

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Beras organik adalah beras yang dihasilkan dengan proses organik tanpa menggunakan pestisida dari benih awal penanaman hingga proses pengolahan menjadi beras. Beras organik, yaitu beras yang tidak mengandung zat kimia berbahaya. Pestisida kimia dan pupuk kimia diganti dengan pemakaian pestisida dan pupuk organik, sehingga pertanian organik tidak lagi mengandalkan pestisida kimia semata tetapi menggunakan pestisida hayati. Hal ini dapat menjadikan hasil dari pertanian organik aman dari penggunaan zat kimia, sehingga relatif aman untuk dikonsumsi manusia karena seluruh proses produksinya ramah lingkungan dan meminimalkan input eksternal sintetik. Keunggulan beras organik dibandingkan dengan beras yang ditanam secara konvensional adalah relatif aman untuk dikonsumsi. Rasa nasi dari beras organik lebih empuk, pulen dan daya simpannya lebih lama serta apabila sudah dimasak warnanya terlihat lebih putih. Berdasarkan berbagai keunggulan tersebut maka dapat dipastikan bahwa nilai ekonomis beras organik menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan beras yang ditanam secara konvensional (Sutanto, 2002).

Permintaan konsumen terhadap beras organik di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat, hal tersebut dikarenakan sejalan dengan meningkatnya kesadaran konsumen mengenai dampak negatif dari bahan kimia pada makanan serta perlunya pola hidup sehat bagi kesehatan tubuh manusia. Hal lain yang memengaruhi meningkatnya permintaan konsumen terhadap beras organik adalah meningkatnya penghasilan konsumen. Beras organik saat ini termasuk beras dengan harga yang relatif lebih mahal dibandingkan beras tidak organik dikarenakan beras tersebut bebas dari bahan kimia berbahaya (Pertanian Sehat, 2012).

Segmen pasar beras organik masih terbatas, menyebabkan beras organik kurang dikenal oleh masyarakat umum. Pengembangan pemasaran beras organik harus didasarkan pada karakteristik dan preferensi konsumen selain didasarkan pada segmentasi geografis dan demografi. Perilaku konsumen dalam pembelian beras

organik dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengaruh sosial, pengaruh pribadi, pengaruh budaya dan psikologi (Tjiptono, 1995).

Perusahaan Bulir Indonesia adalah sebuah perusahaan yang menjual beras organik di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Beras organik yang dijual oleh Perusahaan Bulir Indonesia adalah beras merah, beras hitam, beras coklat dan beras putih. Fokus penjualan saat ini oleh Perusahaan Bulir Indonesia adalah beras merah organik. Beras yang dijual oleh perusahaan Bulir Indonesia adalah beras dengan berat 1 kilogram dalam kemasan kantong plastik. Penjualan perusahaan Bulir Indonesia dilakukan dengan cara menitipkan beras merah organik di warung dan minimarket di beberapa wilayah di kota Yogyakarta.

Perusahaan Bulir Indonesia merupakan perusahaan yang tergolong masih baru di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Perusahaan ini baru berdiri pada tahun 2015. Pemilik perusahaan Bulir Indonesia belum mengetahui segmentasi atau sasaran pasar yang tepat untuk menjual beras merah organik. Hal tersebut dapat dilihat dari penjualan beras merah organik yang tidak stabil. Perusahaan akan mengalami kerugian dalam jangka panjang apabila hal tersebut terus terjadi. Pemilik perusahaan ingin mengetahui siapakah sasaran pasar yang paling tepat untuk menjual beras merah organik di kota Yogyakarta. Sasaran konsumen tersebut kemudian menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya mengenai penentuan atribut produk beras merah organik yang sesuai dengan minat konsumen.

Riset pasar akan membantu untuk mengetahui tentang konsumen dan pasar secara tepat. Sebuah perusahaan akan berada dalam posisi yang bagus apabila telah mengetahui sasaran konsumen yang tepat sehingga dapat mengetahui tentang segala sesuatu yang konsumen butuhkan (Dolman, 2002).

Permasalahan tersebut menjadi dasar untuk melakukan riset pasar terhadap beras merah organik yang dijual oleh perusahaan Bulir Indonesia untuk dapat mengetahui sasaran konsumen pasar penjualan beras merah organik di Yogyakarta. Hasil riset tersebut selanjutnya dapat dijadikan *tools* untuk mengetahui lebih dalam mengenai atribut produk beras merah organik yang sesuai dengan keinginan konsumen dari hasil riset pasar.

1.2. Rumusan Masalah

Permasalahan pada penelitian ini berdasarkan latar belakang yang ada di atas adalah bagaimana mengetahui sasaran konsumen pasar beras merah organik Bulir Indonesia di Yogyakarta sehingga dapat diketahui atribut produk yang sesuai dengan keinginan konsumen yang berdampak pada penjualan beras merah organik Bulir Indonesia yang lebih terfokus.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mendapatkan hasil analisis dan interpretasi data hasil riset pasar dari produk beras merah organik Bulir Indonesia berupa sasaran konsumen pasar beras merah organik di Yogyakarta.
- b. Mengetahui atribut produk beras merah organik yang sesuai dengan minat konsumen pasar yang berdampak pada pengembangan produk beras merah organik di perusahaan Bulir Indonesia.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah:

- a. Metode riset pasar menggunakan lembar kerja menurut Dolman yang dikembangkan dalam bentuk kuesioner sebagai panduan untuk mempermudah dan mengarahkan penelitian.
- b. Daerah dilakukannya riset pasar adalah kota Yogyakarta, karena perusahaan Bulir Indonesia berdiri di Daerah Istimewa Yogyakarta.