali dengan bantuan teknik kultur jaringan). Dalam bahasa sehari-hari, embrio disebut sebagai *mata beras* (Siregar, 1981)

Kandungan Beras

Perbedaan gen yang mengatur warna aleuron, warna endosperma, dan komposisi pati pada endosperma mengakibatkan beras diatur berbeda-beda secara genetik.

Beras putih, sesuai namanya, berwarna putih agak transparan karena hanya memiliki sedikit aleuron, dan kandungan amilosa umumnya sekitar 20%. Beras ini mendominasi pasar beras.

Beras merah, akibat aleuronnya mengandung gen yang memproduksi antosianin yang merupakan sumber warna merah atau ungu.

Beras hitam, sangat langka, disebabkan aleuron dan endosperma memproduksi antosianin dengan intensitas tinggi sehingga berwarna ungu pekat mendekati hitam.

Ketan (atau beras ketan), berwarna putih, tidak transparan, seluruh atau hampir seluruh patinya merupakan amilopektin (Siregar, 1981).

Aspek Pangan

Beras dimanfaatkan terutama untuk diolah menjadi nasi, makanan pokok terpenting warga dunia. Beras juga digunakan sebagai bahan pembuat berbagai macam penganan dan kue-kue, utamanya dari ketan, termasuk pula untuk dijadikan tapai. Selain itu, beras merupakan komponen penting bagi jamu beras kencur dan param. Minuman yang populer dari olahan beras adalah arak dan air tajin.

Dalam bidang industri pangan, beras diolah menjadi tepung beras. Sosohan beras (lapisan aleuron), yang memiliki kandungan gizi tinggi, diolah

menjadi tepung bekatul (*rice bran*). Bagian embrio juga diolah menjadi suplemen makanan dengan sebutan tepung mata beras.

2.1.2. Perum BULOG

Perusahaan Umum Badan Urusan Logistik atau disingkat Perum BULOG adalah sebuah lembaga pangan di Indonesia yang mengurus tata niaga beras. BULOG dibentuk pada tanggal 10 Mei 1967 berdasarkan Keputusan Presidium Kabinet Nomor 114/Kep/1967. Sejak tahun 2003, status Bulog menjadi BUMN. Ruang lingkup bisnis perusahaan meliputi usaha logistik/peredagangan, survei dan pemberantasan hama, penyediaan karung plastik, usaha angkutan, perdagangan komoditi pangan dan usaha eceran. Sebagai perusahaan yang tetap mengemban tugas publik dari pemerintah, BULOG tetap melakukan kegiatan menjaga Harga Dasar Pembelian untuk gabah, stabilisasi harga khususnya harga pokok, menyalurkan beras untuk orang miskin (Raskin) dan pengelolaan stok pangan.

Tugas Bulog Sesuai dengan Keppres No. 103 Tahun 2001 Tentang Penyelenggaraan Tugas dan Fungsi LPND, Pasal 40: BULOG mempunyai tugas melaksanakan tugas pemerintahan di bidang manajemen logistik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Fungsi BULOG

Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 40, BULOG menyelenggarakan fungsi:

1. Pengkajian dan penyusunan kebijakan nasional di bidang manajemen logistik, pengadaan, pengelolaan persediaan, dan distribusi beras, serta pengendalian harga beras;
2. Koordinasi kegiatan fungsional dalam pelaksanaan tugas BULOG;

3. Fasilitasi dan pembinaan terhadap kegiatan instansi pemerintah di bidang manajemen logistik pengadaan, pengelolaan persediaan, dan distribusi beras serta pengendalian harga beras;
4. Penyelenggaraan pembinaan dan pelayanan administrasi umum di bidang perencanaan umum, ketatausahaan, organisasi dan tatalaksana, kepegawaian, keuangan, kearsipan, hukum, persandian, perlengkapan, dan rumah tangga

Kewenangan Bulog

Dalam menyelenggarakan fungsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41, Bulog mempunyai kewenangan:

1. Penyusunan rencana nasional secara makro di bidangnya;
2. Perumusan kebijakan di bidangnya untuk mendukung pembangunan secara makro;
3. Kewenangan lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku yaitu:
 1. Perumusan dan pelaksanaan kebijakan tertentu di bidang manajemen logistik, pengadaan, pengelolaan persediaan, dan distribusi beras, serta pengendalian harga beras.
 2. Perumusan norma dan pengadaan, pengelolaan dan distribusi beras.

2.1.3. Persepsi

Persepsi dapat di artikan sebagai suatu proses interpretasi terhadap suatu objek atas dasar pengetahuan yang dimiliki. Van Den Ban dalam Bobby (2008), menyatakan bahwa persepsi adalah proses penerimaan informasi atau stimulasi dari lingkungan dan pengubahnya ke dalam kesadaran psikologi, yaitu (1)

stimulusirangsangan, (2) kepekaan indrawi, (3) pengetahuan yang dimiliki, (4) kepribadian, (5) latar belakang budaya dan situasi sosial.

Secara umum terdapat 5 prinsip persepsi sebagai berikut:

1. Relativitas. Persepsi bersifat relatif, suatu objek tidak dapat diperkirakan dengan tepat tetapi setidaknya tidak dapat dikatakan bahwa yang satu melebihi yang lain, atau dengan kata lain bahwa persepsi seorang terhadap bagian dari pesan tersebut sangat ditentukan oleh bagian yang mendahului pesan tersebut. Persepsi juga dipengaruhi oleh sekelilingnya.
2. Selektivitas. Panca indera menerima stimulasi dari sekelilingnya dengan melihat objek, mendengar suara, mencium bau dan sebagainya. Karena kapasitas memproses informasi terbatas, tidak semua stimulasi dapat ditangkap tergantung pada faktor fisik dan psikologi seseorang.
3. Organisasi tersebut harus terorganisir. Pengalaman yang tersusun dengan baik akan memberi arti dengan mengubah yang berserakan dan menyajikan dalam bentuk yang bermakna.
4. Arahan. Arahan dapat dilakukan dengan pengamatan, dengan pengamatan dapat dipilih dan diatur serta ditafsirkan suatu pesan. Penataan yang sangat penting bagi pembuat pesan untuk mengurangi tafsiran yang diberikan stimulus.
5. Perbedaan kognitif. Persepsi seseorang bisa berlainan satu sama lain dalam situasi yang sama karena adanya perbedaan kognitif. Setiap proses mental, individu bekerja menurut caranya sendiri tergantung pada faktor kepribadian, seperti toleransi, tingkat keterbukaan dan ketertutupan pikiran dan sikap otoriter (Van Den Ban 1999).

2.1.4. Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen adalah kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk (Munandar et al, 2012). Seseorang selalu dapat membuat atau menyusun ranking semua situasi/kondisi mulai dari yang paling disenangi hingga yang paling tidak disukai.

Menurut Nicholson (1989), hubungan preferensi konsumen diasumsikan memiliki 3 sifat dasar yaitu :

1. Kelengkapan

Jika A dan B merupakan dua kondisi/situasi, maka setiap orang harus bisa menspesifikkan apakah A lebih disukai dari pada B, B lebih disukai dari pada A atau A dan B sama-sama disukai. Dengan dasar ini tiap orang diasumsikan tidak pernah ragu dalam menentukan pilihan, sebab mereka tahu mana yang baik dan mana yang buruk, dan dengan demikian selalu bisa menjatuhkan pilihan di antara dua alternatif

2. Transitivitas

Jika seseorang mengatakan ia lebih menyukai A dan pada B, dan lebih menyukai A dari pada C, maka ia harus lebih menyukai A dari pada C. Dengan demikian seseorang tidak bisa mengartikulasikan preferensinya yang saling bertentangan

3. Kontinuitas

Jika seseorang mengatakan ia lebih menyukai A dari pada B, ini berarti segala kondisi di bawah A tersebut disukai dari pada kondisi dibawah pilihan B.

Preferensi memiliki tujuan yang merupakan keputusan akhir dalam proses pembelian untuk dapat di nikmati oleh konsumen sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen. Dengan preferensi dan anggaran yang tersedia, dapat diketahui bagaimana setiap konsumen memilih berapa banyak barang yang dibeli. Hal ini dapat diasumsikan bahwa konsumen dapat membuat pilihan secara rasional, mereka yang memilih barang untuk memaksimalkan kepuasan yang dapat mereka raih dengan anggaran terbatas yang mereka miliki (Pindyck dan Rubinfeld, 2012).

Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Jika tujuan pembelian produk tersebut untuk dijual kembali, maka dia disebut pengecer atau distributor. Sebenarnya konsumen adalah raja, oleh karena itu produsen yang memiliki prinsip holistik marketing sudah seharusnya memperhatikan semua yang menjadi hak-hak konsumen.

Menurut Loundon dan Bitta (1998), istilah perilaku konsumen diartikan suatu proses pengambilan keputusan yang mengisyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mengatur barang dan jasa. Pertama, beri perhatian luar biasa kepada pelanggan lewat pelayanan yang unggul. Kedua, teruslah berinovasi. Pendapat diatas menekankan betapa pentingnya konsumen untuk diperhatikan dan dilayani dengan sebaik-baiknya.

Menurut Ujang (2004), istilah konsumen sering diartikan sebagai dua jenis konsumen yaitu: konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen

individu adalah yang membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri. Sedangkan konsumen organisasi, yang meliputi organisasi bisnis, yayasan, lembaga sosial, kantor pemerintah, dan lembaga lainnya (sekolah, perguruan tinggi dan rumah sakit).

Menurut Swasta dan Handoko (1987), konsumen mempunyai arti sebagai individu yang melakukan pembelian untuk pemenuhan kebutuhan pribadinya atau konsumsi rumah tangganya. Perbedaan-perbedaan dasar antara konsumen akhir dengan pembeli industri atau pedagang perantara atau lembaga - lembaga, bahwa perilaku pembelian industri mempunyai motif yang berbeda dan sangat dipengaruhi oleh banyak macam individu didalamnya.

2.1.5. Uji Chi Kuadrat (independency test)

Chi kuadrat (χ^2) independency test digunakan untuk menguji hipotesis keterkaitan dua kategori bila datanya berbentuk nominal dan sampelnya besar (Siegel, 1997).

Uji keterkaitan untuk memeriksa ketidaktergantungan dua variabel dengan ordo lebih besar 2x2 dengan sampel yang besar dengan nilai frekuensi harapan (E_{ij}) minimal 10, maka digunakan rumus sebagai berikut (Daniel, 1989).

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^b \sum_{j=1}^k \left[\frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \right]$$

Tabel 1. Kontingensi 3 x 3

Variabel 1	Variabel 2				Total Baris
	a	b	c	...	
A	O_{11}	O_{12}	O_{13}	O_{1j}	ΣA
B	O_{2i}	O_{22}	O_{23}	O_{2j}	ΣB
C	O_{3i}	O_{32}	O_{33}	O_{3j}	ΣC
...	O_{ii}	O_{i2}	O_{i3}	O_{ij}
Total kolom	Σa	Σb	Σc	...	N

Keterangan : $\chi^2 = \chi^2$ hitung

O_{ij} = Frekuensi observasi pada baris i kolom j

E_{ij} = Frekuensi harapan pada baris i kolom j

b = Baris

k = Kolom

Catatan : menurut Daniel (1989) untuk Ordo di atas 2X2 maka χ^2 bisa dipakai pada nilai observasi yang $= 1$ bila $E_{ij} < 5$ di bawah 20 % . Menurut Sudrajat (1999) bila terdapat $E_{ij} < 5$ (>20%) atau $O_{ij} < 1$ maka dilakukan penggabungan kategori dalam variabel.

Tes χ^2 menuntut frekuensi yang diharapkan (E_{ij}) dalam masing-masing sel tidak boleh terlampau kecil. Jika frekuensi itu terlampau kecil dari batas minimal, penggunaan tes ini mungkin menjadi tidak tepat atau tidak bermakna (Siegel, 1997).

Kasus 2 x 2 jika frekuensi-frekuensi ada dalam suatu tabel kontingensi 2 x 2, keputusan untuk menggunakan tes χ^2 hendaknya dengan mengaidahkan pemikiran dan pertimbangan ini (Daniel, 1989) :

1. Bila $n > 40$, gunakanlah χ^2 dengan koreksi kontiyutas, yakin : gunakan rumus chi kuadrat koreksi yates. Sedangkan menurut Siegel (1997), untuk n di atas 40 tidak ada frekuensi harapan dalam tabel kontingensi 2x2 yang kurang dari 1.
2. Kalau n ada di antara 20 dan 40, tes χ^2 (rumus chi kuadrat koreksi yates) boleh dipakai jika semua frekuensi diharapkan adalah lima atau lebih. Jika frekuensi diharapkan yang terkecil kurang dari 5, pakailah tes fisher.

3. Bila $n < 20$, gunakanlah tes fisher untuk semua kasus.

Cara perhitungan dapat dibantu dengan tabel kontingensi 2 x 2 (dua baris x dua kolom).

Tabel 2. Kotingensi 2 x 2

variabel 1 \ variabel 2	1	2	Total
1	a	b	a+b
2	c	d	c+d
Total	a+c	b+d	n

Rumus chi-square menggunakan tabel kotingensi bentuk 2 x 2, formulasi koreksi Yates sbb:

$$x^2 = \frac{n \left(|ad - bc| - \frac{1}{2} n \right)^2}{(a + b)(c + d)(a + c)(b + d)}$$

Dimana :

- x^2 : Nilai chi kuadrat hitung
- n : Jumlah sampel
- a,b,c,d : Komponen matrik pada tabel kotingensi

Hipotesis Statistik :

- Ho : $x^2 = 0$
- Hi : $x^2 \neq 0$

Hipotesis Operasional :

- Ho : Tidak terdapat hubungan antara variabel.
- Hi : Terdapat hubungan antara variabel.

Kaidah keputusan (pada $dk = 1$ dan taraf kesalahan 5%):

- Ho ditolak : x^2 hitung $\geq x^2$ tabel
- Ho diterima : x^2 hitung $< x^2$ tabel

Apabila terdapat hubungan antara 2 variabel maka akan dilanjutkan dengan melihat derajat kaitannya dengan koefisien kotingensi tersebut (Siegel,1997)

$$C = \sqrt{\frac{x^2 \text{ hit}}{n + x^2 \text{ hit}}}$$

Dimana : C : Koefisien Kontingensi
 x^2 : x^2 Hasil Perhitungan
 n : Jumlah Sampel

adapun kategori keeratan hubungan adalah sebagai berikut :

C = 0-0,353 Menunjukkan hubungan positif lemah

C = 0,354-0,707 Menunjukkan hubungan positif kuat

Jika terdapat nilai dengan frekuensi harapan yang kecil dari 5 maka

digunakan uji fisher dengan rumus :

$$P = \frac{(a+b)! (c+d)! (a+c)! (b+d)!}{n! a! b! c! d!}$$

Sabli dan Sutanto (2008) mengemukakan Uji Fisher digunakan sebagai uji alternatif Kai Kuadrat untuk tabel silang (kontingensi) 2 x 2 dengan ketentuan:

1. Jumlah sampel < 20
2. Jumlah sampel 20-40 dan ada sel yang nilai harapan (E) kurang dari 5, lebih dari 20% total sel nya (untuk tabel silang 2x3 ke atas)

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dapat dijadikan referensi antara lain penelitian yang dilakukan oleh Iman Sungkawa, Dwi Purnomo dan Eva Fauziah tahun 2015 yang berjudul Hubungan Antara Persepsi dan Preferensi Konsumen dengan

Pengambilan Keputusan Pembelian Buah Lokal (studi kasus di Pasar Harjamukti, Pasar Pagi, dan Pasar Kanoman Kota Cirebon), penelitian ini menggunakan Metode Analisis deskriptif dan analisis korelasi. Dari hasil penelitian menyatakan Persepsi konsumen berhubungan positif dengan pengambilan keputusan pembelian buah lokal di Pasar Harjamukti, Pasar Pagi, dan Pasar Kanoman Kota Cirebon. Preferensi konsumen berhubungan positif dengan pengambilan keputusan pembelian buah lokal di Pasar Harjamukti, Pasar Pagi, dan Pasar Kanoman Kota Cirebon akan lebih kuat juga. Sub variabel persepsi dan preferensi yang berhubungan erat dengan pengambilan keputusan pembelian buah lokal adalah sub variabel kualitas di ukur dari hasil korelasi yang memiliki nilai r_s lebih besar yaitu (0,788).

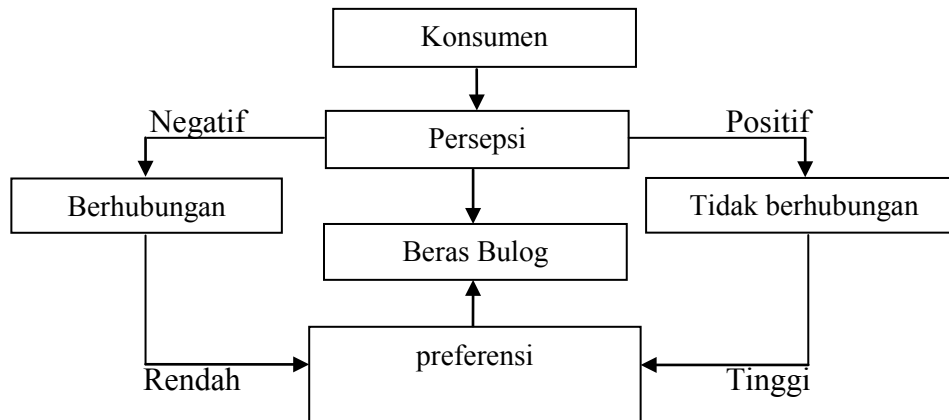
Selanjutnya penelitian Sri Tuti Wahyuni (2017), dengan judul Hubungan Persepsi dengan Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Sawi (*Brasissca rapa*) Organik Di Pasar Kebun Handil Kecamatan Jelutung Kota Jambi menunjukkan bahwa terdapat perbedaan selera konsumen terhadap sayuran sawi (*Brasissca rapa*) organik di pasar kebun handil Kecamatan Jelutung Kota Jambi . χ^2 hitung $2,88 < \chi^2$ tabel 3,84. Tidak terdapat hubungan persepsi dan preferensi konsumen terhadap sayuran sawi (*Brasissca rapa*) organik di pasar kebun handil Kecamatan Jelutung Kota Jambi. χ^2 hitung $0,07 < \chi^2$ tabel 3,84.

Siti Rochaeni (2013) melakukan penelitian Analisis Persepsi, Kesadaran, dan Preferensi Konsumen Terhadap Buah Lokal. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan inferensia. Dari hasil penelaitain diketahui persepsi konsumen terhadap buah lokal dinilai berada pada kondisi yang tidak terlalu baik, karena hanya sedikit sekali konsumen yang memiliki nilai persepsi yang tinggi. Sejalan

dengan persepsi, kesadaran konsumen untuk mengonsumsi buah lokal pun belum tinggi. Ketika persepsi dan kesadaran untuk mengonsumsi buah lokal berada pada nilai yang tidak terlalu baik, dapat diprediksikan bahwa preferensi konsumen terhadap buah lokal pun akan lebih rendah, terutama saat dibandingkan dengan buah-buahan impor. Uji hubungan statistik juga mendukung pernyataan ini. Setelah uji pengaruh dilakukan juga ditemukan bahwa persepsi konsumen memiliki pengaruh nyata terhadap preferensi.

2.3. Kerangka Pemikiran Operasional dan Hipotesis

Desa Manggis Kelurahan Manggis Kec Bathin III Kabupaten Muaro Bungo merupakan salah satu daerah yang mengonsumsi beras bulog. Persepsi merupakan proses interpretasi terhadap suatu objek atas dasar pengetahuan yang dimiliki. Bila individu telah mempunyai persepsi terhadap sesuatu, perhatiannya akan dengan sendirinya tertarik pada objek tersebut. Persepsi masyarakat terhadap beras bulog yaitu keinginan konsumen untuk mencari informasi tentang kelebihan dari beras bulog. Preferensi konsumen adalah kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk (Munandar et al, 2012). Persepsi terbagi dua kategori yaitu positif dan negatif, sedangkan preferensi terbagi dua kategori yaitu tinggi dan rendah. Persepsi positif dari konsumen diduga menimbulkan preferensi yang tinggi akan beras bulog sedangkan persepsi negatif dari konsumen diduga menimbulkan preferensi yang rendah akan beras bulog. Untuk melihat hubungan persepsi dan preferensi masyarakat terhadap beras bulog komersil dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 1 : Skema Kaitan antara Persepsi dengan Preferensi masyarakat terhadap Beras BULOG Komersil Di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kecamatan Bathin III Kabupaten Muaro Bungo

Hipotesis :

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis yang akan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian ini adalah diduga terdapat hubungan antara persepsi dengan preferensi masyarakat terhadap beras bulog komersil di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kec Bathin III Kabupaten Muaro Bungo.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kecamatan Bathin III Kabupaten Muaro Bungo. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa desa ini merupakan salah satu wilayah dari ibu kota Kecamatan, dan diambil rukun tetangga (RT) dengan populasi KK tertinggi dan populasi KK terendah yang membutuhkan pasokan beras dari luar di Kecamatan Bathin III. Pengambilan data dilaksanakan pada bulan agustus 2019.

Ruang lingkup penelitian meliputi gambaran persepsi dan preferensi masyarakat terhadap beras BULOG komersil, serta kaitan persepsi dengan preferensi masyarakat terhadap beras BULOG komersil, adapun data-data yang diperlukan dalam, penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Identitas responden yang meliputi nama, umur, tingkat pendidikan, pekerjaan
2. Aspek persepsi dengan preferensi masyarakat terhadap terhadap beras BULOG komersil di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kecamatan Bathin III Kabupaten Muaro Bungo,
3. Aspek-aspek lain yang diperlukan dalam penelitian ini.

3.2. Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan berdasarkan kurun waktu dalam penelitian ini adalah data *cross section* dan jenis data berdasarkan skala ukur untuk keperluan analisis adalah data nominal. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini berdasarkan sumbernya diklasifikasikan dan diperoleh dari dua sumber yaitu data

primer berupa data yang diambil langsung dari petani yang terpilih sebagai sampel, pengambilan data dilakukan dengan wawancara langsung pada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan yang terpola dan terstruktur sesuai dengan kebutuhan, yang ke dua data sekunder merupakan data tambahan yang dibutuhkan untuk melengkapi penelitian ini diperoleh dari berbagai instansi terkait, perpustakaan, publikasi ilmiah terutama yang relevan dengan masalah yang diteliti. Sedangkan metode yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah metode survey.

3.3. Metode Penarikan Sampel

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari objek tertentu di suatu wilayah yang hendak dijadikan objek penelitian. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasi (Sugiono, 2010).

Besarnya ukuran sampel yang diambil sesuai dengan pernyataan Winarno (2004), bahwa untuk pedoman umum saja dapat dikatakan bahwa bila populasi cukup homogen, terhadap populasi di bawah 100 dapat digunakan sampel sebesar 50% dan bila populasi diatas 100 dapat diambil sampel sebesar 15% dan sampel manusia diatas 30 orang besarnya populasi diambil dari 2 Desa yang ditentukan secara sengaja berdasarkan jumlah KK terbesar dan yang terkecil, untuk menentukan jumlah sampel maka menggunakan metode sampel berdasarkan acak kelompok (*proposional random sampling*), dengan rumus (Nazir, 1998) sebagai berikut :

$$n_i = \frac{N_i}{N} n$$

Dimana :

- n_i = Jumlah total sub sampel rumah tangga
- N_i = Jumlah total sub populasi rumah tangga
- n = Jumlah total sampel rumah tangga
- N = Jumlah total populasi rumah tangga

Berdasarkan hal tersebut maka di ambil sampel sebesar 15 % (54 KK) dari total populasi masyarakat (357 KK), dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2001), *simple random sampling* yaitu proses pengambilan sampel yang dilakukan dengan memberi kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk menjadi anggota sampel. Anggota dari populasi dipilih satu persatu secara random (semua populasi mendapatkan kesempatan yang sama untuk dipilih) dan jika sudah dipilih tidak dapat dipilih lagi.

Tabel 3. Sub Populasi dan Sub Sampel

No	Rukun Tangga	Sub Populasi (KK)	Jumlah Sub Sampel (KK)
1	13	81	12
2	21	276	42
	Total	357	54

3.4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data penelitian digunakan metode deskriptif kualitatif–kuantitatif dan interperensi untuk menjawab perumusan masalah mengenai gambaran persepsi dengan preferensi masyarakat terhadap terhadap beras bulog komersil di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kecamatan Bathin III Kabupaten Muaro Bungo. Hasil penelitian yang dikumpulkan ditabulasi dan

dihitung rata-rata frekuensi dan dipersentasekan. Sedangkan untuk mengetahui hubungan persepsi dengan preferensi masyarakat terhadap terhadap beras bulog komersil di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kecamatan Bathin III Kabupaten Muaro Bungo dianalisis dengan rumus Chi-Kuadrat menggunakan tabel kontingensi 2 x 2 (dua baris x dua kolom) sebagai berikut :

Tabel 4. Hubungan Persepsi dengan preferensi beras bulog komersil

Persepsi \ Preferensi	Positif	Negatif	Total
	Positif	a	b
Negatif	c	d	c + d
Total	a + c	b + d	n

Rumus yang digunakan adalah “koreksi yates”. Formulasi koreksi yates :

$$x^2 = \frac{n \left(|ad - bc| - \frac{1}{2} n \right)^2}{(a + b)(c + d)(a + c)(b + d)}$$

Dimana :

- x^2 = Nilai chi kuadrat hitung
- n = Jumlah sampel
- a,b,c,d = Komponen matrik pada tabel kotingensi

Hipotesis Statistik :

$$H_0 : x^2 = 0$$

$$H_a : x^2 \neq 0$$

Hipotesis operasional

H_0 : Tidak terdapat hubungan persepsi dengan preferensi masyarakat terhadap beras BULOG komersil di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kecamatan Bathin III Kabupaten Muaro Bungo

H_a : Terdapat hubungan persepsi dengan preferensi masyarakat terhadap beras BULOG komersil di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kecamatan Bathin III Kabupaten Muaro Bungo

Kaidah keputusan : ($x^2_{tabel} = x^2$ pada $\alpha = 5\%$ dan $db = (m-1)(n-1) = 3,814$)

Ho ditolak : χ^2 hitung $\geq \chi^2$ tabel

Ho diterima : χ^2 hitung $< \chi^2$ tabel

Apabila terdapat hubungan persepsi dengan preferensi masyarakat maka akan dilanjutkan dengan melihat derajat kaitannya dengan koefisien kotingensi tersebut (Siegel,1997)

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2 \text{ hit}}{n + \chi^2 \text{ hit}}}$$

Dimana : C : Koefisien Kontingensi
 χ^2 : χ^2 Hasil Perhitungan
n : Jumlah Sampel

adapun kategori keeratan hubungan adalah sebagai berikut :

C = 0-0,353 Menunjukkan hubungan positif lemah

C = 0,354-0,707 Menunjukkan hubungan positif kuat

3.5. Konsepsi Pengukuran Variabel

Konsepsi Pengukuran Variabel disajikan untuk menjelaskan batasan-batasan terhadap variabel yang diteliti. Adapun beberapa variabel tersebut adalah sebagai berikut :

1. Sampel yaitu rumah tangga yang pernah mengkonsumsi beras BULOG komersil di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kecamatan Bathin III Kabupaten Muaro Bungo (RTP).
2. Persepsi adalah penilaian terhadap beras BULOG komersil dilihat dari aspek kognitif, afektif dan konatif dengan cara skor atas jawaban pertanyaan dalam quioner hal ini diukur dari komponen .
 1. Bagaimana pengetahuan kognitif masyarakat mengenai beras BULOG komersil.

2. Afektif bagaimana sikap dan pemahaman masyarakat mengenai beras bulog komersil.

3. Konatif kecenderungan masyarakat dalam pemakaian beras bulog komersil

Skor total yang diperoleh berkisar 1-4 yang terbagi menjadi dua kategori :

Negatif : 10-25

Positif : 25,1- 40

3. Preferensi adalah pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen, dengan melihat sikap dan perilaku terhadap beras BULOG komersil. Dalam hal ini preferensi diukur dengan memberikan skor berdasarkan kuisisioner yang terbagi dari 2 kategori yaitu tinggi dan rendah

Rendah : 4-10

Tinggi : 10,1-16

4. Beras BULOG komersil (BBK) adalah beras BULOG yang diperuntukkan untuk dijual secara bebas kepada konsumen

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1 Letak Geografis

Desa Manggis adalah salah satu dari kelurahan yang berada dalam wilayah Kecamatan Batin III Kabupaten Bungo. Batas-batas wilayah RT 15 Kelurahan Manggis sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara : Sungai Batang Bungo
- b. Sebelah Selatan : Kelurahan Batang Asam
- c. Sebelah Barat : Kelurahan Limau Manis
- d. Sebelah Timur : Kelurahan Pualu Rantau

4.2. Pendidikan Penduduk

Tingkat pendidikan merupakan sarana penciptaan lingkungan yang sangat menentukan tingkat kemampuan dan pemahaman seseorang terhadap sesuatu yang diterimanya, dalam penelitian ini tingkat pendidikan yang diukur adalah tingkat pendidikan formal yang pernah di ikuti oleh responden.

Pendidikan secara umum dapat dibedakan menjadi dua bagian yaitu : pendidikan formal dan pendidikan non formal. Pendidikan formal yaitu pendidikan yang diselenggarakan oleh pemerintah atau swasta dan terikat oleh kurikulum yang sudah ada, misalnya Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, dan sampai Perguruan Tinggi. Sedangkan pendidikan non formal cenderung lebih bebas, karena kurikulum dibuat dengan menyesuaikan kebutuhan, seperti kursus-kursus, latihan-latihan dan lain sebagainya.

Untuk mengetahui tingkat pendidikan penduduk dapat dilihat pada Tabel 5 berikut

Tabel 5. Jumlah Penduduk Desa Manggis Kelurahan Manggis Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2018

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)
1	SD	47
2	SLTP	86
3	SLTA	153
4	S1	50
5	Lain-Lain	1.008
Jumlah		1.344

Sumber : Kelurahan Manggis

Pada Tabel 5 menunjukkan bahwa di Desa Manggis Kelurahan Manggis tingkat pendidikan penduduk yang paling banyak yaitu lain-lainnya seperti belum sekolah dan tidak sekolah sebanyak 1.008 orang kemudian tingkat pendidikan yang terkecil yaitu tamat SD sebanyak 47orang.

4.3 Mata Pencarian Penduduk

Pertumbuhan ekonomi masyarakat Desa Manggis Kelurahan Manggis secara umum bervariasi, hal ini dilihat dari bertambahnya Jumlah penduduk dan latar belakang pekerjaan dari masing-masing penduduk. Dari hasil observasi lapangan terlihat bahwa kehidupan masyarakat Desa Manggis sebagian besar bermata pencarian sebagai Karyawan Swasta dengan jumlah sebanyak 674 orang dan yang terkecil adalah bermata pencaharian Pensiunan dengan jumlah sebanyak 69 orang seperti terlihat di Tabel 6 berikut.

Tabel 6. Jumlah Penduduk Desa Manggis Kelurahan Manggis Berdasarkan Mata Pencarian Tahun 2018

No	Mata Pencarian	Jumlah (Orang)
1.	Pegawai Negeri Sipil	240
2.	Karyawan Swasta	674
3.	Pengangkutan/ Jasa-Jasa	130
4.	Buruh Bangunan	89
5.	Pensiunan	69
6.	Lain-lainnya	142
Jumlah		1.344

Sumber : Desa Manggis Kelurahan Manggis, 2018

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Identitas Responden

5.1.1. Umur

Umur merupakan salah satu faktor internal dari seseorang yang dapat mempengaruhi cara berfikir dan bertindak. Faktor umur juga akan mempengaruhi sifat konsumtif seseorang. Semakin tua umur seseorang biasanya akan lebih selektif memilih makanan yang sesuai dengan kondisi fisiknya. Untuk lebih jelasnya distribusi frekuensi berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Konsumen Berdasarkan Kelompok Umur Daerah Penelitian Tahun 2020

No	Umur Responden (Tahun)	Frekuensi (RTP)	Persentase %
1	26-31	13	24,07
2	32-37	7	12,96
3	38-43	6	11,11
4	44-49	13	24,07
5	50-55	9	16,67
6	56-61	5	9,26
7	62-67	1	1,85
Jumlah		54	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan data Tabel 7 di atas terlihat bahwa persentase kelompok umur yang paling tinggi yaitu berkisar antara selang umur 26-31 tahun dan 44-49 tahun yaitu masing-masing sebanyak 13 Orang dengan persentase 24,07% sedangkan persentase kelompok umur yang paling sedikit yaitu selang umur 62-67 tahun yaitu sebanyak 1 orang dengan persentase 1,85 dengan rata-rata umur konsumen yaitu 43 Tahun (Lampiran 2). Dapat dikatakan bahwa masyarakat di Desa

manggis berada pada kelompok umur yang memiliki kemampuan fisik cukup baik dan produktif, hal ini sejalan dengan pendapat Tohir (1983), bahwa kelompok umur produktif berada pada jenjang 15-55 tahun.

5.1.2. Pendidikan Konsumen

Tingkat pendidikan sangat menentukan tingkat kemampuan dan pemahaman seseorang terhadap sesuatu yang diterimanya. Dalam penelitian ini tingkat pendidikan yang diukur adalah tingkat pendidikan formal yang pernah diikuti oleh konsumen. Untuk jelasnya tingkat pendidikan konsumen di daerah penelitian dapat dilihat pada Tabel 8 berikut :

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan Daerah Penelitian Tahun 2020

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi (RTP)	Persentase %
1	SD	14	25,93
2	SMP	13	24,07
3	SMA	24	44,44
4	S1	3	5,56
Jumlah		54	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Dari Tabel di atas terlihat bahwa jumlah terbanyak responden berdasarkan tingkat pendidikan formal yang pernah diikuti konsumen adalah tingkat pendidikan SMA yaitu sebanyak 24 orang dengan persentase 44,44%. Sedangkan konsumen yang paling sedikit yaitu tingkat pendidikan S1 yaitu sebanyak 3 orang dengan persentase 5,56%. Berdasarkan uraian data dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen beras bulog komersil berpendidikan SMA. Menurut Saridewi (2010), tingkat pendidikan seseorang dapat mengubah pola pikir, daya

penalaran yang lebih baik, sehingga makin lama seseorang mengenyam pendidikan akan semakin rasional.

5.1.3. Pekerjaan Konsumen

Pekerjaan akan mempengaruhi kondisi ekonomi seseorang. Semakin baik pekerjaan seseorang biasanya akan semakin baik pula kondisi keuangannya dan akan lebih mudah untuk mendapatkan sesuatu, terutama untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Konsumen yang berada didaerah penelitian jenis pekerjaannya terdiri dari PNS Wiraswasta, Petani, Honorer, Ojol, Buruh & Ibu Rumah Tangga, Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 9. Distribusi Frekuensi Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan Daerah Penelitian Tahun 2020

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi (RTP)	Persentase %
1	PNS	4	7,41
2	Wiraswasta	15	27,78
3	Petani	20	37,04
4	Honorer	5	9,26
5	Ojol	2	3,70
6	Buruh	2	3,70
7	IRT	6	11,11
Jumlah		54	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan data pada Tabel 9 di atas bahwa jumlah konsumen yang paling banyak adalah petani dengan frekuensi sebanyak 20 orang dengan persentase sebesar 37,04% sedangkan jumlah yang paling sedikit adalah Ojol & Buruh sebanyak 2 orang dengan persentase sebesar 3,70%.

5.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi dan preferensi konsumen terhadap beras bulog komersil, semakin banyak jumlah tanggungan keluarga maka semakin banyak kebutuhan yang dipenuhi oleh konsumen. Tanggungan keluarga terdiri istri, anak serta anggota keluarga lainnya yang tinggal bersama dalam keluarga sekaligus menjadi tanggung jawab kepala keluarga. Untuk lebih jelasnya jumlah tanggungan keluarga petani sampel dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 10. Distribusi Frekuensi Konsumen Menurut Jumlah Tanggungan Keluarga di Daerah Penelitian Tahun 2020

No	Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)	Frekuensi (RTP)	Persentase %
1	1	1	1,89
2	2	9	16,98
3	3	19	35,85
4	4	11	20,75
5	5	10	18,87
6	6	3	5,66
7	7	0	0
Jumlah		54	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga yang paling sedikit adalah 1 orang dan yang paling banyak adalah 6 orang dengan rata-rata sebanyak 3 orang (Lampiran 2). Tabel diatas juga menunjukkan bahwa jumlah konsumen dengan jumlah tanggungan keluarga 3 orang yang terbanyak, yaitu

sebanyak 19 orang (35,85%) dan jumlah tanggungan keluarga 1 orang adalah yang paling sedikit yaitu dengan jumlah 1 orang (1,89%).

5.2. Gambaran Persepsi Konsumen Terhadap Beras BULOG Komersil

Persepsi konsumen dapat diartikan sebagai kemampuan konsumen untuk dapat menerima dan memahami beras bulog komersil mulai dari mengetahui keberadaannya, perbedaannya, kelebihanannya, kemasannya, aromanya, warnanya, rasanya, kemudahan mendapatkannya, konsumsinya, dan terutama harganya. Sehingga dapat menghasilkan pemahaman yang bersifat positif maupun negatif terhadap beras BULOG komersil tersebut.

Tingkat persepsi pada penelitian ini dikelompokkan menjadi 2 kategori, yaitu persepsi positif dan persepsi negatif. Adapun distribusi frekuensi konsumen berdasarkan persepsi konsumen terhadap beras bulog komersil di Desa Manggis Kecamatan Batin III Kabupaten Bungo dapat dilihat pada Tabel 11 dan Lampiran 3 berikut ini :

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Konsumen Berdasarkan Persepsi Terhadap Beras Bulog Di Daerah Penelitian Tahun 2020

Distribusi Kategori Persepsi	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Positif	33	61,11
Negatif	21	38,89
Jumlah	54	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Tabel di atas menunjukkan persepsi konsumen pada tiap kategori, yaitu persepsi konsumen terbanyak yaitu persepsi positif sebanyak 33 orang (61,11%). Hal tersebut dapat dilihat dari baiknya respon masyarakat dalam mengkonsumsi beras BULOG komersil. Hal tersebut juga dapat dilihat dari positifnya respon

masyarakat terhadap keberadaannya, perbedaannya, kemasannya, aromanya, warnanya, kemudahan mendapatkannya untuk dikonsumsi, dan kesehatan. Namun demikian masih terdapat konsumen yang memiliki persepsi negatif yaitu sebanyak 21 orang dengan persentase sebesar (38,89%) persepsi negatif karena masyarakat kurang mengetahui kelebihan bila mengkonsumsi Beras bulog komersil, rasa beras BULOG, dan tanggapan mengenai beras BULOG komersil. Dilihat dari rata-rata persepsi konsumen terhadap beras BULOG komersil adalah positif (Lampiran 3)

5.3. Gambaran Preferensi Konsumen Terhadap Beras Bulog Komersil

Preferensi konsumen dapat diartikan sebagai keputusan akhir dalam proses pembelian beras untuk dapat dinikmati oleh masyarakat sehingga dapat mencapai kepuasan masyarakat terhadap beras BULOG komersil. Preferensi dikelompokkan menjadi 2 kategori, yaitu rendah dan tinggi. Adapun distribusi frekuensi masyarakat berdasarkan preferensi terhadap beras BULOG komersil di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kec Batin III Kabupaten Bungo dapat dilihat pada Tabel 12 dan Lampiran 4 berikut ini :

Tabel 12. Distribusi Frekuensi Masyarakat Berdasarkan Preferensi Terhadap Beras Bulog Komersil di Daerah Penelitian Tahun 2020

Distribusi Kategori Preferensi	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Rendah	35	64,81%
Tinggi	19	35,19%
Jumlah	54	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Tabel 12 di atas menunjukkan hasil preferensi konsumen pada tiap kategori. Preferensi masyarakat terhadap beras bulog komersil dan beras komersil lainnya dapat dilihat dari kemampuan mereka dalam memberi alasan untuk menguatkan pilihan mereka sesuai dengan jenis pertanyaan yang bersangkutan

dengan beras BULOG komersil dan beras komersil lainnya (Lampiran 4). Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen yaitu 35 Orang (64,81%) memiliki preferensi rendah atau tidak memilih beras BULOG komersil. Rendahnya tingkat preferensi masyarakat terhadap beras BULOG komersil dikarenakan rendahnya usaha dalam mencari beras BULOG, pencarian informasi tentang beras BULOG komersil tidak maksimal, konsumsi beras BULOG lebih sedikit, ada keinginan mengganti penggunaan beras BULOG dimasa yang akan datang karena anggapan bahwa beras BULOG adalah untuk masyarakat miskin. Disamping rendahnya preferensi konsumen yang memilih beras BULOG komersil terdapat pula konsumen yang preferensi memilih beras komersil lainnya tinggi yaitu sebanyak 19 Orang (35,19%). Dilihat dari rata-rata preferensi konsumen terhadap beras bulog komersil adalah rendah (Lampiran 4).

5.4. Hubungan Antara Persepsi dengan Preferensi Konsumen terhadap Beras Bulog Komersil di Daerah Penelitian

Persepsi seseorang terhadap suatu objek yang bersifat positif maupun negatif diharapkan akan menghasilkan suatu preferensi yang sejalan juga terhadap persepsi tersebut. Persepsi konsumen yang positif terhadap beras BULOG komersil diharapkan akan menghasilkan preferensi yang tinggi atau pilihan terhadap beras bulog komersil juga atau sebaliknya. Untuk lebih jelasnya distribusi frekuensi hubungan persepsi dengan preferensi konsumen terhadap beras BULOG komersil di Desa Manggis dapat dilihat pada Tabel 13 dan Lampiran 5 berikut :

Tabel 13. Distribusi Frekuensi Konsumen Berdasarkan Hubungan antara Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Beras BULOG Komersil Di daerah Penelitian Pada Tahun 2019

Kategori Persepsi	Preferensi				Jumlah	
	Rendah		Tinggi		Orang	%
	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)		
Negatif	18	33,33	3	5,56	21	38,89
Positif	17	31,48	16	29,62	33	61,11
Jumlah	35	64,81	19	35,18	54	100

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2020

Dari Tabel di atas diketahui jumlah konsumen yang memiliki persepsi positif ada sebanyak 33 orang (61,11%) dengan pembagian 17 orang (33,33%) yang berpersepsi positif dengan preferensi rendah terhadap beras BULOG komersil dan 16 orang (29,62%) yang berpersepsi positif dengan preferensi tinggi terhadap beras BULOG komersil. Sebaliknya masyarakat yang memiliki persepsi negatif sebanyak 21 orang (38,89%) dengan pembagian 18 orang (35,19%) yang ber persepsi negatif dengan preferensi rendah terhadap beras BULOG komersil dan 3 orang (5,56%) yang berpersepsi negatif dengan preferensi tinggi terhadap beras BULOG komersil .

Berdasarkan perhitungan pada hasil uji chi square hubungan persepsi dengan preferensi masyarakat terhadap beras BULOG di Desa Manggis diperoleh nilai χ^2 sebesar 4,974 (lampiran 6). Nilai χ^2 tersebut lebih besar dari nilai χ^2 tabel (3,841), dimana H_0 ditolak atau H_a diterima. Dikarenakan para masyarakat lebih cenderung memilih beras komersil lainnya dibandingkan beras BULOG komersil. Maka dapat kita simpulkan bahwa terdapat hubungan antara persepsi dengan preferensi masyarakat Desa Manggis Kelurahan Manggis Kecamatan

Batin III Kabupaten Muaro Bungo. Selanjutnya untuk melihat keeratan hubungan di lakukan uji koefisien kotingensi tersebut dengan nilai 0,29 dengan kategori keeratan adalah positif lemah.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Dari Hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen terhadap beras bulog komersial di daerah penelitian adalah positif sebanyak 33 orang (61,11%) dan masyarakat yang memiliki persepsi negatif sebanyak 21 orang (38,89%).
2. Preferensi konsumen terhadap beras bulog komersial di daerah penelitian adalah rendah sebanyak 35 orang (64,81%) masyarakat yang memiliki preferensi tinggi sebanyak 19 orang (35,19%).
3. Terdapat hubungan antara persepsi dengan preferensi masyarakat Desa Manggis Kelurahan Manggis Kecamatan Batin III Kabupaten Muaro Bungo dengan keeratan hubungan sebesar 0,29 dengan kategori keeratan adalah positif lemah.

6.2. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah disarankan agar Perum Bulog meningkatkan cita rasa beras bulog komersil, memberikan pengetahuan mengenai beras bulog komersil kepada masyarakat sehingga masyarakat / konsumen mau membeli beras bulog komersil yang berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar.1995. Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya. Pustaka Pelajar. Jakarta.
- BPS Provinsi Jambi.2018.Provinsi Jambi Dalam Angka. BPS. Jambi.
- BPP Kabupaten Bungo. 2018. Bungo Dani Dalam Angka. Jambi.
- BPS Jambi. 2016. Jambi Dalam Angka 2016. Jambi.
- Cochran, W.G. 1954. Some Methods for Strengthening the Common χ^2 tests
Biometrics, 10, 417- 451.
- Daradjat. 1970. Ilmu Jiwa Agama. Bulan Bintang. Jakarta.
- Gerungan. 1996. Psikologi Sosial. Eresco. Bandung.
- Hubeis M. 1984. Pengantar Pengolahan Tepung Sereal dan Biji-bijian. Institut
Pertanian Bogor. Bogor
- Hermanto. 1991. Ilmu Usaha Tani Penebar Swadaya. Surabaya.
- Hutabarat N. 2998. Analisa Perilaku Konsumen Sayuran Segar Pada Supermarket
Foodmart Di Plaza Ekalokasari Bogor . Skripsi.
https://repository.ipb.ac.id/jspui/.../3142/.../A2008_Nova%20Delita%20HB_abstract.p... Diunduh tanggal 19 Juli 2019.
- Iman Sungkawa, Dwi Purnomo dan Eva Fauziah, 2015. Hubungan Antara
Persepsi dan Preferensi Konsumen dengan Pengambilan Keputusan
Pembelian Buah Lokal (Studi kasus di Pasar Harjamukti, Pasar Pagi, dan
Pasar Kanoman Kota Cirebon).
<http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/agrijati/article/view/174/123>
Diunduh tanggal 26 Februari 2020
- Kantor Kecamatan Bungo. 2018. Data Kecamatan Bungo Dani . Bungo
- Kantor Kelurahan Manggis. 2018. Data Jumlah Penduduk Kelurahan Manggis.
Muaro Bungo.
- Rukmana, R. dan Yuniarsih, Y. 1996. Kedelai : Budidaya dan Pasca Panen.
Kanisius. Yogyakarta.
- Sears dkk. 1994. Social Psychology. Prentice Hall, Inc. New Jersey. United State
Of America

- Siegel. 1997. Statistik Non Parametrik Untuk Ilmu Sosial. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Siregar, H. 1981. Budidaya Tanaman Padi Di Indonesia. Sastra Hudaya, Jakarta
<https://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/60592/4/BAB%20II%20Tinjauan%20Pustaka.pdf>
- Siregar, S. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif di Lengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS. Jakarta.
- Siti Rochaeni, 2013. Analisis Persepsi, Kesadaran, dan Preferensi Konsumen Terhadap Buah Lokal
https://www.researchgate.net/publication/334789167_ANALISIS_PERSEPSI_KESADARAN_DAN_PREFERENSI_KONSUMEN_TERHADAP_BUAH_LOKAL
- Soekartawi. 2002. Teori Ekonomi Produksi dengan pokok Bahasan Analisis Fungsi Cobb Dauglas. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sondang P. Siagian. 2003. Teori dan Praktek Kepemimpinan, PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sugihartono dkk. 2007. Psikologi Pendidikan. Universitas Negeri Yogyakarta Press. Yogyakarta.
- Sugiono. 1999. Metode Penelitian Bisnis. CV Alfabeta. Jakarta.
- _____. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. CV Alfabeta. Bandung.
- Sunaryo. 2004. Psikologi Untuk Keperawatan. EGC. Jakarta.
- Suparta, N. 2005. Pendekatan Holistik Membangun Agribisnis. Cetakan 1. Denpasar: CV. Bali Media Adikarsa. Bali.
- Suratiyah. 2008. Ilmu Usaha Tani. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Toha M. 2003. Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya. Grafindo Persada. Jakarta.
- Walgito. 1997. Pengantar Psikologi Umum. Andi Offset. Yogyakarta.

Lampiran 1. Daftar Kuisisioner Kaitan Antara Persepsi Masyarakat Terhadap Beras Bulog Komersil Dengan Preferensinya Di Desa Manggis Kelurahan Manggis Kec Bathin III Kabupaten Muaro Bungo

I. Identitas Sampel

1. Nomor responden :
2. Nama :
3. Umur :
4. Pendidikan :
5. Pekerjaan :

II. Persepsi Masyarakat Terhadap beras bulog komersil

1. Apakah Bapak/ibu mengetahui tentang adanya beras bulog komersil ?
 - a. Sangat mengetahui (dapat memberikan >2 alasan) 4
.....
 - b. Mengetahui (dapat memberikan 2 alasan) 3
.....
 - c. Kurang Mengetahui (dapat memberikan 1 alasan) 2
.....
 - d. Tidak Mengetahui (tidak dapat memberikan alasan) 1

2. Apakah Bapak/ibu mengetahui perbedaan beras bulog komersil dan beras lain ?
 - a. Sangat Mengetahui (dapat menyebutkan >2 perbedaan) 4
.....
 - b. Mengetahui (dapat menyebutkan 2 perbedaan) 3
.....
 - c. Kurang mengetahui (dapat menyebutkan 1 perbedaan) 2
.....
 - d. Tidak Mengetahui (tidak bisa menjawab) 1

3. Apakah Bapak/ibu mengetahui kelebihan bila mengosumsi Beras bulog komersil?
- a. Sangat Mengetahui (dapat menyebutkan lebih dari 2 kelebihan) 4
.....
 - b. Mengetahui (dapat menyebutkan 2 kelebihan) 3
.....
 - c. Kurang Mengetahui (dapat menyebutkan 1 kelebihan) 2
.....
 - d. Tidak Mengetahui (Tidak dapat Menjawab) 1
4. Apakah Bapak/Ibu menyukai kemasan beras bulog komersil
- a. Sangat Menyukai (dapat menyebutkan lebih dari 2 kelebihan) 4
.....
 - b. Mengetahui (dapat menyebutkan 2 kelebihan) 3
.....
 - c. Kurang Menyukai (dapat menyebutkan 1 kelebihan) 2
.....
 - d. Tidak Menyukai (Tidak dapat Menjawab) 1
5. Apakah Bapak/Ibu menyukai aroma beras bulog komersil
- a. Sangat Menyukai (dapat menyebutkan lebih dari 2 kelebihan) 4
.....
 - b. Mengetahui (dapat menyebutkan 2 kelebihan) 3
.....
 - c. Kurang Menyukai (dapat menyebutkan 1 kelebihan) 2
.....
 - d. Tidak Menyukai (Tidak dapat Menjawab) 1

6. Apakah Bapak/Ibu menyukai warna beras bulog komersil
- a. Sangat Menyukai (dapat menyebutkan lebih dari 2 kelebihan) 4
.....
 - b. Mengetahui (dapat menyebutkan 2 kelebihan) 3
.....
 - c. Kurang Menyukai (dapat menyebutkan 1 kelebihan) 2
.....
 - d. Tidak Menyukai (Tidak dapat Menjawab) 1
7. Apakah Bapak/Ibu menyukai rasa beras bulog komersil
- a. Sangat Menyukai (dapat menyebutkan lebih dari 2 kelebihan) 4
.....
 - b. Mengetahui (dapat menyebutkan 2 kelebihan) 3
.....
 - c. Kurang Menyukai (dapat menyebutkan 1 kelebihan) 2
.....
 - d. Tidak Menyukai (Tidak dapat Menjawab) 1
8. Apakah Bapak/Ibu merasakan kemudahan mendapatkan beras bulog komersil
- 1. Sangat Mudah (dapat menyebutkan lebih dari 2 kelebihan) 4
.....
 - 2. Mudah (dapat menyebutkan 2 kelebihan) 3
.....
 - 3. Sulit (dapat menyebutkan 1 kelebihan) 2
.....
 - 4. Sangat Sulit (Tidak dapat Menjawab) 1

9. Apakah Bapak/ibu setuju konsumsi beras bulog komersil lebih sehat dibandingkan beras komersil lain ?
- a. Sangat setuju (dapat memberikan >2 alasan) 4
.....
 - b. Setuju (dapat memberikan 2 alasan) 3
.....
 - c. Kurang setuju (dapat memberikan 1 alasan) 2
.....
 - d. Tidak setuju (tidak dapat memberikan alasan) 1
10. Bagaimana tanggapan Bapak/ibu terhadap beras bulog komersil ?
- a. Sangat baik (dapat memberikan >2 alasan) 4
.....
 - b. Baik (dapat memberikan 2 alasan) 3
.....
 - c. Kurang Baik (dapat memberikan 1 alasan) 2
.....
 - d. Tidak baik (tidak dapat memberikan alasan) 1

III. Preferensi Konsumen Terhadap beras bulog komersil

1. Pada saat beras bulog komersil tidak tersedia Apakah yang Bapak/ibu lakukan agar tetap bisa mengosumsi beras bulog komersil ?
- a. Berusaha keras untuk mendapatkannya
(Dapat memberikan 4 alasan) 4
.....
 - b. Mencari semampunya saja (dapat memberikan 3 alasan) 3
.....
 - c. Menggunakan seadanya saja (dapat memberikan 2 alasan) 2
.....
 - d. Mengganti dengan bera komersil lain
(tidak dapat memberikan alasan) 1

2. Apakah Bapak/ibu berniat mengonsumsi beras bulog komersil lebih banyak dari pada beras komersil lain ?
- a. Sangat Berniat (dapat memberikan 4 alasan) 4
.....
 - b. Berniat (dapat memberikan 3 alasan) 3
.....
 - c. Sedikit berniat (dapat memberikan 2 alasan) 2
.....
 - d. Tidak sama sekali berniat (tidak dapat memberikan alasan) 1
3. Apakah Bapak/ibu berkomunikasi untuk mencari informasi terkait tentang Beras bulog komersil ?
- a. Mencari ke berbagai sumber sebanyak-banyaknya (dapat memberikan 4 alasan) 4
.....
 - b. Berkomunikasi dengan berbagai sumber (dapat memberikan 3 alasan) 3
 - c. Berkomunikasi sekedarnya (dapat memberikan 2 alasan) 2
.....
 - d. Tidak ada komunikasi untuk mencari informasi (tidak dapat memberikan alasan) 1
4. Apakah Bapak/ibu akan meninggalkan penggunaan beras komersil lain dimasa yang akan datang ?
- a. Pasti tidak akan meninggalkan (dapat memberikan 4 alasan) 4
.....
 - b. Kemungkinan tidak akan meninggalkan (dapat memberikan 3 alasan) 3
.....
 - c. Pikir-pikir dahulu (dapat memberikan 2 alasan) 2
.....
 - d. Pasti meninggalkan (tidak dapat memberikan alasan) 1

Lampiran 2. Identitas Responden

No Responden	Nama	Umur	Tk. Pendidikan	Pekerjaan Pokok	Jumlah Tanggungan Keluarga
1	Zeni Herman Susilo	40	SMA	Petani	4
2	Muslim	56	SMP	Wiraswasta	6
3	Ade Samsudin	29	SMA	Wiraswasta	2
4	Sri Suyati	50	SMP	Petani	4
5	Sudirman	45	SMA	Petani	5
6	Parluhutan Santuri	47	SMA	Petani	4
7	Sarnang Julian Siregar	35	SMA	Honoror	3
8	Nasrul	30	SD	Petani	3
9	Pareman Manulu, S.Pd	27	SI	Honoror	3
10	Marjohan Siregar	65	SD	Petani	2
11	Sahat Manulu	30	SMA	Wirswasta	2
12	Roy Martin Saputra	26	SMA	Buruh	3
13	Andriko	31	SMA	Ojol	4
14	Abdi Ananda Abdila	50	SMP	Wiraswasta	5
15	Hari Puryanto	59	SMA	Wiraswasta	5
16	Hendriyadi	43	SMP	Buruh	5
17	Jamhursyah, SE	47	SI	Wiraswasta	4
18	Fraternesi	27	SMA	Irt	3
19	Din Ciayai	29	SD	Petani	3
20	Prasti Eko Yunanto	35	SMA	Wiraswasta	4
21	Agustina	49	SMP	Irt	2
22	Ivan Setiawan	60	SMA	Wiraswasta	2
23	Akmal	29	SMA	Pns	3
24	Acep Sopandi	42	SMP	Ojol	5
25	Widawandi	52	SMA	Irt	5
26	Rio Arnando	30	SMA	Wiraswasta	4
27	M. Feri Hashari	33	SMA	Pns	4
28	Hermanto	36	SMA	Pns	5
29	Carles Septianus	29	SMA	Wiraswasta	3
30	Rosna, Us	48	SD	IRT	6
31	Muhamad Feri Boy	31	SMA	Honoror	3
32	Wahyu Mokerobin	37	SMA	Honoror	5
33	Wenly Victorya	34	SMA	Wiraswasta	3
34	Joni Gunawan	42	SD	Wiraswasta	5
35	Tuan Jayadi	55	SMA	Wiraswasta	4
36	Qodri Ismail	60	SMP	Wiraswasta	2
37	Zulkarnain	49	SMP	Petani	2

38	Ibrahim. Z	47	SMP	Petani	4
39	Uzir	51	SD	Honorar	3
40	Sunarno	50	S1	Petani	5
41	Rajima	49	SD	IRT	4
42	Saipul	52	SD	Petani	3
43	Toni	46	SD	Petani	3
44	Sudianto	39	SMP	Petani	3
45	Muksyah	55	SD	Petani	3
46	Muslim	51	SD	Pns	3
47	Hanawik	49	SD	Petani	2
48	Mustopa	31	SMP	Petani	0
49	Zul Alwi	37	SMP	Petani	3
50	Sisar	56	SD	Petani	2
51	Jasimah	48	SD	IRT	1
52	Muhammad. M	43	SMP	Wiraswasta	3
53	Tukiman	48	SMP	Petani	6
54	Abdurahman	47	SD	Petani	3
Jumlah		2316			188
Rata-Rata		42,89			3,48

Lampiran 3. Skor Persepsi Masyarakat Terhadap Beras Bulog Komersil

No	Skor Pertanyaan Persepsi										Jml Skor	Kategori Persepsi
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	4	4	3	1	2	2	2	2	3	2	25	Negatif
2	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3	30	Positif
3	4	2	2	3	2	2	4	4	3	4	30	Positif
4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	27	Positif
5	4	4	2	3	2	3	3	3	3	3	30	Positif
6	4	2	2	2	3	3	2	2	3	3	26	Positif
7	4	2	2	4	1	1	1	4	3	1	23	Negatif
8	4	1	1	2	2	2	1	2	3	1	19	Negatif
9	4	4	4	2	2	3	2	2	3	3	29	Positif
10	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	20	Negatif
11	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	36	Positif
12	3	3	2	3	2	3	4	4	3	4	31	Positif
13	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	31	Positif
14	2	2	2	1	1	1	2	1	3	3	18	Negatif
15	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	36	Positif
16	3	2	2	4	3	2	3	4	3	2	28	Positif
17	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	29	Positif
18	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	35	Positif
19	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	29	Positif
20	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	27	Positif
21	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	23	Negatif
22	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	22	Negatif
23	3	2	2	2	2	1	1	2	3	2	20	Negatif
24	3	2	2	4	3	3	3	4	3	3	30	Positif
25	3	4	4	4	2	4	2	4	2	3	32	Positif
26	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	30	Positif
27	4	2	3	3	3	3	1	3	3	1	26	Positif
28	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	26	Positif
29	2	2	2	1	2	1	1	1	3	2	17	Negatif
30	4	3	2	3	2	3	2	2	3	2	26	Positif
31	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	25	Negatif
32	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	30	Positif
33	3	1	1	1	1	1	1	1	3	2	15	Negatif
34	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	30	Positif
35	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	33	Positif
36	4	4	4	4	3	4	2	4	3	2	34	Positif
37	2	2	4	2	3	3	3	4	4	2	29	Positif
38	2	2	2	2	2	3	4	3	2	2	24	Negatif
39	4	3	4	2	4	4	4	2	2	1	30	Positif

40	2	3	2	2	3	1	1	3	2	2	21	Negatif
41	4	2	4	4	3	1	1	2	2	2	25	Negatif
42	4	4	4	4	2	2	2	4	3	2	31	Positif
43	2	3	3	2	2	3	4	3	2	2	26	Positif
44	4	2	2	3	3	2	4	2	1	1	24	Negatif
45	2	3	3	2	4	3	1	3	2	2	25	Negatif
46	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	24	Negatif
47	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	30	Positif
48	2	2	1	1	4	4	3	1	1	1	20	Negatif
49	2	2	4	3	3	2	2	3	2	2	25	Negatif
50	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	36	Positif
51	3	4	1	3	3	2	3	3	2	2	26	Positif
52	4	3	4	2	4	3	1	2	2	1	26	Positif
53	3	2	1	3	3	1	3	2	1	1	20	Negatif
54	2	2	2	2	1	1	2	2	3	4	21	Negatif
Jml	171	146	137	144	141	138	137	149	148	130	1441	
Rata												Positif
	3,2	2,7	2,5	2,7	2,6	2,6	2,5	2,8	2,7	2,4	26,7	
Rata												
Ket	P	P	N	P	P	P	N	P	P	N	P	

Ket : Total Skor berkisar antara 1-4 dan dibagi menjadi 2 kategori yaitu :

Negatif : 1 - 2,5

Positif : 2,6 - 4

Skor total pertanyaan dengan kisaran skor (10-40) dibagi menjadi 2 kategori yaitu :

Negatif : 10 – 25 = 21 Responden

Positif : 25,1 – 40 = 33 Responden

Lampiran 4. Skor Preferensi Masyarakat Terhadap Beras Bulog Komersil

No	Skor Pertanyaan Freferensi				Jumlah Skor	Kategori Preferensi
	1	2	3	4		
1	2	2	2	2	8	Rendah
2	2	2	3	4	11	Tinggi
3	3	4	3	3	13	Tinggi
4	2	2	3	3	10	Rendah
5	2	2	2	3	9	Rendah
6	2	2	3	3	10	Rendah
7	1	1	1	4	7	Rendah
8	1	1	1	4	7	Rendah
9	2	2	2	3	9	Rendah
10	1	1	1	4	7	Rendah
11	3	3	3	2	11	Tinggi
12	3	3	3	3	12	Tinggi
13	3	3	3	2	11	Tinggi
14	1	1	1	4	7	Rendah
15	3	4	4	3	14	Tinggi
16	2	2	3	3	10	Rendah
17	2	2	2	2	8	Rendah
18	3	2	3	2	10	Rendah
19	3	3	3	2	11	Tinggi
20	3	3	2	2	10	Rendah
21	1	1	1	1	4	Rendah
22	1	1	1	1	4	Rendah
23	1	1	1	4	7	Rendah
24	3	4	4	2	13	Tinggi
25	2	2	3	3	10	Rendah
26	1	2	1	3	7	Rendah
27	1	1	1	4	7	Rendah
28	4	4	4	2	14	Tinggi
29	1	1	1	4	7	Rendah
30	3	3	3	2	11	Tinggi
31	2	2	2	2	8	Rendah
32	3	3	3	2	11	Tinggi
33	1	1	1	4	7	Rendah
34	3	3	4	3	13	Tinggi
35	3	3	3	3	12	Tinggi
36	1	1	1	4	7	Rendah
37	2	2	2	2	8	Rendah
38	2	2	3	4	11	Tinggi
39	3	4	3	3	13	Tinggi
40	2	2	3	3	10	Rendah
41	2	2	2	3	9	Rendah

42	2	2	3	3	10	Rendah
43	1	1	1	4	7	Rendah
44	1	1	1	4	7	Rendah
45	2	2	2	3	9	Rendah
46	1	1	1	4	7	Rendah
47	3	3	3	2	11	Tinggi
48	3	3	3	3	12	Tinggi
49	3	3	3	2	11	Tinggi
50	1	1	1	4	7	Rendah
51	3	4	4	3	14	Tinggi
52	2	2	3	3	10	Rendah
53	2	2	2	2	8	Rendah
54	3	2	3	2	10	Rendah
Jumlah	113	117	125	156	511	
Rata-Rata	2,1	2,2	2,3	2,9	9,5	
Ket	R	R	R	R		

Ket : Total Skor berkisar antara 1-4 dan dibagi menjadi 2 kategori yaitu :

Rendah : 1 – 2,5

Tinggi : 2,6 – 4

Skor total pertanyaan dengan kisaran skor (4-16) dibagi menjadi 2 kategori yaitu :

Rendah : 4 – 10 = 35 Responden

Tinggi : 10,1 – 16 = 19 Responden

Lampiran 5. Perbandingan Persepsi dengan Preferensi Masyarakat Terhadap
Beras Bulog Komersil

No Responden	Nama	Kategori Persepsi	Kategori Preferensi	Hubungan Persepsi dengan Preferensi		
1	Zeni Herman Susilo	Negatif	Rendah	Negatif	-	Rendah
2	Muslim	Positif	Tinggi	Positif	-	Tinggi
3	Ade Samsudin	Positif	Tinggi	Positif	-	Tinggi
4	Sri Suyati	Positif	Rendah	Positif	-	Rendah
5	Sudirman	Positif	Rendah	Positif	-	Rendah
6	Parluhutan Santuri	Positif	Rendah	Positif	-	Rendah
7	Sarnang Julian Siregar	Negatif	Rendah	Negatif	-	Rendah
8	Nasrul	Negatif	Rendah	Negatif	-	Rendah
9	Pareman Manulu, S.Pd	Positif	Rendah	Positif	-	Rendah
10	Marjohan Siregar	Negatif	Rendah	Negatif	-	Rendah
11	Sahat Manulu	Positif	Tinggi	Positif	-	Tinggi
12	Roy Martin Saputra	Positif	Tinggi	Positif	-	Tinggi
13	Andriko	Positif	Tinggi	Positif	-	Tinggi
14	Abdi Ananda Abdila	Negatif	Rendah	Negatif	-	Rendah
15	Hari Puryanto	Positif	Tinggi	Positif	-	Tinggi
16	Hendriyadi	Positif	Rendah	Positif	-	Rendah
17	Jamhursyah, SE	Positif	Rendah	Positif	-	Rendah
18	Fraternesi	Positif	Rendah	Positif	-	Rendah
19	Din Ciayai	Positif	Tinggi	Positif	-	Tinggi
20	Prasti Eko Yunanto	Positif	Rendah	Positif	-	Rendah
21	Agustina	Negatif	Rendah	Negatif	-	Rendah
22	Ivan Setiawan	Negatif	Rendah	Negatif	-	Rendah
23	Akmal	Negatif	Rendah	Negatif	-	Rendah
24	Acep Sopandi	Positif	Tinggi	Positif	-	Tinggi
25	Widawandi	Positif	Rendah	Positif	-	Rendah
26	Rio Arnando	Positif	Rendah	Positif	-	Rendah
27	M. Feri Hashari	Positif	Rendah	Positif	-	Rendah
28	Hermanto	Positif	Tinggi	Positif	-	Tinggi
29	Carles Septianus	Negatif	Rendah	Negatif	-	Rendah
30	Rosna, Us	Positif	Tinggi	Positif	-	Tinggi
31	Muhamad Feri Boy	Negatif	Rendah	Negatif	-	Rendah
32	Wahyu Mokorobin	Positif	Tinggi	Positif	-	Tinggi
33	Wenly Victorya	Negatif	Rendah	Negatif	-	Rendah
34	Joni Gunawan	Positif	Tinggi	Positif	-	Tinggi
35	Tuan Jayadi	Positif	Tinggi	Positif	-	Tinggi
36	Qodri Ismail	Positif	Rendah	Positif	-	Rendah
37	Zulkarnain	Positif	Rendah	Positif	-	Rendah
38	Ibrahim. Z	Negatif	Tinggi	Negatif	-	Tinggi
39	Uzir	Positif	Tinggi	Positif	-	Tinggi
40	Sunarno	Negatif	Rendah	Negatif	-	Rendah
41	Rajima	Negatif	Rendah	Negatif	-	Rendah

42	Saipul	Positif	Rendah	Positif	-	Rendah
43	Toni	Positif	Rendah	Positif	-	Rendah
44	Sudianto	Negatif	Rendah	Negatif	-	Rendah
45	Muksyah	Negatif	Rendah	Negatif	-	Rendah
46	Muslim	Negatif	Rendah	Negatif	-	Rendah
47	Hanawik	Positif	Tinggi	Positif	-	Tinggi
48	Mustopa	Negatif	Tinggi	Negatif	-	Tinggi
49	Zul Alwi	Negatif	Tinggi	Negatif	-	Tinggi
50	Sisar	Positif	Rendah	Positif	-	Rendah
51	Jasimah	Positif	Tinggi	Positif	-	Tinggi
52	Muhammad. M	Positif	Rendah	Positif	-	Rendah
53	Tukiman	Negatif	Rendah	Negatif	-	Rendah
54	Abdurahman	Negatif	Rendah	Negatif	-	Rendah

Kategori persepsi negatif-preferensi rendah : 18 responden

Kategori persepsi negatif-preferensi tinggi : 3 responden

Kategori persepsi positif-preferensi rendah : 17 responden

Kategori persepsi positif-preferensi tinggi : 16 responden

Lampiran 6. Uji Chi-Square dengan Kontigensi (C) 2x2

Preferensi Persepsi	Rendah	Tinggi	Jumlah
Negatif	a (18)	b (3)	a+b (21)
Positif	c (17)	d (16)	c+d (33)
Jumlah	a+c (35)	b+d (19)	n (54)

$$x^2 = \frac{54 (|ad - bc| - \frac{1}{2}n)^2}{(a + b)(a + c)(b + d)(c + d)}$$

$$x^2 = \frac{54 (|18 \times 16 - 3 \times 17| - \frac{1}{2}54)^2}{(21)(35)(19)(33)}$$

$$x^2 = \frac{54 (|288 - 51| - \frac{1}{2}54)^2}{735 \times 627}$$

$$x^2 = \frac{54 (237 - 27)^2}{460.845}$$

$$x^2 = \frac{54 (210)^2}{460.845}$$

$$x^2 = \frac{54 (44.100)}{478.720}$$

$$x^2 = 54(92.120)$$

$$x^2 = 4,974$$

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang membantu dalam melaksanakan penelitian secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang membantu.

Peneliti banyak menerima bimbingan, petunjuk dan juga bantuan serta dorongan dari berbagai pihak yang bersifat moral maupun material. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Allah SWT dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang memberikan kekuatan bagi peneliti dalam melaksanakan penelitian dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada Ibu Ir. Nida Kemala, MP, selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberi bimbingan, arahan dorongan dan perhatian kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada Ibu Rizki Gemala Busyra, SP., M.Si selaku Dosen Pembimbing II sekaligus Ketua Program Studi Agribisnis yang selalu memberi bimbingan, dorongan, serta arahan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Kepada Isteri dan Ananda tercinta yang selalu memberi dukungan agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman di Fakultas Pertanian terutama Program Studi Agribisnis angkatan 2015.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang selalu diberikan, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan kepada para pembaca pada umumnya. Terima kasih