

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BERAS
ORGANIK DI TOKO PASABARU (*FRESH MARKET*)
PADANG**

SKRIPSI

Oleh

EVI LUTFIANA SA'DIAH

1610221038



Pembimbing I : Dr. Ir. Ifdal, M.Sc

Pembimbing II : Dr. Devi Analia, SP. M.Si

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2021**

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BERAS ORGANIK DI TOKO PASABARU (*FRESH MARKET*) PADANG

Abstrak

Beras organik sebagai beras yang diproduksi dengan mempertimbangkan kesehatan lingkungan, petani dan konsumen sudah semestinya menjadi produk yang harus terus dikembangkan. Pasar beras organik saat ini merupakan pasar yang baru tumbuh di Kota Padang. Dimana usaha yang menjual beras organik masih sedikit, dan konsumen dari beras organik juga tergolong sedikit. Sehingga diperlukan untuk mengenali siapa konsumen yang mau mengkonsumsi beras organik serta bagaimana persepsi konsumen terhadap beras organik. Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui siapa konsumen beras organik di Pasabaru (*Fresh Market*) Padang dan (2) Menganalisis persepsi konsumen terhadap beras organik di Pasabaru (*Fresh Market*) Padang. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability*, yaitu dengan cara *Accidental Sampling*. Data dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif, *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen beras organik di Pasabaru (*Fresh Market*) Padang sebagian besar berjenis kelamin perempuan, berusia 36-45 tahun, dengan jumlah anggota keluarga 4 orang, pendidikan terakhir sarjana, pekerjaan wiraswasta, dan berpendapatan Rp 3.000.000-Rp 4.000.000 per bulan. Hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) menjelaskan atribut yang harus diperbaiki adalah rasa beras dan kemasan beras. Adapun saran yang dapat diberikan yaitu Pasabaru (*Fresh Market*) Padang diharapkan dapat memperbaiki pengemasan beras dan memastikan pemilihan varietas beras organik yang dijual sesuai dengan selera konsumen serta mempertahankan atau meningkatkan atribut yang kinerjanya dinilai sangat baik oleh konsumen.

Kata Kunci: *Beras organik, Konsumen, Persepsi Konsumen*

ANALYSIS OF CONSUMER PERCEPTION OF ORGANIC RICE IN PASABARU STORE (FRESH MARKET) PADANG

Abstrack

Organic rice as rice that is produced by considering environmental health, farmers and consumers should be a product that must continue to be developed. The organic rice market is currently a new market in Padang City. Where businesses that sell organic rice are still small, and consumers of organic rice are also relatively small. So it is necessary to identify who consumers want to consume organic rice and how consumers perceive organic rice. This study aims to (1) determine who consumers of organic rice in Pasabaru (Fresh Market) Padang and (2) to analyze consumer perceptions of organic rice in Pasabaru (Fresh Market), Padang. The method used is a survey method with a sampling technique using techniques non-probability, namely by means of Accidental Sampling. Data were analyzed using descriptive analysis method, Importance Performance Analysis (IPA). The results showed that most of the organic rice consumers in Pasabaru (Fresh Market) Padang were female, aged 36-45 years, with 4 family members, with the latest undergraduate education, self-employed work, and income of IDR 3,000,000-4,000.000/month. The results of the Importance Performance Analysis (IPA) explain that the attributes that must be improved are the taste of rice and rice packaging. As for the suggestions that can be given, namely Pasabaru (Fresh Market) Padang is expected to improve rice packaging and ensure the selection of organic rice varieties sold according to consumer tastes and maintain or improve attributes whose performance is considered very good by consumers.

Keywords: *Organic rice, Consumers, Consumer Perceptions*

