

# Analisis Pengaruh Butir Patah Dan Menir Terhadap Penjualan Beras Premium Di Pasar Induk Beras Cipinang

Yudy Prakasa Y.<sup>a\*</sup>, Ujang Sumarwan<sup>b</sup>, Sri Bawono<sup>c</sup>

Perum BULOG<sup>a</sup>, Institut Pertanian Bogor<sup>b,c</sup>  
Jakarta<sup>a</sup>, Bogor<sup>b,c</sup>

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1). pengaruh butir patah dan menir terhadap tingkat penjualan beras premium; (2) persentase kewajaran butir patah dan menir dalam beras premium; (3) bagaimana pengusaha dapat mempengaruhi kualitas beras premium untuk mencapai keuntungan tanpa mengurangi selera konsumen. Dalam penelitian ini dilakukan pendekatan deskriptif dengan tujuan agar hasil penelitian dapat menggambarkan dengan baik hubungan antara variabel yang terkandung dalam beras premium terhadap penjualannya, menggunakan pedoman pada hasil yang diperoleh melalui metode Kuasi Eksperimen. Untuk mempermudah analisis digunakan aplikasi pengolahan data SPSS (*Statistical Program For Social Science*), yang merupakan paket program aplikasi komputer untuk menganalisis data-data statistik. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa variabel Butir patah, Menir, Beras Ramos IR.64 dan Beras Rojolele secara simultan/bersama-sama ataupun sendiri-sendiri/parsial mempunyai pengaruh signifikan (bermakna) terhadap penjualan Beras Premium di Pasar Induk Beras Cipinang.

*kata kunci : beras premium, butir patah, menir, penjualan dan Pasar Induk Beras Cipinang.*

## ABSTRACT

*The purposes of this study are to determine: (1) the effect of broken grains and groats on the rates of sales of premium rice; (2) the fair percentage of broken grains and groats in premium rice; (3) how the entrepreneurs can affect the quality of premium rice to gain profit without reducing consumer taste. In this research, descriptive approach is used in order that the results can well describe the relationship between the variables contained in premium rice and the sales of the rice, using the guidelines on the results obtained through the method of Quasi Experiments. To simplify the analysis of the data processing, SPSS (Statistical Program for Social Science), a computer application program package for analyzing statistical data, is applied. The results show that the variables of broken grains, groats, Ramos IR.64 rice, and Rojolele rice simultaneously or partially have significant (meaningful) influences on the sales of premium rice at the Rice Master Market of Cipinang.*

*keywords : premium rice, broken grains, groats, sales and Cipinang Rice Central Market.*

---

## I. PENDAHULUAN

Peningkatan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar 4,2 persen ditriwulan ke III tahun 2009 (BPS 2009), mengindikasikan terjadi peningkatan taraf hidup masyarakat Indonesia yang semakin baik. Peningkatan pertumbuhan ekonomi tersebut ditunjang dengan pertumbuhan tertinggi pada sektor pertanian sebesar 7,3 persen (BPS 2009). Dengan pertumbuhan sektor pertanian yang besar mengindikasikan beras merupakan salah satu komoditi potensial yang memegang peranan penting dalam perekonomian nasional, dimana lebih dari 203 juta penduduk Indonesia sebagai konsumennya.

Pertumbuhan ekonomi tersebut berdampak langsung pada peningkatan taraf hidup yang mempengaruhi perilaku pola hidup masyarakat. Hal ini terjadi dikarenakan adanya motifasi pada manusia untuk memenuhi perbaikan kebutuhan yang ia inginkan karena ketidakpuasan yang ia peroleh sebelumnya, seperti yang dikatakan (Sumarwan, 2002) Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan (*state of tension*) antara yang seharusnya dirasakan dan sesungguhnya dirasakan.

Perubahan taraf hidup juga akan berpengaruh terhadap pola konsumsi seseorang terhadap bahan pangan dalam hal ini beras. Kebiasaan konsumen dalam mengkonsumsi beras medium akan berubah dan memilih untuk mengkonsumsi beras premium sebagai pilihan untuk memuaskan keinginan yang harus didapatkan ketika kemampuan daya belinya meningkat, seperti banyak teori yang menyatakan bahwa perubahan tingkat pendapatan dan pendidikan telah mendorong perubahan preferensi konsumen terhadap produk (khususnya pangan) yang akan dibeli (Streerer dkk., 1991; Barkema, 1993; Drabenstott, 1994 dalam Simatupang, 1995). Perubahan pola konsumsi terhadap beras, menjadikan beras premium sebagai komoditi pangan yang potensial, sehingga membuka peluang yang lebih besar bagi dunia usaha perberasan.

Dengan semakin besar terbukanya peluang usaha beras premium, maka berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan industri beras premium. Oleh karena itu pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba, sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, mengadakan promosi dan mendistribusikan barang dengan efektif.

Salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam konteks persaingan dalam industri beras premium, adalah bagaimana mengetahui kebutuhan konsumen terhadap kualitas beras premium, karena pada umumnya dalam pasar, pemahaman konsumen terhadap beras premium hanya berdasarkan *varietas* (jenis beras), rasa, harga, dan penampakan secara visual kualitas beras, sedangkan faktor lain yang terkandung di dalam unsur beras premium tidaklah mereka pahami, karena keterbatasan pengetahuan terhadap kualitas, hal ini merupakan salah satu penyebab terabaikannya masalah ini, padahal derajat sosoh, butir patah, menir, dan rasa aromanya merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas beras.

Ada faktor yang sangat berperan yang dapat mempengaruhi tingkat keuntungan produsen tanpa banyak mempengaruhi kualitas yang diterima konsumen, faktor tersebut adalah Butir Patah dan Menir.

Butir Patah dan Menir dalam jumlah yang banyak atau berlebihan akan mempengaruhi kualitas beras dalam hal penampakan butir beras utuh. Penambahan Butir Patah dan Menir pada beras kualitas premium akan meningkatkan keuntungan produsen, tentu dengan tingkat kewajaran. Terkait dengan hal tersebut perlu bagi perusahaan untuk menganalisis pengaruh peningkatan Butir Patah dan Menir dalam unsur beras premium terhadap penjualannya, seberapa banyak peningkatan jumlah Butir Patah dan Menir yang dapat mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap beras premium, karena minat beli merupakan bagian dari proses

---

menuju ke arah tindakan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen. Untuk itu penulis perlu mengukur seberapa penting faktor-faktor tersebut dapat dilakukan produsen untuk memaksimalkan penjualan tanpa mengurangi tingkat kepercayaan konsumen dalam pembelian beras premium, sehingga dapat memberikan meningkatkan jumlah penjualan agar mencapai keuntungan yang optimal.

Dari berbagai hal yang melatarbelakangi penulisan ini, maka dapat ditarik rumusan masalah yang menarik untuk dikembangkan menjadi suatu kerangka penulisan ilmiah, yaitu:

- a. Adakah pengaruh Butir Patah dan Menir terhadap penjualan beras premium jika butir patah dan menir ditambahkan dalam unsur beras premium
- b. Seberapa banyak penambahan jumlah Butir Patah dan Menir dapat mempengaruhi penjualan beras premium.
- c. Mengukur seberapa besar pengaruh Butir Patah dan Menir terhadap penjualan beras premium, sehingga dapat diketahui besaran penambahan Butir Patah dan Menir dapat dilakukan produsen untuk memaksimalkan penjualan tanpa mengurangi tingkat kepercayaan konsumen dalam pembelian beras premium.

Berdasarkan pada tinjauan terhadap latar belakang masalah dan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Menganalisis tingkat penjualan terhadap beras premium
- b. Mengidentifikasi jumlah Butir Patah maupun Menir yang mempengaruhi beras premium.
- c. Menganalisis besaran persentase kewajaran penambahan Butir Patah dan Menir pada beras premium.
- d. Menjelaskan bagaimana pengusaha dapat mempengaruhi kualitas beras premium untuk mencapai keuntungan penjualan tanpa mengurangi selera konsumen dalam mengkonsumsi beras premium

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pengertian Produk

Pada dasarnya sebagian besar keuntungan yang didapat oleh perusahaan berasal dari kepuasan konsumen dalam menikmati produknya. Kotler *et.al* (2000) mengemukakan bahwa produk adalah “Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan”. Selanjutnya produk itu dijelaskan lebih lanjut oleh Lamb, Charles *et.al* (2001) Produk didefinisikan sebagai segala sesuatu baik yang menguntungkan maupun tidak yang diperoleh seseorang melalui pertukaran.

Dari definisi di atas dapat dijelaskan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen Sumarwan *et.al* (2009).

### 2.2 Identitas Produk

Identitas produk adalah hal-hal yang mencakup aspek ruang lingkup produk diantaranya, atribut produk, kualitas produk dan penggunaan, Dalam perkembangannya identitas produk harus pula disesuaikan dengan perkembangan global. Standarisasi mutu yang semula tidak menjadi variabel yang diperhatikan, dalam perdagangan, kini menjadi syarat mutlak untuk di perhatikan. Adapun determinan dari identitas produk ini dapat diklasifikasikan berdasarkan spesifikasi produk dan atribut produk.

- a. Spesifikasi produk adalah ciri-ciri fisik yang ditetapkan oleh produsen dalam merancang dan memproduksi suatu produk, diantaranya mencakup ukuran, jenis, bahan dasar dan bahan penunjang.
- b. Atribut produk adalah stimulus yang mempengaruhi pembentukan atau konsep berfikir, perhatian dan perilaku konsumen. Atribut ini dievaluasi oleh konsumen dalam hal nilai, keyakinan dan pengalaman masa lalu suatu produk. Misalkan bahwa apakah atribut beras terdiri dari, penampakan, kadar air, butir kepala, patah menir dan rasa yang sesuai selera.

---

### 2.3 Pengertian Beras

Beras merupakan bahan pangan pokok bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Beras termasuk salah satu pangan pokok yang mempunyai susunan zat makanan agak lengkap. Disamping mengandung karbohidrat dan protein, beras juga tinggi asam amino thiaminnya. Protein beras juga cukup lengkap susunan asam amino thiaminnya, kecuali *tryptophane* (Erwidodo, *et.al*,1996).

Beras terdiri dari berbagai jenis varietas, antara lain IR 64, Cianjur Kepala (pandan wangi), Setra, Saigon Bandung, Muncul (Rojolele), IR 42, Cisadane, Ciherang dan lain-lain. Beras terbagi dengan kualitas I,II dan III. Beras juga dibagi menjadi dua kelompok yang membedakan kualitas yaitu beras premium dan beras medium. Dalam perdagangan beras di Indonesia penjualan beras premium di dominasi oleh tiga jenis beras, yaitu beras Ramos (IR64), beras Rojolele (Muncul) dan beras Cianjur Kepala (Pandan Wangi). Pengelompokan pada tiga jenis beras tersebut didasari oleh penggolongan berdasarkan ukuran beras yang terbagi menjadi tiga type, yaitu butir ramping (>3,0), sedang (2,1-3,0) dan bulat (<2,0). Ade Santika pada Buletin Teknik Pertanian (2007).

Beras premium sangat dipengaruhi oleh tingkat mutu yang terkandung dalam satuan kemasannya, standar mutu beras didasari pada karakteristik fisik butir beras (ukuran, bantuk, bobot, keseragaman, tampilan beras, jenis beras, derajat sosoh, mutu giling, mutu tanak, aroma, kutuhan, dan kemurnian).

## III. METODE PENELITIAN

### 3.1 Lokasi dan Waktu

Penelitian dilakukan di Pasar Induk Beras Cipinang (PIBC) Jakarta yang dilaksanakan pada bulan April-Mei 2010 dengan mengambil sampel pada 10 (sepuluh) toko yang memasarkan beras premium, dengan melakukan pendekatan deskriptif, dengan berpedoman pada hasil yang diperoleh melalui metode Kuasi Eksperimen dan studi Literatur.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : (i) data primer yang dibuat oleh peneliti

dengan menganalisis kualitas beras yang dilakukan oleh Petugas Pemeriksa Kualitas (PPK) beras Perum BULOG. (ii) data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen penjualan beras premium yang dimiliki oleh masing-masing pedagang beras, dalam periode dua bulan saat dilakukan penelitian.

### 3.2 Teknik Pengambilan Contoh

Teknik pengambilan contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *probabilitisampling*, yaitu untuk memilih secara acak anggota populasi, seperti pedagang dan jenis (*varietas*) beras premium. Untuk mengukur tingkat besaran Butir Patah dan Menir yang terkandung di dalam beras premium digunakan metode *simple random sampling*.

Dari sepuluh toko tersebut ditentukan sampel tiga jenis beras premium yang paling banyak tingkat penjualan dan peredarannya yaitu, beras Ramos (IR.64), beras Muncul I (Muncul), dan beras Cianjur Kepala (Pandan Wangi). Jumlah sampel beras premium yang di ambil dalam penelitian ini sebanyak 15 % dari keseluruhan populasi yang jumlahnya mencapai + 41.250 ton beras premium, dalam periode dua bulan.

Jadi dari jumlah populasi yang telah di tetapkan berdasarkan data yang dikeluarkan oleh pengelola Pasar Induk Beras Cipinang, maka sebanyak 41.250 ton diambil sampel 15% dengan menggunakan rumus :

$$\begin{aligned} S &= n\% \times \text{Jumlah total populasi} \\ &= 15\% \times 41.250 \\ &= 6.187,5 \text{ ton beras premium dalam} \\ &\quad \text{dua bulan.} \end{aligned}$$

Sedangkan anggota populasi yang dipilih secara acak adalah Butir Patah dan Menir yang diambil sebanyak 10% dari jumlah populasi yang telah ditetapkan pada sepuluh toko sesuai dengan jenis berasnya setiap minggu selama dua bulan.

### 3.3 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Untuk mempermudah analisis digunakan aplikasi pengolah data SPSS (*Statistical Program For Social Science*). Dalam menguji

analisis hipotesa dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya maka digunakan Regresi Linier Berganda, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel butir patah ( $X_1$ ), variabel menir ( $X_2$ ) dan dua variabel *dummy* beras premium yaitu beras Ramos/IR 64 ( $d_1$ ) serta beras Muncul ( $d_2$ ) dengan penjualan beras premium ( $Y$ ), apakah masing-masing variabel independent berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependent apabila nilai *variabel independent* mengalami kenaikan atau penurunan. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya menurut (Sanusi, Anwar, 2003) digunakan rumus analisis regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

dimana :

$y$  = *dependent variabel* (penjualan)

$a$  = konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$  = koefisien regresi

$X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$  = *independent variabel* (Butir Patah, Menir, *dummy* IR 64 dan *dummy* Muncul )

### 3.3.1 Uji Hipotesis I (Uji F)

Untuk menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji

keberartian/signifikansi regresi secara keseluruhan sedangkan untuk menguji hipotesis secara parsial digunakan Uji t.

### 3.3.2 Uji Hipotesis II (Uji t)

Untuk menguji kebenaran hipotesis kedua langkah pertama yang dilakukan adalah pengujian secara parsial melalui uji t.

### 3.3.3 Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh dua variabel independen yakni Butir Patah, Menir,  $d_1$  (Ramos IR 64) dan  $d_2$  (Muncul) secara signifikan terhadap variabel dependen ( $y$ ) maka digunakan analisis determinasi.

Koefisien ini akan menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan akan mampu menjelaskan variasi variabel dependen, baik secara simultan maupun parsial.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Jumlah Penjualan beras perminggu

Hasil pengambilan sampel terhadap tiga jenis beras premium yang menjadi subjek dalam penelitian ini, diperoleh data gambaran jumlah penjualan, Butir Patah dan Menir dalam penelitian setiap minggu selama dua bulan, dapat dilihat pada Tabel 1, 2 dan 3.

**Tabel 1.** Identifikasi jumlah penjualan beras premium setiap minggu dalam periode delapan minggu.

No	Kelompok Eksperimen	Minggu							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	IR64-I	439,3	425,2	415,8	456	442,3	419,9	408,5	456,3
2	Muncul I	266,3	255	245,7	270,5	266,5	251,1	254,2	274,9
3	Pandan Wangi	193,5	185,6	178,7	197,5	190,3	185,9	176,3	198
Jml penjualan (ton)		899,1	865,8	840,2	924	899,1	856,9	839	929,2

**Tabel 2.** Identifikasi jumlah rata-rata kandungan Butir Patah dalam tiga jenis beras premium setiap minggu dalam periode delapan minggu.

No	Kelompok Eksperimen	Minggu							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	IR64-I	16,6	16,66	16,83	15,89	16,47	16,92	16,47	15,73
2	Muncul I	16,87	17,05	17,2	16,29	16,67	16,78	16,77	16,22
3	Pandan Wangi	20,2	20,26	20,49	19,84	20,36	20,21	20,6	19,81
Rata2 broken (%)		17,89	17,99	18,17	17,34	17,83	17,97	17,95	17,25

**Tabel 3.** Identifikasi jumlah rata-rata kandungan Menir dalam tiga jenis beras premium setiap minggu dalam periode delapan minggu.

No	Kelompok Eksperimen	Minggu							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	IR64-I	0,73	0,82	0,91	0,68	0,66	0,81	0,91	0,69
2	Muncul I	0,56	0,64	0,69	0,58	0,61	0,95	0,95	0,56
3	Pandan Wangi	0,6	0,64	0,65	0,56	0,58	0,63	0,65	0,52
Rata2 Menir (%)		0,63	0,7	0,75	0,61	0,62	0,80	0,84	0,59

#### 4.2 Statistik Deskriptsi

Nilai rata-rata penilaian responden terhadap variabel penelitian, dengan menggunakan SPSS, diperoleh nilai rata-rata kelima variabel sebagai berikut : Tabel 4.

**Tabel 4.** *Descriptive Statistics*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Standard Deviation
penjualan	240	2,00	82,00	29,3888	23,82342
Butir Patah	240	5,20	28,30	17,7996	5,58422
Menir	240	,00	3,00	,6908	,38886
d1 IR64-I	240	,00	1,00	,3333	,47239
d2 muncul	240	,00	1,00	,3333	,47239
Valid N (listwise)	240				

Berdasarkan Tabel output di atas, diperoleh nilai rata-rata untuk variabel Penjualan sebesar 29.389 dan simpangan baku sebesar 23.8234. Dengan demikian maka secara keseluruhan penilaian responden terhadap variabel Penjualan adalah baik. Nilai rata-rata untuk variabel Butir Patah sebesar 17.800 dan simpangan baku sebesar 5.5842. Dengan demikian maka secara keseluruhan penilaian responden terhadap variabel Butir Patah adalah baik. Sedangkan nilai rata-rata untuk variabel Menir sebesar 0.691 dan simpangan baku sebesar 0.3889. Dengan demikian maka secara keseluruhan penilaian responden terhadap variabel Menir adalah baik. Untuk nilai rata-rata untuk variabel d1 (beras IR64-I) sebesar 0.3333 dan simpangan baku sebesar 0.47239. Dengan demikian maka secara keseluruhan penilaian responden terhadap variabel Menir adalah baik. Untuk nilai rata-rata untuk variabel d2 (beras Muncul 1) sebesar 0.3333 dan simpangan baku sebesar 0.47239. Dengan demikian maka secara keseluruhan penilaian responden

terhadap variabel d2 (beras Muncul 1) adalah baik.

#### 4.3 Analisis Regresi Linier Berganda Analisis Korelasi

Untuk melihat kekuatan pengaruh yang

terjadi antara Butir Patah, Menir, d1(IR64-I), dan d2 (Muncul1) dengan penjualan baik secara parsial maupun secara simultan maka dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil analisis korelasi parsial sebagai berikut: bahwa nilai koefisien korelasi antara Butir Patah dengan penjualan sebesar 0.156. Nilai ini tergolong dalam kategori pengaruh yang lemah (0,700-0,899) dan positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Butir Patah maka Penjualan akan semakin baik. Nilai koefisien korelasi antara Menir dengan Penjualan sebesar 0.036. Nilai ini tergolong dalam kategori pengaruh yang lemah (0,700-0,899) dan positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Menir maka Penjualan akan semakin baik pula.

Nilai koefisien korelasi antara d1 (IR64-I) dengan Penjualan sebesar 0.414. Nilai ini tergolong dalam kategori pengaruh yang lemah (0,700-0,899) dan positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik d1(beras IR64-I) maka Penjualan akan semakin baik.

Nilai koefisien korelasi antara d2 (Muncul I) dengan Penjualan sebesar -0.099. Nilai ini tergolong dalam kategori pengaruh yang lemah (0,700-0,899) dan negatif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik d2 (Muncul I) maka Penjualan akan menjadi tidak baik.

Untuk melihat kekuatan pengaruh nilai koefisien korelasi berganda secara simultan antara Butir Patah, Menir, d1 (IR64-I), dan d2 (Muncul I) di peroleh data sebesar 0.518. Nilai ini tergolong dalam kategori pengaruh yang lemah (0,700-0,899) dan positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Butir Patah, Menir, d1 (IR64-I), dan d2 (Muncul I) maka penjualan akan semakin baik pula.

#### 4.3.1 Membentuk Persamaan Regresi Linier Berganda

Model regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh nilai taksiran a, b1, b2, b3, b4 dan b5 sebagai berikut:

**Tabel 5. Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-3.885	5.695		-.682	.496
	Butir Patah	1.290	.254	.302	5.080	.000
	Menir	-5.604	3.529	-.091	-1.588	.114
	d1 (IR64-I)	30.306	3.471	.601	8.731	.000
	d2 (Muncull)	12.230	3.397	.243	3.601	.000

a. Dependent Variabel: Penjualan

Berdasarkan Tabel output di atas, diperoleh nilai a = -3.885, b<sub>1</sub> = 1.290, b<sub>2</sub> = -5.604, b<sub>3</sub> = 30.306, dan b<sub>4</sub> = 12.230. Dengan demikian maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -3.885 + 1.290 X_1 + -5.604 X_2 + 30.306 X_3 + 12.230X_4$$

Persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

**a = -3.885** Konstanta bernilai negatif sebesar -3.885 pada saat Butir Patah (X<sub>1</sub>), Menir (X<sub>2</sub>), d1 (IR64-I), dan d2 (Muncul-I) nilainya adalah 0. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan (Y) telah dinilai negatif tanpa adanya variabel Butir Patah, Menir, d1 (IR64-I), dan d2 (Muncul-I).

**b<sub>1</sub> = 1.290** Koefisien regresi variabel Butir Patah (X<sub>1</sub>) sebesar 1.290 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Butir Patah mengalami kenaikan 1%, maka penjualan beras premium (Y') akan mengalami kenaikan sebesar 1,290 Menir maka semakin turun tingkat penjualan beras premium

**b<sub>2</sub> = -5.604** Koefisien regresi variabel Menir (X<sub>2</sub>) sebesar -5.604; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Menir mengalami kenaikan 1%, maka penjualan beras premium (Y') akan mengalami penurunan sebesar

5.604 ton. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara Menir dengan Penjualan beras premium, semakin naik maka semakin turun tingkat penjualan beras premium.

**b<sub>3</sub> = 30.306** Koefisien regresi variabel dummy d1 (beras IR64-I) sebesar

30.306; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan dummy d1 (beras IR64-I) mengalami kenaikan 1%, maka penjualan beras premium (Y') akan mengalami kenaikan sebesar 30.306 ton. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara dummy d1 (beras IR64-I) dengan Penjualan beras premium, semakin naik dummy d1 (beras IR64-I) maka semakin naik tingkat penjualan beras premium.

**b<sub>4</sub> = 12.230** Koefisien regresi variabel dummy d2 (Muncul I) sebesar 12.230; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan dummy d2 (beras Muncul I) mengalami kenaikan 1%, maka penjualan beras premium (Y') akan mengalami kenaikan sebesar 12.230 ton. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara dummy d2 (beras Muncul I) dengan Penjualan beras premium, semakin naik dummy d2 (beras Muncul I) maka semakin naik tingkat penjualan beras premium.

#### 4.3.2. Pengujian Hipotesis

Untuk meyakinkan apakah pengaruh yang diberikan oleh variabel Butir Patah, Menir, d1 (IR64-I), dan d2(Muncul I) signifikan atau tidak terhadap variabel penjualan, akan dilakukan pengujian hipotesis, baik secara simultan (menggunakan uji F) maupun secara parsial (menggunakan uji t).

##### 4.3.2.1 Uji Hipotesis I (Uji F)

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$  artinya variabel Butir Patah, Menir, d1, dan d2 secara simultan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

$H_1 : \text{paling sedikit ada satu } \beta_i \neq 0$  artinya variabel Butir Patah, Menir, d1, dan d2 secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

$\alpha = 5\%$

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil  $F_{hitung}$  sebesar 21.552. Nilai ini kemudian akan dibandingkan dengan nilai F pada Tabel distribusi F schnedecor. Dengan  $\alpha = 5\%$  dan derajat bebas ( $db_1 = 5, db_2 = 235$ ) diperoleh nilai  $F_{Tabel}$  sebesar 2,410.

Dikarenakan  $F_{hitung} (21.552) > F_{Tabel} (2,410)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya bahwa variabel Butir Patah, Menir, d1, dan d2 secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

Untuk melihat secara rinci variabel mana saja yang memberikan pengaruh yang bermakna dan mana yang tidak memberikan pengaruh bermakna, berikut disajikan uji hipotesis secara parsial.

##### 4.3.2.2 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

###### 1) Uji hipotesis parsial untuk variabel Butir Patah

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah:

$H_0 : \beta_1 = 0$  artinya variabel Butir Patah secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$  artinya variabel Butir Patah secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.  $\alpha = 5\%$

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil  $t_{hitung}$  untuk variabel Butir Patah sebesar 5.080. Nilai ini kemudian akan dibandingkan dengan nilai t pada Tabel distribusi t student. Dengan  $\alpha = 5\%$  dan derajat bebas ( $db = 235$ ) diperoleh nilai  $t_{Tabel}$  sebesar 1,970. Dikarenakan  $t_{hitung} (5.080) > t_{Tabel} (1,970)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya bahwa variabel Butir Patah secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

###### 2) Uji hipotesis parsial untuk variabel Menir

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah:

$H_0 : \beta_2 = 0$  artinya variabel Menir secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.



$H_1$  :  $\beta_2 \neq 0$  artinya variabel Menirsecara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.  $\alpha = 5\%$

Statistik yang digunakan adalah statistic t.

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil  $t_{hitung}$  sebagai berikut:

Berdasarkan Tabel output di atas, diperoleh nilai t hitung untuk variabel Menir sebesar -1.588.

Nilai ini kemudian akan dibandingkan dengan nilai t pada Tabel distribusi t hitung. Dengan  $\alpha = 5\%$  dan derajat bebas (db = 235) diperoleh nilai  $t_{Tabel}$  sebesar 1,970. Dikarenakan  $t_{hitung} (-1.588) < t_{Tabel} (1,970)$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya bahwa variabel Menirsecara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

### 3) Uji hipotesis parsial untuk variabel d1 (IR64-I)

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah:

$H_0$  :  $\beta_3 = 0$  artinya variabel d1secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

$H_1$  :  $\beta_3 \neq 0$  artinya variabel d1secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

$\alpha = 5\%$

Statistik yang digunakan adalah statistik t.

Berdasarkan Tabel output di atas, diperoleh nilai t hitung untuk variabel d1 sebesar 8.731.

Nilai ini kemudian akan dibandingkan dengan nilai t pada Tabel distribusi t student. Dengan  $\alpha = 5\%$  dan derajat bebas (db = 235) diperoleh nilai  $t_{Tabel}$  sebesar 1,970. Dikarenakan  $t_{hitung} (8.731) > t_{Tabel} (1,970)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya bahwa

variabel d1secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

### 4) Uji hipotesis parsial untuk variabel d2 (Muncul I)

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah:

$H_0$  :  $\beta_4 = 0$  artinya variabel d2 secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

$H_1$  :  $\beta_4 \neq 0$  artinya variabel d2secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

$\alpha = 5\%$

Berdasarkan Tabel output di atas, diperoleh nilai t hitung untuk variabel d2 sebesar 3.601. Nilai ini kemudian akan dibandingkan dengan nilai t pada Tabel distribusi t student. Dengan  $\alpha = 5\%$  dan derajat bebas (db = 235) diperoleh nilai  $t_{Tabel}$  sebesar 1,970. Dikarenakan  $t_{hitung} (3.601) > t_{Tabel} (1,970)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya bahwa variabel d2 secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

### 4.3.3 Koefisien Determinasi

Setelah diketahui kedua variabel bebas yakni Butir Patah, Menir, d1 (IR64-I), dan d2(Muncul1)memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan, selanjutnya akan dilihat persentase besarnya pengaruh dari kedua variabel bebas, baik secara simultan maupun secara parsial.

#### 4.3.3.1 Koefisien Determinasi Simultan

Koefisien determinasi simultan menunjukkan besarnya pengaruh gabungan yang diberikan oleh keempat variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil output sebagai berikut :

**Tabel 6.** Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.518 <sup>a</sup>	.268	.256	20.5499	2.934

a. Predictors: (Constant), d2, Menir, Butir Patah, d1

b. Dependent Variabel: Penjualan

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh nilai R square (R<sup>2</sup>) sebesar 0,268 atau 26,8%. Hal ini menunjukkan bahwa Butir Patah, Menir, d1 (IR64-I), dan d2 (Muncul I) secara simultan memberikan pengaruh terhadap penjualan, sebesar **26,8%**, sedangkan **73,2%** lainnya merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti.

#### 4.3.3.2 Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial merupakan rincian dari koefisien determinasi simultan yang telah dibahas di atas. Koefisien determinasi parsial diperoleh dengan mengalikan koefisien regresi yang telah distandarkan (*Beta*) dengan koefisien korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat (*Zero Order Correlation*).

- 4)  $d_2$  (Muncul-I) =  
 $0.243 \times -0.099 = -0,0240 = -2,40\%$   
 Dengan demikian maka variabel  $d_2$  memberikan pengaruh terhadap penjualan sebesar **-2,40**

#### 4.4 Analisis Beras Premium

##### 4.4.1 Trend Penjualan Beras Premium

Penjualan beras premium jenis IR64-I adalah yang tertinggi dibanding dengan dua jenis beras lain yang menjadi objek penelitian, hal ini dikarenakan beras jenis ini adalah jenis beras yang peredarannya paling tinggi dibanding dengan dua jenis beras premium yang dijual di pasar induk beras Cipinang. Tingkat penjualan tertinggi jenis beras ini terjadi pada minggu ke empat yaitu sebanyak 456 ton dan minggu ke delapan sebanyak 456,3 ton, dalam dua bulan periode penelitian.

**Tabel 7.** Coefficients<sup>a</sup>

Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 Butir Patah	.156	.315	.283	.878	1.138
Menir	.036	-.103	-.089	.939	1.066
d1(IR64-I IR)	.414	.495	.487	.657	1.522
d2 (Muncul I)	-.099	.229	.201	.686	1.457

##### a. Dependent Variabel Penjualan

Berdasarkan Tabel output di atas, dapat diuraikan hasil Koefisien determinasi parsial sebagai berikut :

- 1) Butir Patah =  
 $0.302 \times 0.156 = 0,0471 = 4,71\%$   
 Dengan demikian maka variabel Butir Patah memberikan pengaruh terhadap penjualan sebesar **4,71%**
- 2) Menir =  
 $-0.091 \times 0.036 = -0,003 = -0,3\%$   
 Dengan demikian maka variabel Menir memberikan pengaruh terhadap penjualan sebesar **-0,3%**
- 3) d1 (IR64-I) =  
 $0.601 \times 0.414 = 0,2488 = 24,8\%$   
 Dengan demikian maka variabel d1 memberikan pengaruh terhadap penjualan sebesar **24,8%**

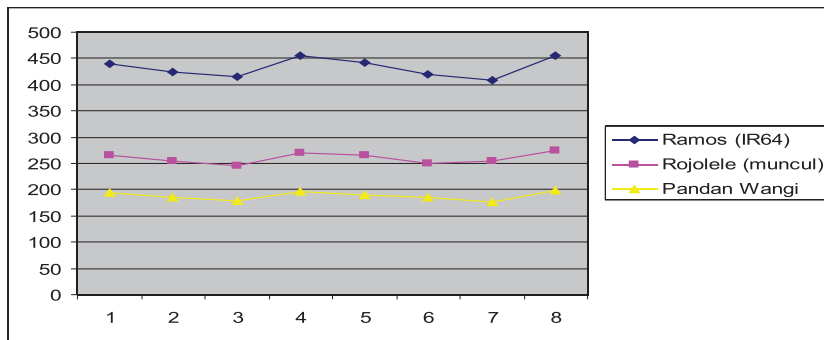
Penjualan beras premium jenis Muncul I merupakan jenis beras premium dengan tingkat penjualan dibawah tingkat penjualan beras jenis IR64-I , namun dari segi kualitas dan harga, pada umumnya beras jenis ini lebih baik dari pada jenis beras IR64-I. Trend penjualan beras ini terjadi pada minggu keempat sebanyak 270,5 ton dan juga minggu ke delapan sebanyak 274,9 ton.

Penjualan beras Pandan Wangi, adalah jenis beras dengan jumlah penjualan paling sedikit dibanding dua jenis beras premium dalam penelitian ini, hal ini disebabkan karena harganya yang relatif lebih mahal, sehingga konsumen beras ini merupakan kalangan tertentu dengan penghasilan yang tinggi. *Trend* penjualan tertinggi beras ini juga terjadi pada minggu keempat sebanyak 197,5 ton dan ke delapan dalam dua bulan penelitian sebanyak 198 ton.

Ketiga jenis beras ini mempunyai trend penjualan yang sama yaitu akan meningkat pada setiap akhir bulan berjalan. Hal ini terjadi dikarenakan pada umumnya konsumen beras jenis ini adalah para pedagang pengecer yang akan mengisi kembali persediaan barangnya untuk mengantisipasi permintaan pada awal bulan oleh konsumen akhir, seperti terlihat pada Gambar 1.

keuntungan, maka terdapat peluang setiap 1% penambahan Butir Patah pada beras Pandan Wangi untuk tetap mendapatkan tingkat penjualan sebanyak 0,634 ton. tanpa harus meningkatkan harga penjualannya.

Penambahan Butir Patah yang dilakukan para pedagang pada beras ini selalu berfluktuasi selama periode penelitian. Frekuensi penambahan akan meningkat pada



**Gambar 1.** Grafik trend penjualan beras premium

#### 4.4.2 Analisis Persentase Butir Patah Dalam Beras Premium

##### 4.4.2.1 Beras Pandan Wangi

Rata-rata pencampuran Butir Patah pada beras premium jenis Pandan Wangi adalah sebanyak 20,3%. Ini terjadi karena penambahan Butir Patah untuk menekan harga jualnya, selain itu para pedagang menganggap bahwa permintaan beras Pandan Wangi tidak terlalu dipengaruhi oleh banyaknya Butir Patah, namun sangat di pengaruhi oleh faktor yang menjadi keunggulan dari beras ini, yaitu aromanya dan rasanya yang pulen (setelah menjadi nasi). Mereka juga beranggapan bahwa, karena bentuknya yang hampir bulat dan agak kecil akan menyamakan Butir Patah jika ditambahkan pada jenis beras ini.

Hasil regresi yang dilakukan pada model beras Pandan Wangi, diketahui bahwa peningkatan butir patah sebanyak 1% ternyata hanya dapat meningkatkan penjualan sebanyak 0,634 ton. Dengan kata lain bahwa apabila terjadi hambatan suplay yang mengakibatkan peningkatan harga juga berdampak pada berkurangnya permintaan sehingga menimbulkan berkurangnya tingkat

awal minggu pertama sampai pada minggu ke tiga kemudian menurun pada minggu ke empat, demikian berikutnya pada setiap minggu pada bulan berikutnya. Hal ini terjadi karena pada minggu pertama sampai dengan minggu ketiga permintaan beras jenis ini akan menurun, tentunya akan berdampak pada tingkat keuntungan pedagang. Agar tingkat penjualan tidak mengganggu tingkat keuntungan maka pencampuran Butir Patah diperbanyak untuk mensubsidi berkurangnya tingkat keuntungan pedagang.

Namun sebaliknya pencampuran Butir Patah akan menurun pada minggu ke empat, pada minggu ini permintaan terhadap beras Pandan Wangi akan meninggi sehingga tanpa menambah Butir Patah pun tingkat keuntungan akan tercapai (lihat Gambar 2).

##### 4.4.2.2 Beras Muncul I

Kemudian banyaknya rata-rata pencampuran Butir Patah pada beras Muncul I menempati urutan kedua setelah beras Pandan Wangi yaitu sebanyak 16,7%, hasil regresi yang dilakukan pada model beras Muncul I, diketahui bahwa peningkatan butir patah sebanyak 1% ternyata dapat

meningkatkan penjualan sebanyak 1.376 ton. Dengan kata lain bahwa apabila terjadi hambatan suplay yang mengakibatkan peningkatan harga juga berdampak pada berkurangnya permintaan sehingga menimbulkan berkurangnya tingkat keuntungan, maka terdapat peluang setiap 1% penambahan Butir Patah pada beras IR64-I untuk tetap mendapatkan tingkat penjualan sebanyak 1.376 ton tanpa harus meningkatkan harga penjualannya.

Sama dengan beras Pandan Wangi penambahan Butir Patah yang dilakukan para pedagang pada beras ini juga selalu berfluktuasi selama periode penelitian. Frekuensi penambahan akan meninggi pada awal minggu pertama sampai pada minggu ke tiga kemudian menurun pada minggu ke empat, demikian berikutnya pada setiap minggu pada bulan berikutnya.

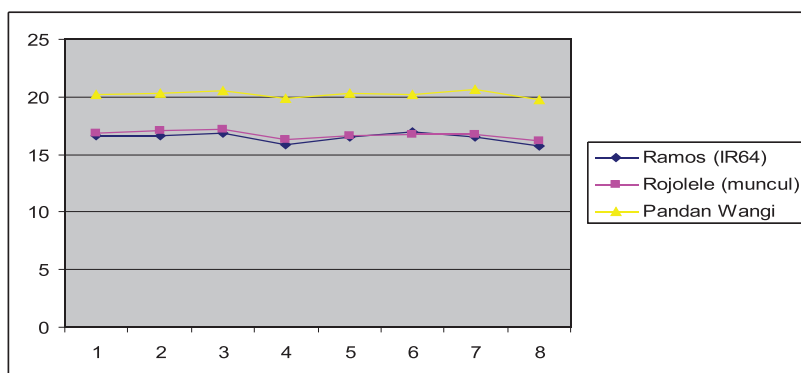
Hal ini terjadi karena pada minggu pertama sampai dengan minggu ketiga permintaan beras jenis ini akan menurun, tentunya akan berdampak pada tingkat keuntungan pedagang. Agar tingkat penjualan tidak mengganggu tingkat keuntungan maka pencampuran Butir Patah diperbanyak untuk mensubsidi berkurangnya tingkat keuntungan pedagang.

Namun sebaliknya pencampuran Butir Patah akan menurun pada minggu ke empat, pada minggu ini permintaan terhadap beras Muncul I akan meninggi sehingga tanpa menambah Butir Patah pun tingkat keuntungan akan tercapai (lihat Gambar 2).

#### 4.4.2.3 Beras IR64-I

Rata-rata pencampuran Butir Patah pada beras IR64-I adalah sebanyak 16,4% selama penelitian, pencampuran terbanyak Butir Patah dalam beras premium dilakukan para pedagang pada periode minggu pertama sampai dengan minggu ke tiga kemudian menurun pada minggu ke empat, demikian berikutnya pada setiap minggu pada bulan berikutnya, tentunya akan berdampak pada tingkat keuntungan pedagang. Agar tingkat penjualan tidak mengganggu tingkat keuntungan maka pencampuran Butir Patah diperbanyak untuk mensubsidi berkurangnya tingkat keuntungan pedagang. Dari hasil regresi yang dilakukan pada model beras IR64-I, diketahui bahwa peningkatan butir patah sebanyak 1% ternyata dapat meningkatkan penjualan sebanyak 2.343 ton. Dengan kata lain bahwa apabila terjadi hambatan suplay yang mengakibatkan peningkatan harga juga berdampak pada berkurangnya permintaan sehingga menimbulkan berkurangnya tingkat keuntungan, maka terdapat peluang setiap 1% penambahan Butir Patah pada beras IR64-I untuk tetap mendapatkan tingkat penjualan sebanyak 2.343 ton. tanpa harus meningkatkan harga penjualannya.

Namun sebaliknya pencampuran Butir Patah akan menurun pada minggu ke empat, pada minggu ini permintaan terhadap beras IR64-I akan meninggi sehingga tanpa menambah Butir Patah pun tingkat keuntungan akan tercapai (lihat Gambar 2).



**Gambar 2.** Grafik persentase kandungan Butir Patah dalam beras premium.

#### 4.5 Analisis Persentase Menir Dalam Beras Premium

Rata-rata tercampurnya Menir pada beras premium jenis IR64-I adalah yang tertinggi dengan rata-rata pencampuran sebanyak 0,78% sedangkan rata-rata pencampuran Menir pada beras Muncul I sebanyak 0,69% dan Pandan Wangi sebanyak 0,60%, namun secara keseluruhan tercampurnya Menir terhadap ketiga jenis beras tersebut tidaklah mencampai 1%, lihat Gambar 3.

Dari hasil regresi yang di-lakukan pada model beras IR64-I, diketahui bahwa peningkatan Menir sebanyak 1% dapat meningkatkan penjualan sebanyak 22,347 ton. Dengan kata lain bahwa apabila terjadi hambatan suplay yang mengakibatkan peningkatan harga juga berdampak pada berkurangnya permintaan sehingga menimbulkan berkurangnya tingkat keuntungan, maka terdapat peluang setiap 1% penambahan Menir pada beras IR64-I untuk tetap mendapatkan tingkat penjualan sebanyak 22,347 ton tanpa harus meningkatkan harga penjualannya, dengan syarat nilai Butir Patah tetap. Namun untuk beras Muncul dan Pandan Wangi setiap peningkatan Menir akan berdampak pada berkurangnya tingkat penjualan.

Dalam eksperimen pemeriksaan kualitas yang dilakukan penulis pada sepuluh pedagang beras yang menjual beras premium, masih ditemukan beberapa pedagang menjual beras

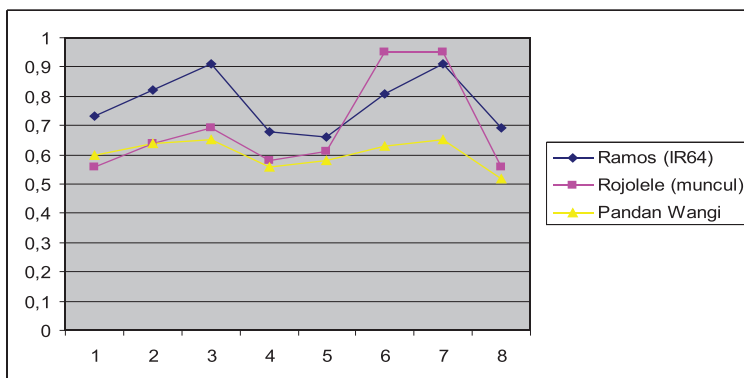
premiumnya dengan tingkat rata-rata kandungan Menir sebanyak 1,6% hal ini bisa saja dilakukan pedagang atau pengusaha industri beras untuk menghabiskan stok Menir yang mereka miliki, selain itu karena harga Menir yang murah, maka penambahan Menir pada beras premium secara berlebihan akan mempengaruhi harga jual beras itu sendiri.

Tercampurnya Menir tertinggi pada delapan minggu periode eksperimen terjadi pada minggu ke tiga dan minggu ke tujuh, namun mengingat jumlah Menir yang tercampur masih dibawah 1% maka diperkirakan hal ini terjadi akibat proses paskah panen yang kurang baik. Jika pencampuran dilakukan oleh pedagang maka, jumlah keuntungan yang dilakukan tidaklah signifikan.

Pencampuran Menir yang ber-lebihan akan sangat berpengaruh terhadap kualitas beras, khususnya pada hal penampakan terhadap beras itu sendiri. Dengan bentuknya yang kecil maka Menir dalam kemasan akan sangat terlihat jelas, karena biasanya Menir akan terkumpul di bawah setiap kemasan beras.

#### 4.6 Rata-rata Harga Beras Premium

Berdasarkan rekapitulasi rata-rata harga penjualan yang diterbitkan oleh pengelola pasar Induk beras cipinang menunjukkan bahwa rata-rata kenaikan dan penurunan harga beras IR64-1 setiap minggunya dalam periode dua bulan hanya mengalami kenaikan sebesar 0,4%.



Gambar 3. Grafik Persentase kandungan Menir dalam beras premium

Untuk harga beras Muncul-I setiap minggunya dalam periode dua bulan mengalami penurunan sebesar 0,4%. Sedangkan kenaikan dan penurunan harga beras Pandan Wangi setiap minggunya dalam periode dua bulan hanya mengalami penurunan sebesar 0,1%, atau bisa dikatakan relatif stabil. berdasarkan Tabel 8.

Ramos (IR 64) memberikan pengaruh 24,8% dan beras Muncul memberikan pengaruh sebesar -2,40%

3. Pengaruh Butir Patah, Menir, beras ramos (IR64), dan beras Muncul yang di berikan terhadap penjualan beras premium yang di jual di Pasar Induk Beras Cipinang sebesar 26,8% sedangkan sisanya yaitu

**Tabel 8.** Perkembangan harga rata-rata beras premium di Pasar Induk Beras Cipinang

No	Jenis Beras	Minggu (Rp)								Rata2 %
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	IR64-I	6,100	6,129	6,200	6,229	6,300	6,300	6,321	6,371	0,04
			0,029	0,071	0,029	0,071	0,000	0,021	0,050	
2	Muncul I	6,414	6,214	6,200	6,171	6,115	6,150	6,150	6,150	-0,04
			0,200	-0,014	-0,029	-0,056	0,035	0,000	0,000	
3	Pandan Wangi	8,200	8,114	8,100	8,100	8,100	8,100	8,100	8,100	-0,01
			0,086	-0,014	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	

Sumber : *Food Station* Jakarta

## V. PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan berikut disampaikan kesimpulan:

1. Dari hasil analisis didapatkan bahwa variabel Butir Patah, Menir, beras Ramos IR.64 dan beras Rojolele secara simultan/bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan (bermakna) terhadap penjualan beras premium di Pasar Induk Beras Cipinang, sedangkan secara parsial variabel Butir Patah juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan, namun variabel Menir secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan beras premium di Pasar Induk Beras Cipinang. Untuk dummy beras Ramos (IR-64) dan beras Muncul secara parsial juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.
2. Variabel Butir Patah memberikan pengaruh terhadap penjualan sebesar 4,71%, sedangkan Menir memberikan pengaruh sebesar -0,3%, untuk beras

sebesar 73,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

4. Faktor-faktor tersebut diatas terjadi pada periode penelitian dengan kondisi pasar yang relatif stabil.
5. Dalam perdagangan beras, khususnya beras premium di pasar induk beras Cipinang kenaikan dan penurunan harga beras tidak selalu dipengaruhi oleh peningkatan dan penurunan tingkat kualitas beras, namun biasanya dipengaruhi oleh *supply dan demand* beras itu sendiri.
6. Harga beras premium terbentuk dari bahan baku dan pemerosesan *pasca panennya*, sehingga kualitas beras pada umumnya sudah dapat dibedakan sesuai harganya.
7. Perubahan kualitas pada tingkat produsen kepada konsumen akhir dapat membantu produsen untuk mempertahankan tingkat keuntungan yang diperoleh, tanpa harus menaikkan dan menurunkan tingkatan harga.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian, analisis dan kesimpulan di atas, berikut beberapa saran yang dapat disampaikan:

1. Walaupun peningkatan Butir Patah dan Menir mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penjualan beras premium, namun untuk melindungi hak konsumen maka perlu dilakukan pencantuman *standart* mutu sebagai jaminan kualitas terhadap produk yang di jual.
2. Untuk membentuk persaingan antara produk maka pedagang sebaiknya mematenkan Merk sendiri sebagai identitas produk.
3. Menerima beras dari pemasok yang sama dalam setiap penerimaan barang, pada satu merk yang sama untuk menjamin kualitas beras yang dijual tetap terjaga.
4. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian bagi akademisi maupun praktisi, sebagai bahan penelitian lebih lanjut. Hal ini berdasarkan perlunya perlindungan terhadap hak-hak konsumen.
5. Dari besarnya nilai koefisien determinasi, nilai R square ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,268 atau 26,8%. Hal ini menunjukkan bahwa Butir Patah, Menir, d1 (IR64-I), dan d2 (Muncul I) secara simultan memberikan pengaruh terhadap penjualan, sebesar 26,8%, sedangkan 73,2% lainnya merupakan pengaruh dari faktor lain dalam beras premium yang tidak diteliti, seperti pengaruh kadar air, derajat sosoh, butir utuh dan lain-lain, maka masih diperlukan adanya penelitian lanjutan bagi peneliti lain, untuk meneliti variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

Ade Santika dan Gusniwar Aliawati (2007) Teknik Pengujian Tampilan Beras Untuk Padi Sawah, Padi Gogo dan Padi Pasang Surut. Majalah Pangan. Penerbit Perum BULOG.

BPS, 2009. Ketersediaan Gabah dan Beras Nasional 2009. BPS Jakarta.

Erwidodo, 1996 Telaahan Trend Konsumsi Beras. Kerjasama Puslit Sosek Pertanian dengan Proyek DPG Deptan jakarta.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane 2000 Manajemen Pemasaran Jilid 1 Penerbit PT. Indeks

Sumarwan U, Djunaidi A, Aviliani, Singgih.H.C., Sayono.J.A, Budidarmo.R.R, Rambe.S., 2009 Pemasaran Strategik. Edisi Pertama Penerbit Inti Prima Promosindo Jakarta.

Sumarwan U, 2002 Prilaku Konsumen. Edisi Pertama Penerbit PT Ghalia Indonesia.

Sanusi, Anwar. 2003. Metodologi Penelitian Praktis Untuk Ilmu Sosial dan Ekonomi. Edisi pertama. Cetakan Pertama. Penerbit Buntara Media Malang.

Simatupang,P. 1995. Industrial Pertanian sebagai Strategi Agribisnis dan Pembangunan Pertanian dalam Era Globalisas. Pidato Orasi Pengukuhan Ahli Peneliti Utama Pada pusat penelitian Sosial Ekonomi Pertanian ,Bogor.

### BIODATA PENULIS

**Yudy Prakasa Y.** Dilahirkan di Manado, Juni 1968. Menamatkan pendidikan S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Krisnadwipayana Jakarta (1995) dan S2 Program Studi Manajemen dan Bisnis Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor (2010). Sekarang menjabat sebagai Kepala Seksi Sarana Kerja Divisi Ortala Perum BULOG.

**Ujang Sumarwan** dilahirkan di Jakarta, 16 September 1960. Memperoleh gelar Sarjana Sosial Ekonomi Pertanian Bogor tahun 1985, gelar Master of Science bidang Household Economics dari tahun 1990 dan gelar Doktor bidang Prilaku Konsumen pada tahun 1993 dari Iowa State University Ames Iowa Amerika Serikat. Saat ini sebagai Staf Pengajar bidang Prilaku Konsumen dan Pemasaran dan menjabat Asisten Direktur Bidang Akademik dan Kemahasiswaan di Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis IPB.

**Sri Bawono** dilahirkan di Surabaya 25 Juni 1961 Menamatkan pendidikan S1 dan S2 di Institut Pertanian Bogor. Saat ini sedang menyelesaikan Program S3 dan sebagai Staf Pengajar bidang Komunikasi Bisnis dan Diplomasi Korporat di Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis IPB.