

Suci Amelia, Andi Nur Imran, Mohammad Anwar Sadat :
**Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Beras di Pasar Tradisional Modern
(Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros**

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI BERAS DI PASAR
TRADISIONAL MODERN (TRAMO) KECAMATAN TURIKALE
KABUPATEN MAROS**

*Consumer Perception Of Interest To Buy Rice In The Modern Traditional Market
(Tramo) Turikale Sub-District, Maros District*

Suci Amelia, Andi Nur Imran, Mohammad Anwar Sadat

suciameliya7@gmail.com, andinurimran@umma.ac.id,
moh.anwarsadat19@gmail.com

Universitas Muslim Maros

ABSTRAK

Beras merupakan komoditi pangan strategis karena tidak hanya berkaitan dengan kehidupan ekonomi sebagian besar masyarakat Indonesia, namun juga sebagai komponen penting dalam sistem ketahanan pangan nasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap minat beli beras di Pasar Tradisional Modern Maros (Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros. Populasi dalam penelitian yaitu seluruh konsumen yang pernah berbelanja beras di Pasar Tradisional Modern Maros (Tramo). Jumlah narasumber yaitu sebanyak 30 responden dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Analisis data menggunakan metode perhitungan persentase dan interval.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap minat beli beras mengenai variabel harga berada pada kategori persepsi baik, hal ini dikarenakan bahwa harga yang di jual masih batas normal selain itu juga terdapat perbedaan karakteristik antar konsumen terhadap minat belinya. Dan untuk mengenai persepsi konsumen terhadap minat beli mengenai variabel kualitas beras berada pada kategori persepsi baik. Sebab konsumen merasa beras yang dijual telah memenuhi syarat kualitas beras yang baik. Untuk persepsi konsumen terhadap minat beli mengenai variabel sarana prasarana Pasar Tramo berada pada kategori sangat baik, secara umum konsumen beras menunjukkan persepsi yang positif mengenai sarana prasarana, ini diperkuat dengan banyaknya konsumen yang datang dari berbagai tempat. Dan untuk persepsi konsumen terhadap minat beli beras mengenai lokasi pasar berada pada kategori baik karena didukung oleh lokasi yang strategis dan mudah dijangkau masyarakat.

Kata Kunci : Persepsi, konsumen, minat beli, beras

ABSTRACT

This study aims to determine consumer perceptions of interest in buying rice at the Maros Modern Traditional Market (Tramo) in Turikale District, Maros Regency. The population in this study are all consumers who have shopped for rice at the Maros Modern Traditional Market (Tramo). The number of sources is 30 respondents using an accidental sampling technique. The data analysis technique

Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Beras di Pasar Tradisional Modern (Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros

used is descriptive quantitative. Data analysis uses the method of calculating percentages and intervals. The results showed that consumers' perceptions of interest in buying rice regarding the price variable were in the good perception category, this was due to the fact that the selling price was still within normal limits besides that there were also differences in characteristics between consumers on their buying interest. And regarding consumer perceptions of buying interest regarding the rice quality variable, it is in the good perception category. Because consumers feel that the rice being sold meets the requirements for good quality rice. As for consumer perceptions of buying interest regarding the variable infrastructure of Tramo Market, it is in the very good category. In general, rice consumers show a positive perception of infrastructure. This is reinforced by the large number of consumers who come from various places. And for consumer perceptions of interest in buying rice regarding market location it is in the good category because it is supported by a strategic location and is easily accessible to the public.

Keywords: Perception, consumers, buying interest, rice

PENDAHULUAN

Sektor pertanian memiliki peranan yang cukup penting dan strategis dalam pembangunan nasional. Salah satu peranan sektor pertanian adalah sebagai penyedia pangan. Beras merupakan komoditi pangan strategis karena tidak hanya berkaitan dengan kehidupan ekonomi sebagian besar masyarakat Indonesia, namun juga sebagai komponen penting dalam sistem ketahanan pangan nasional. Kabupaten Maros memiliki luas wilayah 1.619,12 km² dan berpenduduk sebanyak 353.121 jiwa dengan kepadatan penduduk sebesar 218,09 jiwa/km² pada tahun 2019 (Wikipedia, 2019). Dengan jumlah penduduk yang cukup besar maka diiringi dengan tingkat konsumsi beras yang cukup tinggi. Besarnya permintaan dan konsumsi beras pada masyarakat tentunya juga berpengaruh pada besarnya pengeluaran konsumen untuk membeli kebutuhan pangan.

Sebagian besar masyarakat Kabupaten Maros membeli kebutuhan rumah tangga salah satunya beras di Pasar Tradisional Modern (Tramo) Kabupaten Maros. Pasar Tradisional Modern (Tramo) Kabupaten Maros merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang terletak di Jl. Nasrun Amrullah bagian Pettuadde, Kec. Turikale, Kabupaten Maros, Sulawesi Selatan. Pasar Tramo Maros sudah beroperasi dari tahun 2017 sampai sekarang. Minat beli konsumen ialah bagian dari komponen sikap dalam konsumsi. Konsumen hendak meyakinkan diri buat berbelanja beras yang diamati lebih dahulu. Tiap konsumen bisa memproses suatu data yang diperoleh dari

Suci Amelia, Andi Nur Imran, Mohammad Anwar Sadat :

**Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Beras di Pasar Tradisional Modern
(Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros**

lingkungan sekitar melalui panca indra yang dimiliki, dimana keahlian tersebut merupakan persepsi.

Persepsi konsumen sangat berarti untuk memberikan catatan pada toko agar dapat meningkatkan mutu pemasaran sehingga bisa meningkatkan keuntungan usaha serta kepuasan konsumen. Kala konsumen melakukan pengambilan keputusan buat memilah atau membeli suatu produk dengan merk tertentu pasti akan tergoyahkan oleh bermacam pertimbangan. Perihal ini tentu menyebabkan pergantian pangsa pasar satu produk tertentu. Bermacam atribut misalnya harga dan kualitas yang merekat pada produk dan tempat, sarana prasarana atau lokasi dalam berbelanja bisa mempengaruhi persepsi konsumen terhadap pemilihan tempat buat berbelanja.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional Modern (Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros. Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan yaitu bulan April - Juni 2023.

Metode Penentuan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang pernah berbelanja beras di Pasar Tradisional Modern Maros (Tramo), oleh karena itu populasi ini merupakan populasi yang tidak terbatas karena tidak dapat diketahui secara pasti jumlah sebenarnya yang berbelanja. Metode penentuan sampel pada penelitian ini, dilakukan dengan teknik *accidental sampling*. Adapun jumlah keseluruhan sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 30 konsumen sebagai responden yang diambil secara sengaja yang cocok sebagai sumber data.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yaitu jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dalam bilangan atau bentuk angka.

Yang dimaksud dengan sumber data adalah subyek atau asal data diperoleh. Dalam pelaksanaan penelitian ini, sumber data yang akan digunakan yaitu:

Suci Amelia, Andi Nur Imran, Mohammad Anwar Sadat :

**Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Beras di Pasar Tradisional Modern
(Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros**

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari lapangan lokasi penelitian untuk mengamati kegiatan konsumen dalam membeli beras di Pasar Tradisional Modern (Tramo) di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Misalnya lewat orang lain, dokumen, dan instansi- instansi yang terkait.

Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Menurut Widyoko, (2014) observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab (Iskandar, 2022).

c. Kuesioner

Angket atau kuesioner adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna (Purwanto, 2022).

d. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono (2015) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

Metode Analisis Data

Pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah, metode perhitungan persentase dan interval. Menurut (Sugiyono, 2013) menjelaskan bahwa skala likert merupakan metode pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Maka perhitungan indeks jawaban petani dilakukan sebagai berikut:

Suci Amelia, Andi Nur Imran, Mohammad Anwar Sadat :
**Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Beras di Pasar Tradisional Modern
 (Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros**

1. Penentuan Skor Jawaban

Skor jawaban merupakan nilai jawaban yang akan diberikan oleh responden. Menurut Sugiyono, 2013 dijelaskan pada bukunya bahwa hal pertama yang harus kita lakukan adalah menentukan skor dari tiap jawaban yang akan diberikan. Hal ini bertujuan agar responden dapat memberikan penilaian sesuai dengan kriteria mereka berdasarkan pilihan yang ada.

Dengan menggunakan skala likert masing-masing instrumen jawaban memiliki nilai :

Tabel 1. Skala Likert

Alternatif	Jawaban (skor)
Sangat Baik (SB)	5
Baik (B)	4
Sedang (S)	3
Tidak Baik (TB)	2
Sangat Tidak Baik (STB)	1

2. Skor Ideal

Skor ideal merupakan skor yang digunakan untuk menghitung skor untuk menentukan rating scale dan jumlah seluruh jawaban (Sugiyono, 2013). Untuk menghitung jumlah skor ideal (kriterium) dari seluruh item, digunakan rumus berikut, yaitu:

$$\text{Skor Kriterium} = \text{Nilai Skala} \times \text{Jumlah Responden}$$

Skor tertinggi adalah 5 dan jumlah responden 30, maka dirumuskan menjadi:

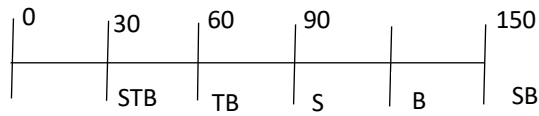
Tabel 2. Skor Ideal

Rumus	Skala
5 X 30 : 150	SB
4 X 30 : 120	B
3 X 30 : 90	S
2 X 30 : 60	TB
1 X 30: 30	STB

3. Rating scale

Selanjutnya, skor yang telah diperoleh kemudian dimasukkan kedalam rating scale berikut ini:

Suci Amelia, Andi Nur Imran, Mohammad Anwar Sadat :
**Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Beras di Pasar Tradisional Modern
 (Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros**



Rating scale berfungsi untuk mengetahui hasil data kuisisioner dan wawancara secara umum dan keseluruhan yang didapat dari penilaian kuesioner dan wawancara (Sugiyono, 2013).

Dengan ketentuan kriteria interpretasi skornya berdasarkan interval sebagai berikut:

121 - 150 = Sangat Baik

31 - 60 = Tidak Baik

91 - 120 = Baik

0 - 30 = Sangat Tidak Baik

61 - 90 = Sedang

4. Persentase Persetujuan

Menurut Sugiyono, 2013 untuk mengetahui jumlah jawaban dari para responden melalui persentase, yaitu digunakan rumus sebagai berikut :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P : Persentase

N : Jumlah skor ideal

F : Skor hasil observasi

100 : Bilangan Tetap

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Konsumen Mengenai Harga Beras

Harga merupakan salah satu yang paling dipertimbangkan konsumen pada saat membeli beras. Harga memiliki fungsi sebagai alat pengukur dan pembeda suatu barang milik penjual beras dari penjual beras lainnya. Harga juga sering dikaitkan dengan kualitas beras tersebut. Dengan adanya harga tersebut maka kita dapat membedakan mana beras yang berkualitas dan mana beras berkualitas kurang baik dari sudut pandang pembeli.

Hasil penelitian tentang persepsi konsumen beras mengenai harga dapat disajikan sebagai berikut:

Suci Amelia, Andi Nur Imran, Mohammad Anwar Sadat :
**Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Beras di Pasar Tradisional Modern
 (Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros**

Tabel 3. Persepsi konsumen mengenai harga beras di Pasar Tradisional Modern Maros (Tramo)

No. Uraian	Skor Jawaban	Persentase (%)	Keterangan
1. Sesuai dengan pendapatan konsumen	122	81,3	Sangat Baik
2. Sangat terjangkau oleh semua kalangan	105	70	Baik
3. Terlalu murah untuk konsumen	96	64	Baik
4. Sesuai dengan kualitasnya	125	83,3	Sangat Baik
5. Sesuai dengan kebutuhan konsumen	120	80	Baik
6. Lebih mahal dibanding tempat belanja lain	85	57	Sedang
7. Sesuai dengan harga pasar pada umumnya	124	82	Sangat Baik
8. Lebih terjangkau dibanding tempat belanja lain	119	79,3	Baik
Total	896		
Rata-rata	112		(Baik)

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3 diatas secara keseluruhan menunjukkan persepsi baik yang mana terdapat delapan bagian atau indikator untuk menilai persepsi konsumen beras mengenai harga beras di Pasar Tradisional Modern Maros (Tramo). Dari indikator tersebut diperoleh hasil yaitu untuk harga beras sesuai dengan pendapatan konsumen yang memberikan persepsi sangat baik dengan skor 122 (81,3%) karena konsumen merasa harga yang ditawarkan penjual masih dibatas wajar dengan pendapatan UMR setiap konsumen.

Pada penilaian yang lain yaitu harga beras terjangkau untuk semua kalangan juga memberikan persepsi baik dengan perolehan skor sebanyak 105 (70%). yang dimana artinya harga beras di Pasar Tramo Modern Maros (Tramo) dapat dibeli oleh semua masyarakat yang ada di kabupaten Maros.

Pada penilaian untuk harga beras terlalu murah konsumen memberikan persepsi baik dengan perolehan skor 96 (64%) yang dimana menurut responden harga beras tidak terlalu murah juga tidak terlalu mahal untuk konsumen beras di Pasar Tramo.

Pada penilaian untuk harga beras sesuai dengan kualitasnya juga memberikan persepsi sangat baik dengan perolehan skor 125 (83,3%) karena konsumen merasa harga beras di Pasar Tramo sesuai dengan kualitas berasnya. Dimana konsumen membeli dengan harga premium berarti akan mendapatkan beras yang kualitasnya lebih baik dibanding dengan harga medium atau harga standar.

Suci Amelia, Andi Nur Imran, Mohammad Anwar Sadat :
**Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Beras di Pasar Tradisional Modern
(Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros**

Pada penilaian untuk harga beras sesuai dengan kebutuhan konsumen memberikan persepsi baik dengan perolehan skor 120 (80%) karena konsumen dapat merasakan bahwa harga yang di jual di Pasar Tramo sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dimana konsumen ingin membeli harga premium maka terdapat juga beras dengan kualitas baik dan sangat bagus sedangkan jika konsumen ingin membeli beras dengan harga medium maka terdapat juga beras dengan kualitas baik dan standar sehingga konsumen dapat memilih beras sesuai dengan kebutuhannya.

Pada penilaian untuk harga beras lebih mahal dibanding tempat belanja lain memberikan persepsi sedang dengan skor 85 (57%) karena konsumen merasa harga beras di pasar Tramo cukup murah dibanding tempat belanja lain misalnya di supermarket, minimarket atau tempat belanja modern yang lainnya.

Pada penilaian untuk aspek sesuai dengan harga pasar pada umumnya memberikan persepsi sangat baik dengan perolehan skor 124 (82%). artinya konsumen merasa harga beras dipasar Tramo masih sesuai dengan harga pasar pada umumnya sehingga konsumen masih ingin berbelanja beras di Pasar Tramo.

Dan yang terakhir pada penilaian untuk aspek harga beras lebih terjangkau dibanding tempat belanja lainnya memberikan persepsi baik dengan perolehan skor 119 (79,3 %). Dimana konsumen dapat merasakan harga beras di Pasar Tramo lebih terjangkau dibanding tempat lain.

Persepsi Konsumen Mengenai Kualitas Beras

Kualitas beras merupakan salah satu faktor pertimbangan konsumen dalam memilih beras oleh karena itu kualitas fisik beras harus di teliti dengan baik karena kualitas yang baik maka konsumen merasa tertarik kembali untuk membeli beras.

Hasil penelitian tentang persepsi konsumen beras mengenai kualitas beras dapat disajikan sebagai berikut:

Suci Amelia, Andi Nur Imran, Mohammad Anwar Sadat :
**Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Beras di Pasar Tradisional Modern
 (Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros**

Tabel 4. Persepsi konsumen mengenai kualitas beras di Pasar Tradisional Modern Maros (Tramo)

No. Uraian	Skor Jawaban	Persentase (%)	Keterangan
1. Beras butirnya berwarna putih bersih	116	77,3	Baik
2. Bersih dari kutu beras	121	80,6	Sangat Baik
3. Rasa beras enak dan pulen	130	86,6	Sangat Baik
4. Aroma beras tidak berbau apek	122	81,3	Sangat Baik
5. Jumlah butir patahan sedikit	111	74	Baik
6. Bersih dari batu kerikil atau benda lainnya	118	78,6	Baik
7. Beras memiliki daya tahan yang cukup lama	120	80	Baik
8. Beras memiliki ukuran kemasan yang bervariasi	123	82	Sangat Baik
Total	961		
Rata-rata	120,125		(Baik)

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas keseluruhan menunjukkan persepsi baik dengan kualitas fisik beras yang dijual di Pasar Tramo. Pada aspek beras butirnya yang berwarna putih bersih menunjukkan persepsi baik dengan skor 116 (77,3%) yang artinya bahwa beras yang dijual di pasar Tramo memiliki ciri kualitas baik salah satunya yaitu memiliki fisik beras yang berwarna putih bersih.

Pada penilaian lain terdapat aspek beras bersih dari kutu beras yang menunjukkan persepsi sangat baik dengan perolehan skor 121 (80,6%). yang artinya beras yang dijual di pasar Tramo memiliki kualitas fisik yang baik karena beras bersih dari kutu beras sehingga konsumen merasa senang.

Penilaian lain yaitu aspek beras memiliki rasa enak dan pulen menunjukkan persepsi sangat baik dengan perolehan skor 130 (86,6%). dimana konsumen merasa puas dengan kualitas fisik beras karena rasa berasnya yang enak dan pulen.

Penilaian lain terdapat aroma beras tidak berbau apek dengan menunjukkan persepsi sangat baik dengan skor 122 (81,3) yang artinya konsumen merasa kualitas fisik beras yang dijual di pasar Tramo baik dan aroma beras yang tidak berbau apek.

Penilaian lain terdapat pada aspek beras memiliki jumlah butira sedikit menunjukkan persepsi baik dengan perolehan skor 111 (74%) dimana artinya konsumen merasa beras yang dibelinya memiliki jumlah butiran patahan sedikit.

Suci Amelia, Andi Nur Imran, Mohammad Anwar Sadat :
**Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Beras di Pasar Tradisional Modern
 (Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros**

Penilaian lain yaitu aspek beras bersih dari batu kerikil dengan menunjukkan persepsi baik dengan perolehan skor 118 (78,6%). dimana konsumen merasa puas dengan kualitas fisik beras karena beras bersih dari batu kerikil atau benda kecil lainnya.

Penilaian lain terdapat beras memiliki daya tahan cukup lama dengan menunjukkan persepsi baik dengan skor 120 (80) yang artinya konsumen merasa kualitas fisik beras yang dijual di pasar Tramo memiliki kualitas daya tahan yang cukup lama dan tidak mudah basi.

Penilaian lain terdapat pada aspek beras memiliki ukuran kemasan yang bervariasi menunjukkan persepsi sangat baik dengan perolehan skor 123 (82%) dimana artinya konsumen merasa beras yang dapat dibeli memiliki kemasan yang bervariasi mulai, dari 5kg, 10kg sampai 25kg. Selain itu konsumen juga dapat membeli beras sesuai dengan kebutuhan konsumen dimana dapat dibeli dengan ukuran dimulai dari 1 liter.

Persepsi Konsumen Mengenai Sarana Prasarana Pasar

Sarana Prasarana pasar Tramo memiliki aspek penilain yang penting ini dikarenakan sarana prasarana yang baik dan lengkap pasti dapat menarik juga pembeli membeli beras di tempat tersebut.

Hasil penelitian tentang persepsi konsumen beras mengenai sarana prasana dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 5. Persepsi konsumen mengenai Sarana Prasarana di Pasar Tradisional Modern Maros (Tramo)

No. Uraian	Skor Jawaban	Persentase (%)	Keterangan
1. Memiliki bangunan pasar yang baik dan bagus	129	86	Sangat Baik
2. Memiliki fasilitas umum yang lengkap seperti wc umum, mushollah, dan sarana kesehatan.	114	76	Baik
3. Memiliki pos keamanan untuk penjagaan kemandirian pasar	112	74,6	Baik
4. Memiliki tempat parkir yang luas	129	86	Sangat Baik
5. Memiliki lingkungan yang bersih aman dan nyaman untuk berbelanja	129	86	Sangat Baik
6. Kios-kios pedagang beras tertata dengan rapi	130	87	Sangat Baik
7. Memiliki tempat penyimpanan beras yang bersih	123	82	Sangat Baik
8. Memiliki alat timbangan beras yang baik	127	84,6	Sangat Baik
Total	993		
Rata-rata	124,125	(Sangat Baik)	

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Suci Amelia, Andi Nur Imran, Mohammad Anwar Sadat :
**Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Beras di Pasar Tradisional Modern
(Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros**

Berdasarkan tabel diatas secara keseluruhan menunjukkan persepsi Baik yang mana terdapat delapan indikator untuk mengetahui persepsi konsumen mengenai sarana prasarana pasar Tramo. Dari tabel tersebut diketahui pasar Tramo memiliki bangunan pasar yang baik dan bagus dimasuk kedalam bagian pada persepsi sangat baik dengan perolehan skor sebesar 129 (86%) hal ini didasari karena pasar tramo merupakan salah satu pasar yang paling sering dikunjungi oleh karena itu pemerintah juga sedikit memfasilitasi bangunan di Pasar Tramo.

Untuk penilaian kelengkapan fasilitas umum yang lengkap persepsi konsumen menunjukkan persepsi baik dengan skor 114 (76%) hal ini dikarenakan konsumen dapat merasakan fasilitas umum seperti wc, mushollah dan sarana kesehatan umum namun terdapat juga konsumen yang masih kebingungan sehingga sebaiknya terdapat papan informasi yang dapat menunjukkan bagian-bagian umum dari pasar Tramo.

Pada penialian memiliki pos keamanan untuk penjagaan keamanan pasar menunjukkan persepsi baik dengan skor 112 (74,6%), ini artinya pasar Tramo sudah cukup baik dalam menjaga keamann dalam proses jual beli di pasar Tramo.

Pada penialian memilki tempat parkir yang luas juga menunjukkan persepsi sangat baik dengan perolehan skor 129 (86%) dimana konsumen merasakan tempat parkir yang luas di pasar Tramo sehingga tidak kewalahan dalam memarkirkan kendaraannya.

Pada penialian untuk memilki lingkungan yang bersih aman dan nyaman untuk berbelanja juga menunjukkan persepsi sangat baik dari konsumen beras dengan skor 129 (86%) ini dikarenakan konsumen dapat merasakan rasa nyaman dan aman dalam berbelanja beras di Pasar Tramo.

Pada penilaian aspek mengenai kios - kios pedagang beras tertata dengan rapi menunjukkan persepsi sangat baik dengan perolehan skor 130 (87%) ini dikarenakan konsumen merasakan kios-kios beras mudah ditemukan karena tertata dengan rapi dan baik ini yang membuat konsumen dapat berbelanja dengan santai.

Pada penialian tentang aspek mengenai tempat penyimpanan beras yang bersih menunjukkan persepsi sangat baik dengan perolehan skor 123 (82%). yang artinya konsumen merasakan Pasar Tramo memiliki tempat penyimpanan beras

Suci Amelia, Andi Nur Imran, Mohammad Anwar Sadat :
**Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Beras di Pasar Tradisional Modern
 (Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros**

sehingga konsumen tidak perlu khawatir tentang kebersihan beras yang dijual di Pasar Tramo.

Pada penilaian aspek tentang alat timbangan beras yang baik juga menunjukkan persepsi sangat baik dengan perolehan skor 127 (84,6%). yang artinya konsumen yang membeli beras merasakan bahwa pedagang beras di Pasar Tramo menjual beras dengan jujur karena memiliki alat timbangan beras yang baik.

Persepsi Konsumen Mengenai Lokasi Pasar Tramo

Lokasi yang strategis membuat para konsumen melakukan pembelian oleh karena penilaian tentang lokasi Pasar Tramo sangat penting dapat mempengaruhi konsumen untuk berbelanja beras di Pasar Tramo.

Hasil penelitian tentang persepsi konsumen beras mengenai lokasi pasar dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 6. Persepsi konsumen mengenai lokasi di Pasar Tradisional Modern Maros (Tramo)

No. Uraian	Skor Jawaban	Persentase (%)	Keterangan
1. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat	138	92	Sangat Baik
2. Tempat belanja terdekat dari rumah	104	69,3	Baik
3. Membutuhkan waktu yang lama dari rumah	88	58,6	Sedang
4. Dilalui jalur angkutan umum	101	67,3	Baik
5. Lokasi pasar dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan	140	93,3	Sangat Baik
6. Lokasi dapat ditemukan dengan mudah	129	86	Sangat Baik
7. Diakses oleh berbagai jenis kendaraan	125	83,3	Sangat Baik
8. Lokasi pasar berjalan tertib	117	78	Baik
Total	942		
Rata-rata	117,75		(Baik)

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas secara keseluruhan menunjukkan persepsi baik . Dari tabel diatas menunjukkan persepsi sangat baik yang artinya bahwa aspek pertama yaitu lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat mendapatkan skor 138 (92%) dimana lokasi pasar Tramo memiliki lokasi yang strategis di daerah pemukiman kabupaten Maros khususnya di wilayah Turikale dan sekitarnya. Pasar Tramo rame pengunjung setiap hari karena lokasinya yang mudah dijangkau oleh masyarakat.

Suci Amelia, Andi Nur Imran, Mohammad Anwar Sadat :
**Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Beras di Pasar Tradisional Modern
(Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros**

Pada Pelayan aspek yaitu tempat berbelanja terdekat dari rumah persepsi baik dengan perolehan skor 104 (69,3) ini dikarenakan bahwa konsumen yang membeli beras berasal darimana saja yang berada di kabupaten Maros bukan hanya yang tinggal disekitaran pasar Tramo.

Pada penilaian yang lain dengan aspek membutuhkan waktu yang cukup lama dari rumah menunjukkan persepsi sedang dengan skor 88 (58,6) ini dikarenakan bahwa konsumen yang membeli beras terdapat jarak yang cukup jauh dan membutuhkan waktu yang cukup lama dari rumah ke pasar Tramo .

Pada penilaian dapat dilalui jalur angkutan umum menunjukkan persepsi baik dengan skor 101 (67,3%) yang pasar Tramo dapat dilalui jalur angkutan umum sehingga memudahkan para konsumen beras untuk menggunakan angkutan umum jika tidak memiliki kendaraan pribadi.

Pada aspek penilaian yaitu lokasi pasar dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan menunjukkan persepsi sangat baik dengan skor 140 (93,3%) yang artinya konsumen merasakan pasar Tramo dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan karena memang pasar tramo memiliki lokasi yang strategis dan berada di tepi jalan umum.

Pada aspek penilaian Pasar Tramo memiliki lokasi yang dapat ditemukan dengan mudah menunjukkan persepsi sangat baik dengan perolehan skor 129 (86%). yang artinya lokasi pasar tramo sangat mudah ditemukan bahkan terbaca oleh akses dari google maps.

Pada penilaian aspek yaitu Pasar Tramo dapat diakses oleh berbagai jenis kendaraan menunjukkan persepsi sangat baik dengan perolehan skor 125 (83,3). dimana artinya konsumen beras merasa bahwa pasar Tramo memiliki lokasi yang baik karena dapat diakses berbagai jenis kendaraan.

Aspek penilaian terakhir yaitu lokasi pasar berjalan dengan tertib menunjukkan persepsi baik dengan perolehan skor 117 (78%). yang artinya Pasar Tramo selalu beroperasi dengan tertib sehingga konsumen yang membeli beras di Pasar Tramo merasa nyaman untuk berbelanja karena tidak perlu khawatir lokasi yang tidak tertib.

Suci Amelia, Andi Nur Imran, Mohammad Anwar Sadat :
**Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Beras di Pasar Tradisional Modern
(Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros**

Persepsi konsumen mengenai Harga, Kualitas Beras, Sarana Prasarana Pasar dan Lokasi Pasar Tramo

Menurut Kinnear dan Tailor (1995) dalam Astika Pratiwi (2016), minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Dalam penelitian ini persepsi konsumen mengenai harga, lokasi, dan kualitas pasar merupakan variabel bebas yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen beras di Pasar Tradisional Modern Tramo.

Hasil penelitian tentang persepsi konsumen beras mengenai minat beli beras dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 7. Persepsi konsumen mengenai Harga, Kualitas Beras, Sarana Prasarana Pasar dan Lokasi Pasar Tramo

No	Uraian	Skor rata-rata	Keterangan
1	Harga	112	Baik
2	Kualitas Beras	120,125	Baik
3	Sarana Prasarana	124,125	Sangat Baik
4	Lokasi Pasar	117,75	Baik
Total		474	
Rata-rata		118,5	(Baik)

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 7 secara keseluruhan variabel menunjukkan persepsi baik. Pada variabel mengenai harga menunjukkan skor rata-rata 112 dengan kategori baik, pada variabel mengenai kualitas beras menunjukkan skor rata-rata 120,125 dengan kategori baik, pada variabel mengenai sarana prasarana menunjukkan skor rata-rata 124,125 dengan kategori sangat baik dan untuk variabel mengenai lokasi pasar menunjukkan skor rata-rata 117,75 dengan kategori baik.

Persepsi konsumen terhadap minat beli beras mengenai harga, kualitas beras, sarana prasarana dan lokasi pasar secara keseluruhan menunjukkan skor rata-rata 118,5 dengan kategori baik. Dari keempat variabel yang menjadi sumbagan efektif dan relatif terbesar yaitu variabel persepsi konsumen terhadap minat beli beras mengenai sarana prasarana.

Hal tersebut disebabkan karena tingginya persepsi konsumen mengenai sarana prasarana di Pasar Tradisional Modern (Tramo). Mayoritas konsumen menganggap sarana prasarana yang ada di Pasar Tradisional Modern (Tramo) masih menyediakan fasilitas-fasilitas umum dengan lengkap dan layak sehingga sarana

Suci Amelia, Andi Nur Imran, Mohammad Anwar Sadat :
**Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Beras di Pasar Tradisional Modern
(Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros**

prasarana masih menjadi fokus utama yang dipertimbangkan konsumen Pasar Tradisional Modern Maros (Tramo) dalam berbelanja beras.

Faktor kualitas beras juga masih memberi pengaruh terhadap minat beli konsumen di Pasar Tradisional Modern (Tramo) oleh karena itu diharapkan produsen sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan kualitas beras yang sesuai dengan persepsi konsumen yaitu beras yang putih bersih, bersih dari kutu beras, enak dan pulen, tidak berbau apek, jumlah patahan yang sedikit, bersih dari batu kerikil atau benda lainya dan daya tahan yang cukup lama serta ukuran kemasan yang bervariasi karena aspek tersebut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen.

Faktor lokasi pasar juga menjadi pertimbangan terhadap minat beli konsumen di Pasar Tramo. Oleh karena itu, alangkah baiknya faktor lokasi pasar dapat diberi perhatian lebih oleh pengelola pasar maupun pedagang supaya minat beli konsumen di Pasar Tramo dapat meningkat. Sehingga mampu menjadi pusat pasar percontohan di kabupaten Maros. Faktor harga tidak terlalu dipertimbangkan walaupun masih memberi pengaruh terhadap minat beli konsumen di Pasar Tradisional Modern (Tramo). Mayoritas konsumen menganggap tingkat harga beras masih dalam taraf wajar atau sesuai daya beli. Walaupun begitu pengelola Pasar Tramo Maros dapat untuk selalu memonitor harga yang ditetapkan para pedagang agar harga beras tersebut selalu stabil.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi konsumen terhadap minat beli beras mengenai harga beras, kualitas beras dan lokasi Pasar Tramo berada pada kategori Baik, sedangkan untuk mengenai persepsi konsumen terhadap minat beli mengenai sarana prasarana Pasar Tramo berada pada kategori Sangat Baik.

Saran

Peneliti memberikan saran bagi peneliti selanjutnya, untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain tentang persepsi konsumen. Sehingga penelitian ini dapat terus dikembangkan di zaman modern ini.

Suci Amelia, Andi Nur Imran, Mohammad Anwar Sadat :
**Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Beras di Pasar Tradisional Modern
(Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros**

DAFTAR PUSTAKA

- Angkasawati, & Milasari, D., 2021. Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional. Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 169.
- Badan Pusat Statistik - Statistic Indonesia, 2022, Maret 01. Luas Panen Dan Produksi Padi Di Indonesia 2021 (Angka Tetap). P. 6.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan, 2022, Maret 01. Luas Panen Dan Produksi Padi Di Sulawesi Selatan 2021 (Angka Tetap). P. 6.
- Bimo Walgito, 1989. Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: Andi Offset.
- Dewi, 2013. Perilaku Konsumen. Palembang: Citrabooks Indonesia.
- Haryadi, 2006. Teknologi Pengolahan Beras. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Iskandar, 2022. Metode Penelitian Dakwah. Pasuruan, Jawa Timur: Penerbit Qiara Media.
- Kotler, Amstrong, 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Amstrong, 2009. Dasar - Dasar Pemasaran. Bandung: Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K.L., 2003, Manajemen Pemasaran Edisi 12, Cetakan III, Alih Bahasa oleh Benyamin Molan.
- Moersid, A., 2003. Pasar Tradisional Di Persimpangan Jalan. Palembang: Forum Musda Iai Cabang Sumatra Selatan.
- Masitoh, S., 2018. Analisis Persepsi Konsumen Beras Organik dan Faktor (<https://ojs.unida.ac.id/AGB/article/view/3514>, diakses 16 Mei 2023).
- Nasusastro, H. M., 2012. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.
- Notoatmodjo, 2010. Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta : Renika Cipta.
- Parek, U., 1984. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Peraturan Badan Pangan Nasional, 2022. Beras. Paralegal Id.
- Peraturan Bupati Sleman, 2015. Kriteria Pasar Tradisional. Peraturan Bupati Sleman Nomor 11 Tahun 2015.

Suci Amelia, Andi Nur Imran, Mohammad Anwar Sadat :
**Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Beras di Pasar Tradisional Modern
(Tramo) Kecamatan Turikale Kabupaten Maros**

- Peraturan Presiden Republik Indonesia, 2007. Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007.
- Purwanto, A., 2022. Konsep Dasar Penelitian Kualitatif:Teori Dan Contoh Praktis. Lombok Tengah, Ntb: Pusat Pengembangan Pendidikan Dan Penelitian Indonesia.
- Qothrunnada, K., 2022. Berita Ekonomi Bisnis. *Retrieved From* Detikfinance:<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/D-6093380/Ini-Bedanya-Beras-Premium-Dan-Medium-Di-Pasaran>. Diakses pada tanggal 18 Januari 2023.
- Robbins, Stephen. P., 2003. Perilaku Organisasi. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono, 2009. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, R. Y., & Prihatminingtyas, B., 2019. Kajian Pedagang Pasar Tradisional Dan Pasar *Modern Kota Medan. Prosiding Seminar (P. 757). Medan: Universitas Terbuka.*
- Tim Sindonews, 2021, Desember 08. *Sektor Riil*. Retrieved From Sindonews.Com: <https://ekbis.sindonews.com?Read?622379/34/Harga-Dan-Jenis-Beras-Di-Pasaran-Dari-Yang-Pulen-Hingga-Pera-1638958373?Showpage=All>. Diakses pada tanggal 18 Januari 2023
- Wahyudin, 2018. Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi dan Kualitas Pasar Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Pon Purwokerto. Disertasi (Dipublikasikan). Purwokerto: Fakultas Ekonomi Yogyakarta.
- Widoyoko, Eko Putro, 2014. Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wikipedia, 2019. Demografi Kabupaten Maros. Kabupaten Maros: Wikipedia.