

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada hasil dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Sistem penjualan beras Bulog melalui berbagai metode seperti operasi pasar dan gerakan pasar murah merupakan upaya strategis untuk memastikan ketersediaan pangan dengan harga terjangkau bagi masyarakat, terutama yang berada dalam kondisi ekonomi rendah atau saat terjadi lonjakan harga komoditas pangan di pasar. Melalui berbagai saluran penjualan, seperti agen distribusi, toko-toko ritel, dan pasar rakyat, Bulog dapat menjaga stabilitas harga dan memastikan aksesibilitas pangan bagi seluruh lapisan masyarakat. Selain itu, metode penjualan langsung ini juga memungkinkan Bulog untuk meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak dalam mendistribusikan produk mereka, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar dan memperkuat posisinya dalam memenuhi kebutuhan pangan nasional. Selain itu, prosedur penjualan yang transparan dan terstruktur juga memberikan kepastian dan kenyamanan bagi konsumen serta mendorong terciptanya kepercayaan masyarakat terhadap produk Bulog. Dengan demikian, sistem penjualan langsung beras Bulog tidak hanya berperan dalam menjaga stabilitas harga dan ketersediaan pangan, tetapi juga berkontribusi pada pencapaian tujuan ketahanan pangan yang lebih baik di Indonesia.
2. Faktor sosial ekonomi konsumen beras SPHP Bulog mengungkapkan beragam karakteristik responden. Berdasarkan usia, mayoritas responden merupakan kelompok usia dewasa dengan presentase 36-42%, menunjukkan dominasi dalam penilaian produk. Dalam hal jenis kelamin, perempuan mendominasi dengan 90% dari total responden, yang sesuai dengan kecenderungan perempuan dalam pengambilan keputusan pembelian. Tingkat pendidikan responden didominasi oleh lulusan SLTA, yang cenderung lebih mengetahui kelebihan dan kekurangan produk. Mengenai pendapatan, mayoritas responden memiliki pengeluaran kurang dari 1.000.000 rupiah,

menunjukkan harga produk yang terjangkau bagi kelas menengah. Dalam hal pekerjaan, mayoritas responden adalah pekerja swasta (80%) yang mengindikasikan bahwa beras SPHP Bulog menasar pekerja dengan penghasilan menengah. Selain itu, responden Penelitian ini merupakan suku Melayu Jambi. Kesimpulannya, pemahaman mendalam tentang karakteristik sosial ekonomi konsumen menjadi kunci dalam merancang strategi pemasaran yang efektif untuk produk beras SPHP Bulog.

3. Hasil analisis mengungkapkan bahwa melalui metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA), prioritas perbaikan kinerja aspek-aspek yang memengaruhi kepuasan konsumen beras SPHP Bulog dapat ditentukan. Dalam IPA, diagram kartesius membagi aspek-aspek ke dalam empat kuadran berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan. Kuadran I menyoroti aspek yang penting namun kinerjanya rendah, seperti kebersihan dan harga, yang perlu ditingkatkan. Kuadran II menunjukkan aspek-aspek yang penting dan telah memenuhi kepuasan konsumen, seperti daya tahan simpan, yang harus dipertahankan. Kuadran III menekankan aspek-aspek yang kepuasannya rendah dan pentingnya juga rendah, seperti aroma dan keutuhan butir beras, yang bisa menjadi prioritas rendah. Sedangkan Kuadran IV menandai aspek yang kepuasan konsumennya tinggi namun pentingnya rendah, seperti pelayanan dan penyaluran serta warna, yang harus dipertahankan tetapi tidak memerlukan peningkatan signifikan. Sementara itu, melalui CSI, tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan diukur dengan nilai 0,7767, yang menandakan kepuasan yang cukup memuaskan. Aspek daya tahan simpan beras SPHP Bulog menjadi sorotan dengan skor kepuasan tertinggi, sementara aroma beras SPHP Bulog mendapat skor kepuasan terendah. Lebih lanjut, aspek kebersihan beras menjadi yang paling penting bagi konsumen, sementara warna dianggap kurang penting. Dengan demikian, hasil analisis ini memberikan pandangan mengenai prioritas perbaikan dan kebutuhan konsumen terhadap beras SPHP Bulog,

4. Hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap beras Bulog di Kecamatan Alam Barajo, Kota Jambi. Koefisien regresi dari berbagai variabel sosial ekonomi seperti usia, pendidikan, pendapatan, jumlah anggota keluarga, jumlah pengeluaran rumah tangga, dan pekerjaan ditunjukkan dalam tabel. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pendapatan, jumlah anggota keluarga, jumlah pengeluaran rumah tangga, dan pekerjaan memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen terhadap beras Bulog, yang diindikasikan oleh nilai signifikansi yang rendah ($p < 0,05$). Sedangkan variabel usia dan pendidikan tidak memiliki pengaruh signifikan. Dengan demikian, pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor sosial ekonomi seperti pendapatan, ukuran keluarga, pengeluaran rumah tangga, dan jenis pekerjaan dapat membantu dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan preferensi konsumen terhadap beras Bulog di wilayah tersebut.

5.2 Saran

1. Pihak Perusahaan Umum Bulog diharapkan melakukan perbaikan terhadap atribut-atribut kualitas produk yang kinerjanya kurang baik terutama yang berada pada kuadran I diagram kartesius agar sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat melakukan Penelitian lebih rinci dan detail mengenai pengembangan atribut produk beras SPHP Bulog yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.