

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan terhadap karakteristik dan persepsi konsumen terhadap beras organik di Pasabaru (*Fresh Market*), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen beras organik di Pasabaru (*Fresh Market*) yaitu berjenis kelamin perempuan, berusia 36 sampai 45 tahun, pendidikan terakhir sarjana, pekerjaan wiraswasta, dengan mayoritas memiliki 4 orang anggota keluarga, pendapatan berkisar antara Rp 3.000.000-Rp 4.000.000, serta sudah mengkonsumsi beras organik lebih dari 12 bulan dengan jumlah pembelian beras organik besar dari 6 kilogram per pembelian.
2. Hasil *importance performance analisis* (IPA) menjelaskan atribut yang dinilai penting namun kinerjanya masih rendah adalah rasa beras dan pengemasan beras. Atribut yang dinilai penting dan memiliki kinerja yang baik adalah kebersihan beras, beras bebas dari penggunaan pestisida, pelayanan ditempat penjualan, ketersediaan beras dan promosi melalui media sosial. Atribut yang dinilai kurang penting dan kinerjanya juga dianggap biasa oleh konsumen adalah warna beras dan harga yang bersaing dengan tempat lain. Atribut yang dianggap konsumen tidak terlalu penting tetapi kinerjanya dinilai baik oleh konsumen adalah aroma beras, kandungan nutrisi beras, ramah lingkungan, kesesuaian harga dengan manfaat, lokasi penjualan mudah diakses dan produsen bersertifikas organik. Mayoritas atribut beras organik di persepsikan baik oleh konsumen akan tetapi untuk atribut rasa beras dan pengemasan beras perlu untuk lebih diperhatikan karena tidak sesuai dengan harapan konsumen sehingga dipersepsikan kurang baik.

### B. Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Pasabaru (*Fresh Market*) diharapkan dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kinerja dari atribut beras organik yang berada pada kuadran B yang dianggap konsumen penting dan kinerjanya yang sudah dinilai baik oleh konsumen.

2. Pasabaru (*Fresh Market*) diharapkan dapat memperbaiki dan lebih memperhatikan atribut pada kuadran A yang dianggap penting bagi konsumen akan tetapi kinerjanya tidak sesuai dengan harapan konsumen, seperti memperbaiki pengemasan beras dengan memperhatikan material kemasan, pemilihan warna kemasan yang menarik dan menambahkan informasi-informasi yang lengkap mengenai beras organik yang dijual dan memastikan pemilihan varietas beras organik yang dijual sesuai dengan selera konsumen.

