

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Beras memegang peranan sentral sebagai makanan pokok utama bagi masyarakat Indonesia. Hampir semua lapisan masyarakat, baik di daerah perkotaan maupun pedesaan, menganggap beras sebagai sumber karbohidrat utama yang dikonsumsi secara rutin. Ketergantungan ini sangat mendalam baik dari segi struktural maupun budaya, menjadikan beras sebagai elemen kunci dalam memperkuat ketahanan pangan negara dan menjaga stabilitas sosial serta ekonomi. Berdasarkan data dari Badan Pangan Nasional (2025), konsumsi beras masih mendominasi pola makan masyarakat Indonesia, menyumbang lebih dari 50% dari kebutuhan energi harian.

Data dari Badan Pangan Nasional (2025) menunjukkan bahwa konsumsi beras di provinsi Kepulauan Riau rata-rata mencapai 79,81 kilogram per kapita per tahun. Angka ini menunjukkan bahwa beras masih menjadi makanan pokok penduduk, sehingga ketersediaan dan keterjangkauan beras menjadi prioritas utama pemerintah. Pemerintah berusaha memastikan ketersediaan beras yang terjangkau bagi masyarakat dengan menunjuk Perum BULOG sebagai lembaga penanggung jawab pengadaan dan distribusi beras di tingkat nasional. Sebagai badan usaha milik negara yang bergerak di bidang logistik, Perum BULOG memainkan peran krusial dalam menjaga kestabilan pasokan dan harga melalui program seperti

Cadangan Beras Pemerintah (CBP) serta Stabilisasi Pasokan dan Harga Pangan (SPHP).



Gambar 1. 1 Beras SPHP

Menurut data dari Badan Pangan Nasional (2025), Realisasi program SPHP menunjukkan bahwa hingga bulan Agustus 2025, jumlah beras SPHP yang telah disebarluaskan di seluruh Indonesia mencapai 239,5 ribu ton, yang setara dengan sekitar 15,9% dari target nasional sebanyak 1,5 juta ton. Meskipun demikian, di tengah peran strategisnya, beras SPHP yang didistribusikan oleh Perum BULOG masih menghadapi berbagai tantangan di pasar, khususnya dalam hal persepsi masyarakat terhadap kualitas produk dan citra merek yang dipasarkan.

Tabel 1. 1 Harga Beras SPHP di Kota Tanjungpinang

Harga/Kg	Harga Eceran Tertinggi (HET) Rp/Kg	Per kemasan (5 Kg)
Rp 11.300	Rp 13.100	Rp 56.500

Sumber: Perum BULOG KC Tanjungpinang (2025)

Berdasarkan data Perum BULOG KC Tanjungpinang (2025) pada tabel 1.1 tersebut, harga beras SPHP sebesar Rp11.300 per kilogram atau Rp56.500 per kemasan 5 kg, relatif lebih rendah dibandingkan Harga Eceran Tertinggi (HET) sebesar Rp13.100 per kilogram. Namun demikian, kondisi ini tidak serta merta

menjadikan beras SPHP sebagai pilihan utama konsumen. Sebagian masyarakat tetap cenderung memilih beras komersial lain meskipun harganya lebih tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa harga bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, melainkan terdapat faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumen.

Tabel 1. 2 Data Penjualan Beras SPHP 2025

No	Kabupaten/Kota	Total Penyaluran Bulan Januari-Juni 2025	Total Penyaluran Bulan Juli-Oktobre 2025
1	Tanjungpinang	371.010	81.225
2	Bintan	168.425	12.810
3	Anambas	128.425	34.090
4	Lingga	122.545	45.565
	Total	790.405	173.690

Sumber: Perum BULOG KC Tanjungpinang (2025)

Berdasarkan pada tabel 1. 2, dapat dilihat bahwa distribusi beras SPHP cenderung menurun pada paruh kedua tahun 2025. Distribusi beras SPHP mengalami penurunan signifikan dari 790.405 kg pada periode Januari hingga Juni 2025 menjadi 173.690 kg pada periode Juli hingga Oktober 2025. Penurunan terbesar terjadi di Kota Tanjungpinang, di mana jumlahnya dari 371.010 kg turun menjadi 81.225 kg dalam periode yang sama. Tren serupa juga terlihat di beberapa kabupaten lain seperti Bintan dan Anambas. Kondisi ini menunjukkan adanya penurunan penyaluran beras SPHP yang cukup signifikan dan menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji lebih lanjut.

Penurunan distribusi beras SPHP tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kebijakan penyaluran pemerintah, ketersediaan stok, kondisi pasar, maupun faktor yang berasal dari konsumen. Oleh karena itu, fenomena penurunan

distribusi tidak dapat langsung diasumsikan hanya disebabkan oleh satu faktor tertentu. Namun demikian, terdapat indikasi bahwa faktor konsumen turut berperan dalam fenomena tersebut. Hal ini terlihat dari adanya masyarakat yang telah mengetahui harga beras SPHP, tetapi tidak melakukan pembelian. Sebagian konsumen beranggapan bahwa terdapat produk beras lain yang memiliki kualitas lebih baik dengan selisih harga yang tidak terlalu jauh dibandingkan beras SPHP. Selain itu, masih terdapat persepsi di masyarakat yang mengaitkan beras yang dipasarkan oleh Perum BULOG dengan beras bantuan pangan atau beras Raskin. Persepsi tersebut berpotensi memengaruhi penilaian konsumen terhadap produk beras yang dijual oleh BULOG, termasuk beras SPHP. Padahal, beras SPHP merupakan program pemerintah yang bertujuan menjaga stabilitas pasokan dan harga pangan serta didistribusikan kepada masyarakat umum dengan standar kualitas tertentu. Adanya persepsi tersebut menunjukkan bahwa citra merek yang melekat pada BULOG dapat memengaruhi minat dan keputusan pembelian konsumen. Dalam perspektif pemasaran, keputusan pembelian merupakan hasil dari proses evaluasi terhadap berbagai alternatif yang dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Dua faktor penting yang sering dikaji dalam konteks ini adalah kualitas produk dan citra merek.

Salah satu faktor yang mendorong keputusan pembelian konsumen dalam membeli beras adalah kualitas produk beras. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk yang unggul menjadi salah satu faktor utama yang mendorong mereka untuk memilih dan melakukan pembelian suatu produk (Kotler & Keller, 2022). Kualitas produk beras SPHP mencakup aspek-aspek seperti kebersihan, warna, aroma, dan

daya tahan. Namun, berdasarkan pengamatan pada survei awal di lapangan menunjukkan bahwa tingkat minat dan pilihan masyarakat untuk membeli beras SPHP masih bervariasi, terutama di daerah seperti Kota Tanjungpinang. Sebagian konsumen di Kota Tanjungpinang masih menilai bahwa terdapat beras komersial lain yang memiliki kualitas fisik lebih baik, meskipun selisih harganya tidak terlalu signifikan. Persepsi ini menyebabkan sebagian konsumen belum menjadikan beras SPHP sebagai pilihan utama. Banyak konsumen lebih memilih beras bermerek komersial karena dianggap memiliki kualitas fisik yang lebih stabil dan citra merek yang lebih menonjol di pasar. Akibatnya, beberapa konsumen memilih untuk beralih ke merek beras lain yang mereka anggap lebih baik.

Berdasarkan hasil pra survei penelitian yang dilakukan pada tanggal 10 Oktober 2025 terhadap 31 responden yang merupakan konsumen beras SPHP di Kota Tanjungpinang, diperoleh persentase persetujuan (setuju dan sangat setuju) terhadap variabel kualitas produk sebesar 67,8%. Hasil ini menunjukkan bahwa, meskipun secara teori kualitas produk merupakan faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, efektivitasnya sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap karakteristik produk. Dengan kata lain, keputusan pembelian tidak hanya bergantung pada harga atau ketersediaan, tetapi juga pada seberapa baik konsumen memandang kualitas beras SPHP yang ditawarkan oleh Perum BULOG sesuai dengan standar dan ekspektasi kualitas mereka. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menguji sejauh mana tingkat kontribusi kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras SPHP.

Penelitian oleh Lestari *et al.* (2025) dan Putri *et al.* (2024) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini memperkuat bahwa aspek-aspek kualitas beras, seperti kebersihan, aroma, ketahanan, dan tekstur, merupakan pertimbangan utama bagi konsumen saat memilih produk ini. Namun, kedua studi tersebut juga menyoroti bahwa persepsi publik terhadap kualitas beras SPHP masih menghadapi hambatan, karena sebagian konsumen menganggap kualitas beras pemerintah inferior dibandingkan produk komersial di pasaran. Perbedaan persepsi ini menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu dieksplorasi lebih lanjut untuk memahami faktor psikologis dan pengalaman konsumen yang membentuk keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan agar analisis tidak hanya didasarkan pada asumsi, tetapi juga didukung oleh data empiris. Berdasarkan pada hal tersebut, peneliti menduga bahwa kualitas produk memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian beras SPHP di Kota Tanjungpinang.

Selain kualitas produk, citra merek juga memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan keputusan pembelian konsumen. Menurut Firmansyah (2019) Citra merek yang kuat dapat membangun kepercayaan dan loyalitas di kalangan konsumen, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam hal beras SPHP, meskipun BULOG diakui sebagai lembaga negara dengan reputasi yang solid dalam hal beras SPHP, sebagian masyarakat masih mengaitkan beras yang didistribusikan oleh Perum BULOG dengan program Raskin, yang berimplikasi terhadap persepsi kualitas produk. Padahal, BULOG telah melakukan *rebranding* dan kini menyediakan beras SPHP

dalam kemasan medium. Persepsi tersebut menjadi tantangan dalam membangun citra merek beras SPHP sebagai produk yang berkualitas dan kompetitif di pasar.

Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan pada tanggal 10 Oktober 2025 terhadap 31 responden yang merupakan pengguna beras SPHP di Kota Tanjungpinang, diperoleh persentase persetujuan (setuju dan sangat setuju) terhadap variabel citra merek sekitar 67%. Hasil ini menunjukkan bahwa, meskipun secara teori citra merek memiliki dampak besar terhadap keputusan pembelian, efektivitasnya sangat bergantung pada pandangan konsumen terhadap reputasi dan kredibilitas merek BULOG sebagai penyedia pangan utama di tingkat nasional. Oleh karena itu, keputusan pembelian tidak hanya ditentukan oleh kualitas fisik produk, tetapi juga sejauh mana masyarakat memandang BULOG sebagai merek yang dapat dipercaya, konsisten, dan memiliki reputasi positif. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menguji secara empiris tingkat kontribusi citra merek dalam meningkatkan keputusan pembelian beras SPHP, serta untuk mengevaluasi apakah pengaruh ini tetap konsisten di antara berbagai kelompok konsumen di Kota Tanjungpinang.

Hasil penelitian oleh Putri *et al.* (2022) menunjukkan bahwa citra merek memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras Anak Daro di Kabupaten Dumai Timur. Temuan ini diperkuat oleh Rahmadaniah (2025), yang menyatakan bahwa citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras. Berdasarkan hasil ini, peneliti menduga bahwa citra merek juga mempengaruhi keputusan pembelian beras SPHP di Kota

Tanjungpinang. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengkaji pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian secara lebih mendalam.

Dalam konteks perilaku konsumen, minat beli merupakan tahapan penting yang menjembatani persepsi konsumen terhadap suatu produk dengan keputusan pembelian yang diambil. Minat beli mencerminkan kecenderungan dan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian setelah melalui proses evaluasi terhadap berbagai alternatif produk. Penelitian dari Puspita & Nugroho (2024) dan Tyassari *et al.* (2022) menemukan bahwa minat beli dapat berperan menjadi variabel *intervening*, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun, pada penelitian tersebut dilakukan pada bisnis yang berbeda, belum menyentuh pada bisnis seperti beras SPHP. Temuan tersebut menunjukkan bahwa minat beli bisa berfungsi sebagai variabel penghubung yang menghubungkan pengaruh kualitas produk dan citra merek pada keputusan pembelian. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya masih terpusat pada keterkaitan langsung antarvariabel, tanpa menganalisis lebih dalam bagaimana minat beli terbentuk dan berperan sebagai mediator dalam dampak kualitas produk serta citra merek terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hal tersebut, menarik untuk meneliti lebih dalam bagaimana hubungan antara kualitas produk dan citra merek dapat memengaruhi keputusan pembelian beras SPHP di Tanjungpinang melalui minat beli.

Berdasarkan fenomena tersebut, dapat ditegaskan bahwa permasalahan empiris dalam penelitian ini terletak pada belum optimalnya preferensi konsumen terhadap beras SPHP, meskipun produk tersebut ditawarkan dengan harga yang

lebih terjangkau. Di sisi lain, secara teoritis masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*), yaitu keterbatasan penelitian yang mengkaji peran minat beli sebagai variabel *intervening*, khususnya pada konteks produk pangan bersubsidi seperti beras SPHP khususnya di Kota Tanjungpinang. Oleh karena itu, penggunaan variabel *intervening* minat beli dalam penelitian ini menjadi relevan untuk menguji bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan citra merek tidak hanya berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian, tetapi juga secara tidak langsung melalui pembentukan minat beli. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Beras SPHP melalui Minat Beli Konsumen Perum BULOG di Kota Tanjungpinang”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, maka dapat ditentukan beberapa masalah yang menjadi dasar penelitian ini, sebagai berikut:

1. Meskipun beras SPHP ditawarkan dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan beras komersial, preferensi konsumen terhadap beras SPHP belum optimal, ditunjukkan dengan kecenderungan sebagian masyarakat memilih beras lain dengan harga yang relatif lebih tinggi.
2. Terjadi penurunan signifikan dalam volume penyaluran beras SPHP di wilayah Kota Tanjungpinang pada tahun 2025. Kondisi tersebut menunjukkan adanya permasalahan yang perlu dikaji lebih lanjut terkait

faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap beras SPHP.

3. Persepsi konsumen terhadap kualitas beras SPHP masih bervariasi, di mana sebagian konsumen menilai kualitas fisik seperti kebersihan, aroma, dan tekstur belum sepenuhnya memenuhi harapan.
4. Citra merek beras SPHP yang dikelola oleh Perum BULOG belum sepenuhnya kuat di benak konsumen, karena masih adanya anggapan bahwa produk tersebut identik dengan beras bantuan pemerintah.
5. Persaingan dengan merek beras komersial yang memiliki citra lebih kuat dan kualitas yang dianggap lebih stabil, sehingga beras SPHP kurang menjadi pilihan utama konsumen.
6. Minat beli konsumen terhadap beras SPHP belum terbentuk secara optimal.

1.3 Pembatasan Masalah

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada aspek-aspek berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian beras SPHP, dengan minat beli konsumen bertindak sebagai variabel *intervening* yang memfasilitasi interaksi antara variabel-variabel tersebut.
2. Objek penelitian difokuskan pada beras SPHP (Stabilisasi Pasokan dan Harga Pangan) yang dikelola oleh Kantor Cabang Tanjungpinang Perum BULOG, tanpa melibatkan produk beras komersial lain di luar program SPHP.

3. Responden penelitian dibatasi pada masyarakat atau konsumen di Kota Tanjungpinang yang telah membeli dan mengonsumsi beras SPHP setidaknya sekali dalam tiga bulan terakhir.
4. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kualitas produk, citra merek, minat beli, dan keputusan pembelian.
5. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2025-2026, disesuaikan dengan kondisi terkini implementasi program SPHP oleh Perum BULOG dan perubahan pola perilaku konsumen terhadap produk beras bersubsidi pemerintah.
6. Penelitian ini tidak membahas faktor-faktor lain secara mendalam, seperti harga, promosi, distribusi, atau kebijakan pemerintah, melainkan lebih menekankan pada persepsi dan perilaku konsumen terhadap produk SPHP.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas, pertanyaan penelitian dalam studi ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras SPHP di Kota Tanjungpinang?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras SPHP di Kota Tanjungpinang?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen terhadap beras SPHP di Kota Tanjungpinang?
4. Apakah citra merek berpengaruh terhadap minat beli konsumen terhadap beras SPHP di Kota Tanjungpinang?

5. Apakah minat beli konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras SPHP di Kota Tanjungpinang?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli beras SPHP di Kota Tanjungpinang?
7. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli beras SPHP di Kota Tanjungpinang?

1.5 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang telah disusun sebelumnya, tujuan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen beras SPHP di Kota Tanjungpinang
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen beras SPHP di Kota Tanjungpinang
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli beras SPHP di Kota Tanjungpinang
4. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap minat beli beras SPHP di Kota Tanjungpinang
5. Untuk mengetahui pengaruh minat beli konsumen terhadap keputusan pembelian beras SPHP di Kota Tanjungpinang
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli beras SPHP di Kota Tanjungpinang
7. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian melalui minat beli beras SPHP di Kota Tanjungpinang

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH). Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan peneliti mengenai dampak kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian melalui peran minat beli konsumen sebagai variabel penghubung, khususnya untuk produk beras SPHP yang dikelola oleh Cabang Tanjungpinang Perum BULOG.

2. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi atau literatur ilmiah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim UMRAH, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen. Penelitian ini juga bertujuan untuk mendorong mahasiswa lain untuk lebih mendalami pengaruh kualitas produk, citra merek, dan minat beli terhadap keputusan pembelian, baik untuk beras SPHP maupun komoditas pangan lainnya.

3. Bagi Perum BULOG KC Tanjungpinang

Studi ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan bagi Kantor Cabang Tanjungpinang Perum BULOG dalam meningkatkan kualitas produk beras SPHP dan citra merek, sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen

terhadap beras SPHP dan terjadinya keputusan pembelian. Selain itu, hasil studi ini diharapkan dapat membantu BULOG dalam merancang strategi pemasaran dan layanan yang lebih efektif untuk menjaga permintaan yang stabil dan membangun loyalitas konsumen terhadap beras SPHP di Kota Tanjungpinang.

1.7 Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan pemahaman terhadap keseluruhan studi, penulis telah merancang kerangka penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini mencakup gambaran umum latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini membahas unsur-unsur dasar yang mendukung penelitian ini, termasuk hubungan dengan masalah yang dihadapi, hasil penelitian sebelumnya, dan hipotesis yang memberikan wawasan terkait dengan studi ini.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini mencakup desain penelitian, definisi operasional, identifikasi variabel dan pengukurannya, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini memaparkan deskripsi hasil analisis atau unit pengamatan, termasuk analisis hasil penelitian dan pembahasan mendalam.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini membahas ringkasan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, beserta rekomendasi yang dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait.

