

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara agraris penghasil beras terbanyak di Asia Tenggara, tingkat konsumsi beras nasional cukup tinggi, menjadikan Indonesia sangat bergantung pada komoditas ini (Yuda, 2024). Ketergantungan yang tinggi terhadap beras sebagai makanan pokok mengancam ketahanan pangan nasional, terutama ketika menghadapi gangguan produksi akibat perubahan iklim dan degradasi lahan pertanian (Katuuk dan Kairupan, 2025). Kondisi ini menunjukkan perlunya upaya diversifikasi pangan yang mampu mengurangi ketergantungan terhadap beras dan mendorong pemanfaatan sumber pangan lokal alternatif yang lebih berkelanjutan.

Tabel 1.1 Produksi Beras di Asia Tenggara 2024/2025

Negara	Produksi Global (%)	Total Produksi (Juta Ton)
Indonesia	6,00	34,10
Vietnam	5,00	26,75
Thailand	4,00	20,55
Filipina	2,00	12,37
Kamboja	2,00	8,47
Laos	0,35	1,90
Malaysia	0,38	1,75

Sumber: *USDA Foreign Agriculture Service, 2025*

Data pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa Indonesia merupakan produsen beras terbesar di Asia Tenggara dengan kontribusi sebesar 6% terhadap produksi global atau sekitar 34,10 juta metrik ton pada tahun 2024/2025. Posisi ini menegaskan ketergantungan Indonesia terhadap komoditas beras sebagai pangan utama sekaligus menunjukkan tingginya kebutuhan domestik seiring jumlah penduduk yang besar. Di bawah Indonesia, Vietnam, dan Thailand menempati posisi penting sebagai negara eksportir beras utama yang memiliki surplus produksi yang cukup tinggi (USDA

Foreign Agriculture Service, 2025). Negara lain seperti Filipina, Kamboja, Laos, dan Malaysia memiliki kontribusi yang relatif kecil terhadap produksi global. Kondisi ini menggambarkan adanya ketimpangan produktivitas antar negara Asia Tenggara yang dipengaruhi oleh faktor lahan, teknologi, dan orientasi produksi. Secara keseluruhan, pola produksi ini penting untuk memahami dinamika ketahanan pangan regional di Asia Tenggara.

Tabel 1.2 Data Konsumsi Beras Nasional 2024/2025

Tahun	Data Konsumsi (Juta Ton)
2020/2021	35,4
2021/2022	35,3
2022/2023	35,6
2023/2024	36,1
2024/2025	36,5

Sumber: *USDA Foreign Agriculture Service*, 2025

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, data dari *USDA Foreign Agriculture Service* menunjukkan, Total konsumsi beras di Indonesia diperkirakan mencapai 36,5 juta metrik ton pada tahun 2024/2025. Konsumsi ini terlihat meningkat dalam empat tahun terakhir, hanya satu kali saja mengalami penurunan. Pada tahun 2020-2021, konsumsi beras di Indonesia tercatat mencapai 35,4 juta metrik ton. Angkanya menurun pada tahun 2021-2022 menjadi 35,3 juta metrik ton. Kemudian pada tahun 2022-2023, jumlahnya naik menjadi 35,6 juta metrik ton. Pada tahun 2023-2024, jumlahnya meningkat lagi menjadi 36 juta metrik ton. Kenaikan konsumsi ini semakin menguatkan gambaran bahwa kebutuhan beras nasional terus bertambah, sementara produksi beras berdasarkan tabel 1.1 belum sepenuhnya mampu mengimbangnya, sehingga mendorong urgensi pencarian alternatif pangan.

Peralihan dari ketergantungan terhadap beras padi menuju pemanfaatan porang sebagai alternatif pangan memerlukan jembatan inovatif dalam bentuk

pengembangan produk turunan yang tetap memenuhi preferensi masyarakat. Salah satu pendekatannya adalah dengan mengolah umbi porang menjadi beras tiruan yang memiliki karakteristik menyerupai beras konvensional, namun lebih sehat dan fungsional. Menurut Ayatullah *et al.*, (2025), umbi porang memiliki potensi besar sebagai bahan baku beras tiruan rendah kalori karena kandungan glukomanannya yang tinggi serta ketersediaannya yang melimpah di Indonesia. Penelitian Safitri *et al.*, (2023) juga menunjukkan bahwa substitusi glukomanan porang pada beras analog dapat memberikan efek fungsional seperti penurunan kadar gula darah, sehingga cocok dikembangkan sebagai pangan sehat alternatif.

Pengembangan beras porang sebagai produk inovatif berbasis umbi porang menawarkan keunggulan sebagai pangan fungsional rendah kalori dan bebas gluten. Budidaya porang merupakan salah satu upaya diversifikasi bahan pangan fungsional yang dapat memenuhi kebutuhan industri terhadap bahan baku (Mulyaningsih, 2022). Penggunaan umbi porang untuk membuat beras tiruan didasarkan pada kandungan glukoman yang tinggi dan banyaknya ketersediaan umbi porang yang harganya terjangkau. Kandungan amilosa yang tinggi pada beberapa jenis beras tiruan membuat nasi memiliki aroma yang kuat dan tekstur yang cukup keras. Menggunakan umbi porang sebagai bahan pengikat membuat tekstur menjadi lebih baik dan mengurangi kekuatan aroma khas pada beras tiruan (Sulistiani *et al.*, 2020).

Tabel 1.3 Perbandingan Kandungan Gizi Beras Putih, Beras Merah, dan Beras Porang dalam 100 gram Takaran Saji

Nilai gizi/100 gram	Beras Putih	Beras Merah	Beras Porang
Energi (kkal)	357	352	37
Lemak (gram)	1,7	0,9	0,1
Karbohidrat (gram)	77,1	76,2	18,3
Protein (gram)	8,4	7,3	0,1
Serat Pangan (gram)	0,2	0,8	1,1

Sumber: (Lubis *et al.*, 2024)

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan bahwa beras porang memiliki keunggulan kandungan gizi, yaitu pada serat pangan dibandingkan dengan beras putih dan beras merah. Menurut Prasetio (2021) serat pangan sangat bermanfaat bagi kesehatan, yaitu mengontrol berat badan dan kegemukan (obesitas), menanggulangi penyakit diabetes, mencegah gangguan gastrointestinal, kanker kolon (usus besar), serta mengurangi tingkat kolesterol darah dan penyakit kardiovaskuler.

Tingkat penerimaan masyarakat terhadap beras porang masih beragam. Banyak konsumen yang ragu terhadap keamanan dan kehalalan proses produksinya. Konsumen Muslim menaruh perhatian pada sumber bahan tambahan, proses pengolahan, serta kemungkinan adanya penggunaan zat kimia yang berpotensi haram. Keraguan ini membuat aspek *halal awareness* menjadi kunci pembentukan persepsi dan keputusan pembelian. Isu kehalalan beras porang sering kali muncul akibat adanya kekhawatiran terhadap kandungan alami maupun bahan tambahan selama proses produksi. Penelitian Azizi dan Kurniawan (2021) menemukan bahwa umbi porang memiliki kadar asam oksalat dan glukomannan cukup tinggi, mencapai 65 % pada kondisi tertentu. Zat ini harus dihilangkan melalui proses kimia atau fisik agar aman dikonsumsi. Penggunaan bahan kimia seperti natrium bisulfit dalam tahap perendaman dapat menimbulkan pertanyaan mengenai status kehalalannya apabila tidak berasal dari sumber yang jelas. Isu kehalalan tak hanya untuk produk berbahan hewani, tetapi juga pada nabati seperti beras porang. Berdasarkan pernyataan diatas, penting bagi produsen beras porang untuk memperhatikan seluruh rantai produksi agar memenuhi standar halal dan mendapatkan kepercayaan konsumen Muslim.

Proses pada tahap input, yaitu budidaya dan pascapanen, potensi isu halal muncul akibat penggunaan pupuk dan pestisida berbahan turunan hewani yang belum

jelas status kehalalannya. Hewan halal yang tidak disembelih secara syariat, maka menurut Ibrahim dan Masruhen (2024), hal tersebut dapat memengaruhi kehalalan produk pertanian jika tidak ada proses penyucian atau transformasi yang menghilangkan sifat najisnya. Menurut Lestari *et al.*, (2022), pengawasan input pertanian perlu diperkuat karena banyak petani belum memahami prinsip halal traceability. Pada tahap proses, yaitu pengolahan umbi menjadi tepung porang dan formulasi produk turunannya, isu kehalalan berkaitan dengan penggunaan pelarut kimia non-halal serta bahan tambahan pangan yang belum tersertifikasi halal. Tahap ekstraksi glukomanan menggunakan pelarut etanol atau bahan kimia lain yang berpotensi berasal dari sumber non halal. Proses ekstraksi glukomanan dari umbi porang dengan pelarut etanol menghasilkan kadar glukomanan tertinggi sebesar 72,4%. Namun, dalam penelitian Suryanto (2020) tersebut tidak mencantumkan asal-usul etanol yang digunakan, sehingga status kehalalannya belum dapat dipastikan. Penelitian oleh Sholichah *et al.*, (2023), menekankan pentingnya audit halal pada bahan kimia impor.

Proses pada tahap output, meliputi distribusi, pengemasan, dan inovasi produk turunan, risiko kontaminasi silang dan penggunaan bahan pelapis non-halal masih dapat terjadi. Produk porang sering dikemas menggunakan plastik atau bahan pelapis yang berasal dari resin sintesis impor tanpa sertifikasi halal. Bahan aditif atau pelarut residu dalam resin tersebut seperti plastisizer dan pelarut organik dapat bermigrasi ke dalam pangan dan menurunkan integritas kehalalan produk (Pancevska dan Markovska, 2024). Peristiwa (2020) menegaskan perlunya sistem segregasi produk halal selama penyimpanan dan pengiriman. Penelitian dari Mahardika *et al.*, (2023)

mengungkapkan bahwa meskipun porang potensial sebagai bahan kapsul halal, audit bahan tambahan seperti gliserin dan pelarut tetap dibutuhkan.

Produk beras porang dapat dinyatakan halal bukan hanya karena bahan dasarnya berasal dari umbi porang yang secara alami halal, tetapi juga karena proses pengolahan hingga distribusinya memenuhi prinsip kehalalan. Pencantuman label halal melihat produk sudah melakukan proses pemeriksaan dan sertifikasi, sehingga memberikan jaminan keamanan dan kepercayaan bagi konsumen (Harmen *et al.*, 2024). Label halal menjadi bagian dari nilai merek yang dapat meningkatkan kepercayaan pembeli. Kualitas produk, keterjangkauan harga, dan ekuitas merek menjadi hal penting dalam keputusan pembelian, namun semua itu dapat kehilangan pengaruhnya jika konsumen meragukan aspek kehalalan produk (Ariyanti, 2025).

Kualitas produk merupakan salah satu aspek utama yang menentukan keberhasilan suatu produk di pasar. Kualitas menjadi tolok ukur seberapa baik suatu barang atau jasa mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, baik dari segi kinerja, daya tahan, maupun nilai yang dirasakan. Menurut Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan produk untuk memenuhi atau melebihi ekspektasi dari pelanggan, sehingga menimbulkan keputusan untuk membeli. Adapun untuk indikator dari kualitas produk menurut Tjiptono (2015) yaitu kinerja (*performance*), keistimewaan tambahan (*features*), kehandalan (*reability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), daya tahan (*durability*), kemampuan pelayanan (*serviceability*), estetika (*aesthetics*), dan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*). Penelitian yang dilakukan oleh Simbolon *et al.*, (2020) menyatakan bahwa kualitas produk dapat memengaruhi keputusan pembelian. Penemuan tersebut berbanding terbalik dengan

penelitian yang dilakukan Maulana *et al.*, (2023) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak dapat memengaruhi keputusan pembelian. Perbedaan hasil ini mengindikasikan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian bersifat kontekstual dan dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga, citra merek, ulasan konsumen, serta karakteristik pasar sasaran yang berbeda.

Kualitas produk beras porang menjadi faktor krusial yang memengaruhi penerimaan konsumen. Meskipun beras porang dikenal memiliki keunggulan fungsional seperti rendah kalori, tinggi serat, dan cocok untuk penderita diabetes, kualitas fisik dan sensori produk ini masih menjadi tantangan utama. Menurut penelitian oleh Puspitasari *et al.*, (2022), tekstur beras porang yang cenderung lebih kenyal, warna yang kurang putih, serta aroma khas umbi menyebabkan sebagian konsumen kurang menyukainya dibandingkan beras biasa. Proses pengolahan yang belum seragam antar produsen mengakibatkan perbedaan mutu, baik dari segi kadar air, tingkat kemurnian glukomanan, maupun rasa akhir setelah dimasak. Ketidakkonsistenan kualitas ini menimbulkan persepsi negatif terhadap beras porang, terutama di kalangan konsumen yang baru mencoba (Saragih dan Ilvira, 2025).

Faktor lain yang dapat menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian yaitu harga. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Harga mempengaruhi perilaku pembelian konsumen (Kotler dan Keller, 2017). Pola konsumsi Masyarakat di era modern saat ini, semakin selektif dan kritis dalam memilih produk yang dikonsumsi, terutama produk kebutuhan pokok seperti beras. Beras adalah pangan pokok bagi untuk masyarakat, sehingga keputusan pembelian beras menjadi bagian penting dalam perilaku konsumen sehari-hari.

Faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli beras adalah harga. Menurut Kotler dan Keller (2016), harga adalah satu-satunya bagian dari pemasaran yang bisa menghasilkan uang untuk perusahaan, dan juga menjadi faktor yang paling mudah diubah untuk memengaruhi keputusan pembelian. Semakin banyak orang yang menyadari pentingnya produk halal, sehingga keputusan untuk membeli tidak hanya didasarkan pada harga saja, tetapi juga pada kesadaran akan halal. Kesadaran akan halal menunjukkan seberapa baik konsumen memahami, percaya, dan memperhatikan kehalalan suatu produk sebelum mereka membelinya. Menurut Ambali dan Bakar (2021), konsumen yang sangat sadar akan halal akan lebih hati-hati dan memilih dengan teliti saat memilih produk, terutama makanan seperti beras, untuk memastikan bahwa produk tersebut benar-benar memenuhi standar halal dari segi bahan, proses, dan distribusi.

Penelitian terdahulu melihat bahwa harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian dari Nugroho (2020) yang melakukan meta-analysis terhadap sembilan penelitian di Indonesia periode 2018–2023 menemukan bahwa *halal awareness* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian produk halal dengan nilai korelasi sedang. Pengaruh harga meskipun tidak selalu dominan, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa konsumen Indonesia semakin menempatkan kesadaran halal sebagai faktor pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Dewi *et al.*, (2021) dalam penelitian di Samarinda yang berjudul “*The Effect of Prices, Halal Certification, and Halal Awareness on Buying Interest Among Muslims*”. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa harga, sertifikasi halal, dan kesadaran halal secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen muslim. Harga

yang kompetitif tetap penting, namun kejelasan status halal menjadi faktor yang memperkuat keputusan akhir pembelian.

Harga beras porang lebih mahal daripada beras pada umumnya. Harga beras porang yang relatif mahal menyebabkan konsumen yang mengonsumsi beras porang pun berasal dari kalangan menengah dan keatas (Saragih dan Ilvira, 2025). Berdasarkan pernyataan diatas, menarik untuk diteliti sejauh mana faktor harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras melalui *halal awareness* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang perilaku konsumen muslim di Indonesia serta menjadi acuan bagi pelaku usaha beras dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat yakni dengan memperhatikan kombinasi antara harga yang kompetitif dan peningkatan kesadaran halal konsumen.

Faktor lain menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian selain kualitas produk dan harga adalah merek. Merek memiliki fungsi penting dalam menentukan keberhasilan produk di pasar. Salah satu konsep utama dalam memahami kekuatan sebuah merek adalah ekuitas merek. Menurut Kotler dan Keller (2016), ekuitas merek merupakan nilai tambahan yang dimiliki suatu produk atau jasa berdasarkan persepsi, pengalaman, serta loyalitas konsumen terhadap merek tersebut. Ekuitas merek terbentuk dari empat elemen utama, yaitu kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek (Hidayat *et al.*, 2024).

Konteks pada produk pangan halal, khususnya beras porang, ekuitas merek memiliki peranan yang semakin penting. Beras porang dikenal sebagai produk pangan alternatif yang sedang naik daun karena rendah kalori dan memiliki manfaat kesehatan. Beras porang tergolong produk baru di pasaran, tingkat penerimaan

konsumen terhadap beras porang masih bergantung pada kepercayaan terhadap merek dan persepsi akan kualitas serta kehalalannya. Faktor kesadaran halal juga menjadi unsur penting yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Menurut Ambali dan Bakar (2021), kesadaran halal merupakan level pengetahuan dan kesadaran konsumen terhadap pentingnya memilih produk halal yang sesuai dengan ajaran agama, baik dari bahan hingga distribusinya. Kesadaran halal berperan sebagai penghubung antara merek dan kepercayaan konsumen.

Penelitian oleh Rahman dan Rahim (2021) menemukan bahwa ekuitas merek yang tinggi mampu membangun persepsi positif terhadap produk halal, sehingga berpengaruh langsung pada keputusan pembelian. Penelitian Suparno *et al.*, (2025) memiliki hasil yang serupa, dijelaskan bahwa tingkat kesadaran halal dapat meningkatkan nilai merek dalam benak konsumen, khususnya pada produk makanan dan minuman. Wilayah Jakarta Pusat, yang dikenal sebagai kawasan perkotaan dengan gaya hidup modern dan kesadaran merek yang tinggi, konsumen selektif dalam memilih produk (Purnamasari dan Noviadi, 2025). Masyarakat tersebut tidak hanya mempertimbangkan aspek kualitas dan manfaat beras porang, tetapi juga memperhatikan reputasi merek serta kejelasan sertifikasi halalnya.

Keberadaan merek pada produk beras porang menjadi pembeda yang penting di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Beras porang telah dipasarkan oleh berbagai merek seperti Fukumi, Tropical Naslim, Mawar Porang, dan Porangku, yang masing-masing menawarkan klaim keunggulan berbeda, mulai dari kandungan glukomanan tinggi hingga jaminan halal dan rendah kalori (Samarra *et al.*, 2024). Ekuitas merek beras porang belum sepenuhnya terbentuk karena sebagian besar konsumen belum memiliki persepsi yang jelas mengenai kualitas, keamanan, dan

status halal produk tersebut. Hal ini menyebabkan rendahnya loyalitas dan kepercayaan terhadap merek beras porang, terutama di kalangan konsumen Muslim yang menjadikan label halal sebagai indikator utama keaslian dan kredibilitas produk.

Halal awareness atau kesadaran halal merupakan sejauh mana konsumen memahami, mengetahui, dan meyakini pentingnya kehalalan suatu produk sebelum mereka melakukan pembelian. Kesadaran ini tak hanya berkaitan dengan aspek religius, tetapi juga dengan aspek kesehatan, kualitas, dan kepercayaan terhadap produk yang dikonsumsi (Ambali dan Bakar, 2021). Penelitian dari Genoveva dan Utami (2020) mengungkapkan bahwa *halal awareness* menggambarkan sejauh mana konsumen memahami nilai-nilai halal dan menggunakannya sebagai dasar dalam pengambilan keputusan pembelian. Semakin tinggi kesadaran seseorang tentang halal, semakin besar kemungkinan mereka untuk memilih produk yang sudah ada sertifikat halalnya.

Kesadaran masyarakat Muslim Indonesia terhadap kehalalan produk pangan semakin meningkat dari tahun ke tahun (Maulizah dan Sugianto, 2024). Label halal kini bukan hanya simbol di kemasan, melainkan jaminan integritas produk yang menyangkut bahan, proses, hingga distribusinya. Fenomena ini dikenal dengan istilah *halal awareness*, yang berperan besar dalam menentukan keputusan pembelian, terutama pada produk pangan olahan yang belum banyak dikenal seperti beras porang (Juliana *et al.*, 2022). Produk porang (*Amorphophallus muelleri*) menjadi perhatian karena potensi ekonominya tinggi dan memiliki nilai gizi unik. Kandungan glukomanan yang tinggi menjadikan porang bahan alternatif pengganti beras bagi penderita diabetes atau mereka yang menjalani diet rendah kalori. Menurut

Thelmalina dan Wirasuta (2023) menyebutkan bahwa pengolahan umbi porang dapat menghasilkan produk pangan fungsional dengan indeks glikemik rendah serta kadar serat tinggi.

Peningkatan *halal awareness* di Indonesia dipengaruhi oleh peran lembaga sertifikasi halal seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) serta kebijakan pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Kebijakan ini memperkuat kepercayaan masyarakat bahwa setiap produk yang beredar harus memenuhi standar halal agar aman dan layak dikonsumsi. Penelitian terdahulu oleh Ambali dan Bakar (2021) menyatakan bahwa pemahaman tentang halal memiliki dampak besar terhadap pilihan pembelian konsumen yang beragama Islam. Konsumen yang memiliki kesadaran halal tinggi akan lebih selektif dalam memilih produk, memperhatikan label halal, serta mencari informasi terkait proses produksi dan distribusi produk. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran halal berperan dalam membentuk perilaku konsumen.

Gaya hidup halal yang meningkat di berbagai sektor seperti makanan, kosmetik, obat-obatan, hingga pariwisata, menunjukkan bahwa kesadaran halal bukan hanya fenomena keagamaan, melainkan juga menjadi bagian dari tren global. Menurut laporan *Global Islamic Economy Report* (2022), nilai pasar industri halal dunia terus meningkat setiap tahunnya, didorong oleh semakin banyaknya permintaan untuk produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Kesadaran akan halal adalah faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian dan kesetiaan konsumen. Bagi perusahaan, ini adalah kesempatan dan tantangan untuk memastikan bahwa produk dan layanan yang mereka tawarkan memenuhi standar halal dan sesuai dengan nilai-nilai yang diyakini oleh konsumen.

Kesadaran halal yang dimiliki konsumen tak hanya berpengaruh pada persepsi suatu produk, tetapi dapat memengaruhi perilaku dalam proses pengambilan keputusan. Keputusan untuk membeli adalah pernyataan dalam pikiran konsumen yang menunjukkan rencana mereka untuk melakukan pembelian. Setiap penjualan berharap bisa menjaga pelanggannya untuk waktu yang lama, bahkan selamanya Tjiptono (2015). Menurut Firmansyah (2019), Keputusan untuk membeli adalah langkah yang diambil oleh konsumen untuk menentukan apakah mereka ingin membeli produk atau tidak. Keputusan untuk membeli tidak bisa dipaksakan meskipun keputusan itu tidak bisa diukur dan diatur. Keputusan untuk membeli bisa dilihat dari jumlah produk yang dibeli oleh pelanggan dari penjual. Semakin banyak pelanggan yang membeli produk, semakin besar keuntungan yang didapat oleh pengusaha.

Pemilihan lokasi penelitian di Jakarta Pusat dipilih karena Jakarta Pusat dikenal sebagai salah satu wilayah dengan pendapatan masyarakat yang tinggi dan akses pasar beragam. Jakarta Pusat tidak berperan sebagai sentra industri pengolahan beras porang, melainkan sebagai wilayah distribusi dan konsumsi. Produk beras porang yang beredar di Jakarta berasal dari daerah lain dan dipasarkan melalui distributor dan ritel, sehingga Jakarta Pusat menjadi wilayah yang relevan untuk mengkaji perilaku dan keputusan pembelian konsumen. Perekonomian di Jakarta Pusat merupakan terbesar di DKI Jakarta yang berjumlah Rp753,71 Juta.

Jakarta Pusat memiliki produk domestik regional bruto (PDRB) per orang sebesar Rp753,71 juta. Pengukuran ini didasarkan pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) menggunakan harga yang berlaku saat ini. Ini dilakukan karena harga beras porang lebih tinggi dibandingkan dengan harga beras biasa. Kemasan 1 kg

beras dijual antara Rp200.000 hingga Rp220.000, sedangkan kemasan 250 gram harganya sekitar Rp60.000 sampai Rp70.000. Wilayah yang memiliki PDRB per kapita lebih tinggi dianggap memiliki masyarakat yang lebih mampu secara finansial, sehingga lebih mungkin untuk membeli atau mengonsumsi produk beras porang.

Permintaan beras porang di Jakarta cukup tinggi, didukung oleh penelitian Bani *et al.*, (2025) menunjukkan beras analog berbahan dasar porang telah dipasarkan secara luas melalui toko ritel dan marketplace daring seperti Shopee dan Tokopedia, dengan wilayah tujuan pengiriman utama wilayah Jakarta. Beras porang tercatat memiliki tingkat penjualan yang tinggi hingga mencapai ribuan unit, yang mengindikasikan adanya permintaan pasar yang nyata terhadap beras porang di wilayah Jakarta.

Pemilihan lokasi di Jakarta Pusat juga dikarenakan karakteristik masyarakatnya yang tergolong heterogen, modern, dan berasal dari berbagai latar belakang sosial, budaya, serta agama. Masyarakat muslim di kota ini memiliki permintaan yang signifikan untuk produk dan layanan halal. Kesadaran dan permintaan terhadap produk halal juga berkembang di kalangan non muslim yang mencari barang berkualitas (Mutiah dan Muchtasib, 2024). Keberagaman tersebut juga membuka peluang beredarnya produk yang belum memiliki label halal. Tingginya keterbukaan masyarakat Jakarta Pusat terhadap berbagai produk pangan juga diiringi dengan sejumlah tantangan dalam keputusan pembelian beras porang. Harga beras porang yang relatif lebih tinggi dibandingkan beras konvensional, perbedaan karakteristik rasa dan tekstur, ekuitas merk yang belum kuat serta isu kehalalan pada beras porang.

Masyarakat di Jakarta Pusat tidak hanya mempertimbangkan aspek kualitas dan manfaat beras porang, tetapi juga memperhatikan reputasi merek serta kejelasan

sertifikasi halalnya. Penelitian oleh Wahyudi *et al.*, (2020), menunjukkan bahwa di wilayah Jakarta, frekuensi pembelian beras lokal dipengaruhi signifikan oleh variabel seperti label produk, harga, promosi, dan karakteristik konsumen. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun produk seperti beras porang belum tersebar luas, produsen dapat belajar dari perilaku pembelian beras lokal, yakni bahwa penguatan label misalnya “beras porang halal”, “rendah glikemik”, strategi harga yang kompetitif, serta promosi yang tepat dapat mendorong minat beli konsumen di kota besar seperti Jakarta.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian di wilayah ini dinilai layak dikaji karena dapat menggambarkan sejauh mana kesadaran halal berperan dalam memengaruhi keputusan pembelian di tengah masyarakat urban dan pemilihan lokasi di Jakarta Pusat akan menghasilkan kebaruan dikarenakan Jakarta Pusat hingga saat ini belum pernah dijadikan lokasi penelitian dalam analisis keputusan pembelian beras porang. Penelitian ini berupaya menganalisis hubungan antara kualitas produk, keterjangkauan harga, dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian beras porang, dengan *halal awareness* sebagai variabel moderasi. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumen Muslim di wilayah perkotaan. Berdasarkan latar belakang diatas, maka judul dari penelitian ini “Keterkaitan Kualitas Produk, Keterjangkauan Harga, Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Beras Porang Melalui Kesadaran Halal di Jakarta Pusat”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dibuat perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk, keterjangkauan harga, dan ekuitas merk berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah kualitas produk, keterjangkauan harga, dan ekuitas merk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kesadaran halal?
3. Apa langkah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan keputusan pembelian beras porang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya, maka tujuan diadakannya penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk, keterjangkauan harga, dan ekuitas merk terhadap keputusan pembelian.
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk, keterjangkauan harga, dan ekuitas merk terhadap keputusan pembelian melalui kesadaran halal.
3. Menyusun rekomendasi strategis untuk meningkatkan keputusan pembelian beras porang

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Mahasiswa

Mahasiswa mampu membandingkan teori-teori yang selama ini dipelajari pada bangku perkuliahan untuk dibandingkan dengan kondisi sebenarnya yang ada di lapangan dan mahasiswa mampu dalam menerapkan berbagai metode atau ilmu yang telah pernah diperoleh selama di bangku perkuliahan dan melatih dalam

menganalisis suatu permasalahan yang ada serta mencari solusi maupun penyelesaiannya.

2. Manfaat bagi Perguruan Tinggi

Sebagai bentuk tambahan referensi dan literatur yang dapat dijadikan perbendaharaan ilmu dan pengetahuan bagi civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur dan sebagai acuan bahan pengetahuan dan perbandingan, maupun sumber literatur pada bidang di kajian yang serupa di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.