

**KESESUAIAN ANTARA ISI DAN KEMASAN BERAS
DALAM PERSPEKTIF KONSUMEN
(Studi Kasus : Bisnis Beras di Pasar Anom Sumenep)**

SKRIPSI



ALIFIYASINTADEWI NURQODRI
NPM : 19024010020

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2023

**KESESUAIAN ANTARA ISI DAN KEMASAN BERAS
DALAM PERSPEKTIF KONSUMEN
(Studi Kasus : Bisnis Beras di Pasar Anom, Sumenep)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis**



ALIFIYASINTADEWI NURQODRI
NPM : 19024010020

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

**KESESUAIN ANTARA ISI DAN KEMASAN BERAS
DALAM PERPEKTIF KONSUMEN
(Studi Kasus: Bisnis Beras di Pasar Anom, Sumenep)**

Diajukan oleh
ALIFTYASINTADEWI NUROODRI
NPM: 19024010020

Telah diterima Pada tanggal
Kamis 27 Juli 2023

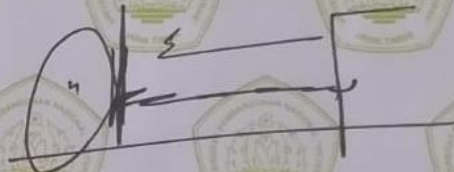
Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing
Pendamping



Mirza Andrian Syah, S.P., M.P
NIP. 19960827202203 1012

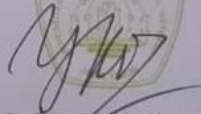
Dosen Pembimbing Utama



Prof. Dr. Ir. H. Syarif Imam Hidayat, MM
NIP. 19630218 198903 1002

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nuriyah Yuliati, MP
NIP. 19620712 199103 2001

**KESESUAIAN ANTARA ISI DAN KEMASAN BERAS
DALAM PERSPEKTIF KONSUMEN
(Studi Kasus : Bisnis Beras di Pasar Anom, Sumenep)**

Oleh :

ALIFIYASINTADEWI NURQODRI
NPM : 19024010020

Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Hari Kamis, 27 Juli 2023

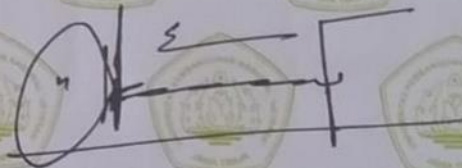
Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing Pendamping

Dosen Pembimbing Utama



Mirza Andrian Syah, S.P, M.P
NIP. 19960827 202203 1012



Prof. Dr. Ir. H. Syarif Imam Hidayat, MM
NIP. 19630218 198903 1002

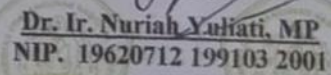
Mengetahui :

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. R.A. Wanti Mindari, MP
NIP. 19631208 199003 2001



Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP
NIP. 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang – Undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No. 17 tahun 2010, Pasal 1 ayat 1 tentang plagiarisme Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul “**Kesesuaian Antara Isi Dan Kemasan Beras dalam Perspektif Konsumen (Studi Kasus : Bisnis Beras di Pasar Anom, Sumenep)**” menyatakan bahwa Skripsi tersebut di atas bebas dari plagiarisme. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar - benarnya.

Surabaya 27 Juli 2023



Alifiasintadewi Nugrafi
NPM. 19024010020

**KESESUAIAN ANTARA ISI DAN KEMASAN BERAS
DALAM PERSPEKTIF KONSUMEN
(Studi Kasus : Bisnis Beras di Pasar Anom, Sumenep)**

COMPATIBILITY BETWEEN CONTENT AND PACKAGING OF RICE
IN THE CONSUMER PERSPECTIVE
(Case Study: Rice Business in market Anom, Sumenep)

Oleh
Alifiasintadewi Nurqodri, Syarif Imam Hidayat, Mirza Andrian Syah

ABSTRAK

Pasar merupakan tempat pembelanjaan beras salah satunya adalah Pasar Anom Sumenep, namun di tengah banyak merek yang terjual di pasar, konsumen beras dirasa belum mampu menilai beras berkualitas, kesesuaian antara isi dengan kemasan, khususnya segmen pasar yang dituju. Penelitian ini menganalisis pengetahuan konsumen beras terhadap kualitas beras dan kemasan beras, menganalisis tingkat kepercayaan konsumen beras terhadap kesesuaian antara isi dengan kemasan plastik beras, menganalisis faktor - faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen beras. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan pada pengetahuan konsumen terhadap kualitas beras responden paham sebesar 89% dalam pengetahuan mengenai kualitas beras. Tujuan kedua tingkat kepercayaan konsumen terhadap kesesuaian antara isi dan kemasan menunjukkan hasil penelitian yaitu 87% responden akan percaya terhadap beras yang dijual dalam kemasan oleh para pedagang yang di jual di Pasar Anom, Sumenep, tujuan ketiga faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan dari kelima variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikan adalah Merek, Frekuensi Pembelian, Harga, Atribut dan terakhir Kemasan.

Kata kunci : Beras, Konsumen, kesesuaian antara isi dan kemasan

The market is a place to buy rice, one of which is Anom Sumenep Market, but in the midst of many brands sold in the market, rice consumers are not yet able to assess the quality of rice, the suitability between the contents and the packaging, especially the intended market segment. This study analyzes the knowledge of rice consumers on the quality of rice and rice packaging, analyzes the level of trust of rice consumers on the suitability between the contents and the plastic packaging of rice, analyzes the factors that influence the level of trust of rice consumers. This research uses quantitative data. Based on the results showed that in consumer knowledge of rice quality, 89% of respondents understood the knowledge of rice quality. The second objective of the level of consumer confidence in the suitability between the contents and packaging shows the results of the study, namely 87% of respondents will believe in the rice sold in packaging by traders who are sold in Anom Market, Sumenep, the third objective of factors affecting the level of trust of the five variables that have a positive and significant influence is Brand, Purchase Frequency, Price, Attributes and finally Packaging.

Keywords: Rice, Consumer, conformity between content and packaging

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“Kesesuaian Antara Isi Dan Kemasan Beras Dalam Perspektif Konsumen (Studi Kasus : Bisnis Beras di Pasar Anom, Sumenep)”**.

Penulis Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) pada fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur . Pada Kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Ir. Nuriah Yulianti K., MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Prof. Dr. Ir. H. Syarif Iman Hidayat, MM selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa penyusunan skripsi ini.
4. Mirza Andrian Syah, S.P, M. P selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa pendidikan di program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Ayah, Ibu, dan keluarga saya telah memberikan dukungan moral maupun materi serta motivasi kepada Penulis.

7. Kepada Pihak tempat penelitian yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian

8. Seluruh teman-teman di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur khususnya teman-teman satu angkatan 2019 Agribisnis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun. Semoga skripsi dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 07 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Peneliti Terdahulu	10
2.2 Beras	17
2.2.1 Definisi Beras	17
2.2.2 Kandungan Beras	18
2.2.3 Konsumsi Beras di Indonesia	20
2.2.4 Mutu Beras	21
2.3 Kemasan	22
2.3.1 Definisi Kemasan	22
2.3.2 Atribut Produk Kemasan	24
2.4 Konsumen	28
2.4.1 Pengertian Konsumen.....	28
2.4.2 Minat Membeli.....	29
2.5 Perilaku Konsumen	33
2.5.1 Karakteristik Konsumen	35
2.5.2 Persepsi Konsumen	36
2.6 Etika Bisnis	36

2.6.1 Etika.....	36
2.6.2 Etika Bisnis	38
2.7 Aspek Hukum	40
2.7.1 Aspek Hukum Terhadap perlindungan konsumen	40
2.7.2 Hak dan Kewajiban konsumen.....	41
2.8 Kerangka Pikir Penelitian	42
2.9 Hipotesis Penelitian.....	44
III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Waktu dan tempat penelitian	45
3.2 Penentuan Populasi dan sampel	45
3.3 Jenis dan sumber data.....	45
3.4 Metode pengumpulan data.....	47
3.5 Definisi operasional variabel	49
3.6 Metode analisis data	51
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Pengetahuan Konsumen beras terhadap kualitas dan kemasan	60
4.2 Tingkat kepercayaan konsumen terhadap kesesuaian antara isi dan kemasan beras	72
4.3 Faktor- faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen	80
4.3.1 Uji Signifikansi Simultan (uji f).....	80
4.3.2 Uji Parsial (uji t)	83
4.3.3 Uji Koefisien Determinasi	84
4.4 Hasil Pengujian Instrumen	91
V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	100

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.1	Rata – rata konsumsi per kapita seminggu beberapa macam bahan makanan penting tahun 2017	3
2.1	Mapping penelitian terdahulu	10
2.2	Komposisi Zat gizi makro beras dan nasi dalam 100 gram	20
3.1	Definisi Operasional variabel	50
3.2	Range Skor.....	54
4.1	Hasil Uji Validitas Variabel x1.....	80
4.2	Hasil Uji Validitas Variabel x2.....	81
4.3	Hasil Uji Validitas Variabel x3.....	81
4.4	Hasil Uji Validitas Variabel x4.....	81
4.5	Hasil Uji Validitas Variabel x5.....	82
4.7	Hasil Uji Validitas Variabel y.....	82
4.8	Hasil Uji Reabilitas	83
4.9	Hasil Uji Signifikasi.....	83
4.10	Hasil Uji Parsial (uji t).....	84
4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	91

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.1	Produsen utama penghasil beras di Amerika.....	2
2.1	Kerangka Pemikiran.....	43
4.1	Jawaban Konsumen beras Pasar Anom Sumenep	61
4.2	Jawaban Konsumen beras Pasar Anom Sumenep	65
4.3	Jawaban kuesoner tingkat kepercayaan konsumen.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Karakteristik Konsumen	92
2.	Hasil Jawaban responden pengetahuan konsumen	93
3.	Hasil Jawaban responden tingkat kepercayaan	94
4.	Kuesoner penelitian pengetahuan konsumen	97
5.	Kuesoner penelitian tingkat kepercayaan konsumen	98
6.	Lampiran 6 foto – foto pasar	111