



Pengaruh Kualitas Produk Dan Layananan Pada Penjualan Beras Perum Bulog

Abdulloh Suhaimi

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banking School

Email Korespondensi: aabauri08@gmail.com

Article received: 01 November 2025, Review process: 11 November 2025

Article Accepted: 25 Desember 2025, Article published: 06 Januari 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, price, and service quality on rice sales at Perum BULOG in South Jakarta. The increasing competition in the food industry and changing consumer preferences require public institutions such as BULOG to improve product quality and service performance in order to remain competitive in the market. The current phenomenon shows that BULOG rice products still face fluctuating quality perceptions and challenges in distribution services. This research used a quantitative approach with a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 100 BULOG rice consumers using purposive sampling technique. The data were analyzed using Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS software. The results indicate that product quality has a positive and significant effect on sales. Price also significantly affects sales volume, while service quality significantly influences consumer loyalty and purchase decisions. Simultaneously, product quality, price, and service quality have a significant effect on BULOG rice sales. This study provides theoretical implications by strengthening the concept of quality and value in public sector marketing and practical implications for BULOG management in improving product and service strategies.

Keywords: product quality, price, service quality, sales, BULOG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap penjualan beras Perum BULOG di Jakarta Selatan. Persaingan industri pangan yang semakin ketat serta perubahan preferensi konsumen mengharuskan lembaga publik seperti BULOG untuk meningkatkan mutu produk dan layanan agar tetap kompetitif di pasar. Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa produk beras BULOG masih menghadapi persepsi kualitas yang fluktuatif serta tantangan dalam aspek pelayanan distribusi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden konsumen beras BULOG menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. Harga juga berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan, sedangkan kualitas layanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dan keputusan pembelian konsumen. Secara simultan, kualitas produk,

harga, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap penjualan beras BULOG. Penelitian ini memberikan implikasi teoritis dalam penguatan konsep kualitas dan nilai dalam konteks lembaga publik serta implikasi praktis bagi manajemen BULOG dalam merumuskan strategi peningkatan mutu produk dan pelayanan.

Kata kunci: *kualitas produk, harga, kualitas layanan, penjualan, BULOG*

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis pada era globalisasi semakin ketat, termasuk sektor pangan dan kebutuhan pokok. Konsumen kini lebih kritis dalam memilih produk dan tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga kualitas produk serta layanan. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan, termasuk Perum BULOG, untuk meningkatkan daya saing melalui strategi pemasaran yang tepat.

Sebagai BUMN yang berperan menjaga stabilitas pangan nasional, BULOG harus bersaing dengan produsen beras swasta yang menawarkan kualitas kemasan, merek, dan layanan yang lebih bervariasi. Fenomena di lapangan menunjukkan adanya persepsi negatif sebagian masyarakat terhadap beras BULOG, terutama terkait kebersihan, kemasan yang kurang menarik, dan layanan distribusi yang belum optimal. Perubahan perilaku konsumen menuju ritel modern dan platform digital juga menambah tuntutan terhadap kualitas layanan yang cepat dan responsif.

Selain itu, keluhan mengenai kualitas fisik beras (patahan, warna butir tidak seragam) serta ketidakpastian pengiriman pada periode tingginya permintaan semakin memperlihatkan adanya kesenjangan antara harapan dan kualitas aktual. Situasi ini berpotensi memengaruhi kepercayaan konsumen dan menyebabkan fluktuasi penjualan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan keputusan pembelian, namun sebagian besar kajian berfokus pada perusahaan swasta atau ritel modern. Kajian empiris yang secara khusus menganalisis pengaruh kedua variabel tersebut terhadap penjualan pada institusi publik seperti BULOG masih terbatas. Hal ini menunjukkan adanya research gap yang perlu diisi melalui penelitian ini.

Berdasarkan kondisi tersebut, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan utama:

1. Kualitas produk beras BULOG belum konsisten dalam hal kebersihan dan keseragaman butir.
2. Persepsi negatif konsumen terhadap mutu beras BULOG masih ditemukan.
3. Kualitas layanan distribusi belum merata, terutama terkait ketepatan waktu.
4. Informasi produk dan harga belum sepenuhnya jelas.
5. Persaingan dengan merek beras swasta semakin meningkat.

Fluktuasi penjualan yang diduga dipengaruhi oleh kualitas produk dan layanan.

Objek penelitian ini adalah Perum BULOG, khususnya aktivitas pemasaran dan penjualan beras di wilayah Jakarta Selatan. Fokus penelitian mencakup kualitas

produk, harga, kualitas layanan, serta pengaruhnya terhadap penjualan beras BULOG. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif untuk menguji hubungan antarvariabel. untuk mengeksplorasi hubungan sebab-akibat antar variabel. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang dibagikan kepada responden, yang mengisi berdasarkan pengalaman mereka yang sebenarnya.

Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah pelanggan beras SPHP, khususnya para pengecer yang terdaftar di Perum BULOG Kantor Wilayah Jakarta dan berada dalam zona distribusi yang telah ditentukan. Responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu: mereka harus pernah membeli dan mengonsumsi beras SPHP, berdomisili di Jakarta Selatan, serta bersedia mengisi kuesioner secara sukarela. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Mengacu pada Hair et al. (2019), ukuran sampel dalam penelitian ini ditetapkan maksimal sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dan pendistribusian kuesioner dilakukan pada bulan Desember 2025. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini berjumlah 104 orang yang merupakan konsumen beras Perum BULOG di wilayah Jakarta Selatan. Responden dipilih berdasarkan kriteria telah membeli dan mengonsumsi beras BULOG, khususnya beras SPHP. Karakteristik responden mencerminkan variasi usia, jenis kelamin, serta intensitas pembelian, sehingga data yang diperoleh dianggap representatif untuk menggambarkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk, harga, dan kualitas layanan BULOG.

Uji Validitas Konvergen

Table 1 : Outer Loadings Result

Variabel	X1	X2	X3	Y
HG1		0.880		
HG2		0.865		
HG3		0.894		
HG4		0.885		
HG5		0.820		
KP1	0.871			
KP2	0.871			
KP3	0.826			
KP4	0.859			
KP5	0.820			
KP6	0.816			
KP7	0.848			
P1			0.885	

P2			0.875	
P3			0.804	
P4			0.884	
P5			0.862	
P6			0.849	
PJ1				0.837
PJ2				0.853
PJ3				0.922
PJ4				0.907
PJ5				0.913

Sumber: Data olahan aplikasi SmartPLS (2025)

Validitas konvergen dievaluasi melalui nilai outer loading dan Average Variance Extracted (AVE). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai outer loading di atas 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan mampu merepresentasikan konstraknya dengan baik, sehingga layak digunakan dalam analisis selanjutnya.

Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan diuji dengan membandingkan nilai akar kuadrat AVE dengan korelasi antar konstruk. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar dibandingkan korelasi antar konstruk lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki validitas diskriminan yang baik.

Uji Reliabilitas

Table 2 : Reliability & Validity

	Cronbach's	rho_A	Composite Reliability	(AVE)
X1	0.933	0.934	0.946	0.714
X2	0.919	0.925	0.939	0.756
X3	0.930	0.936	0.945	0.740
Y	0.932	0.932	0.949	0.787

Sumber: Data olahan aplikasi SmartPLS (2025)

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan nilai Cronbach's Alpha, rho_A, dan Composite Reliability. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai Cronbach's Alpha dan rho_A di atas 0,70 serta nilai Composite Reliability di atas 0,90. Selain itu, nilai Average Variance Extracted (AVE) pada seluruh variabel juga melebihi batas minimum 0,50. Dengan demikian, seluruh konstruk dinyatakan reliabel dan memiliki konsistensi internal yang baik, sehingga layak digunakan dalam analisis model struktural.

Nilai R-Square

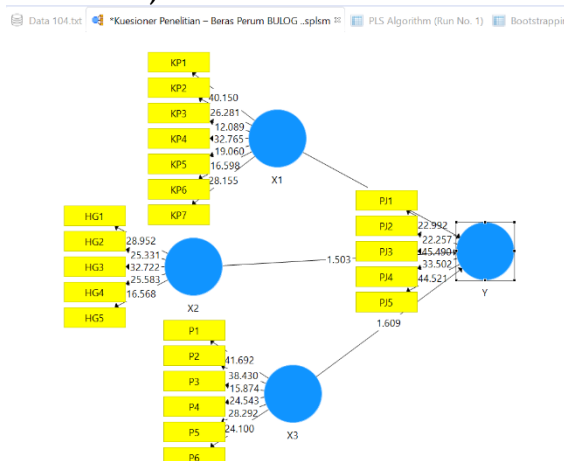
Table 3 : R Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Y	0.707	0.698

Sumber: Data olahan aplikasi SmartPLS (2025)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai R-Square pada variabel penjualan sebesar 0,707 dengan nilai R-Square Adjusted sebesar 0,698. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas layanan mampu menjelaskan 70,7% variasi penjualan beras Perum BULOG, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Mengacu pada kriteria Hair et al., nilai tersebut termasuk dalam kategori kuat, sehingga model struktural memiliki daya jelaskan yang baik.

Uji Hipotesis (Path Coefficient)



Gambar 1 : Path Coefficient Grafik

Table 4 : Path Coefficients

	Original	Sample	Standard	T Statistics	P Values
X1-> Y	0.427	0.460	0.146	2.924	0.004
X2 -> Y	0.230	0.218	0.153	1.503	0.133
X3 -> Y	0.259	0.240	0.161	1.609	0.108

Sumber: Data olahan aplikasi SmartPLS (2025)

Berdasarkan hasil uji bootstrapping menggunakan SmartPLS, diperoleh bahwa kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan beras Perum BULOG dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,427, T-statistic 2,924 (> 1,96), dan P-value 0,004 (< 0,05). Dengan demikian, H1 diterima.

Sementara itu, harga (X2) menunjukkan koefisien jalur sebesar 0,230 dengan T-statistic 1,503 ($< 1,96$) dan P-value 0,133 ($> 0,05$), sehingga dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Oleh karena itu, H2 ditolak.

Selanjutnya, kualitas layanan (X3) memiliki koefisien jalur sebesar 0,259 dengan T-statistic 1,609 ($< 1,96$) dan P-value 0,108 ($> 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan beras Perum BULOG, sehingga H3 ditolak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama yang memengaruhi penjualan beras Perum BULOG. Kesesuaian kualitas fisik beras dengan harapan konsumen meningkatkan persepsi nilai dan mendorong keputusan pembelian, sejalan dengan Customer Value Theory. Sebaliknya, harga dan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Hal ini mengindikasikan bahwa harga beras BULOG dipersepsikan relatif stabil karena kebijakan pemerintah, sementara kualitas layanan yang cenderung seragam belum menjadi pembeda dalam keputusan pembelian.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas produk merupakan strategi paling efektif dalam meningkatkan penjualan beras Perum BULOG di Jakarta Selatan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan beras Perum BULOG di Jakarta Selatan. Temuan ini menunjukkan bahwa kesesuaian kualitas fisik beras dengan harapan konsumen menjadi faktor utama dalam mendorong keputusan pembelian.

Sementara itu, harga dan kualitas layanan tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Hal ini mengindikasikan bahwa harga beras BULOG dipersepsikan relatif stabil karena dipengaruhi kebijakan pemerintah, sedangkan kualitas layanan yang cenderung seragam belum menjadi faktor pembeda dalam meningkatkan penjualan. Secara keseluruhan, model penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas layanan mampu menjelaskan sebagian besar variasi penjualan beras Perum BULOG, dengan kualitas produk sebagai variabel yang paling dominan.

DAFTAR RUJUKAN

- Krismiati, Handayani, S., & Syukur, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Beras Premium Perum BULOG Kantor Cabang Biak. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. Retrieved From <https://Jurnal.Man.Feb.Uncen.Ac.Id/Index.Php/Jmb/Article/View/66>
- Distribusi Beras Bulog Di Kecamatan Samadua Kabupaten Aceh Selatan. (2025). *Agrifo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*. Retrieved From <https://Ojs.Unimal.Ac.Id/Agrifo/Article/View/3000>
- Nurhidayati, S., Makmur, K., & Wijaya, D. (2024). Implementasi Kebijakan Pengadaan Beras Pada Perum BULOG Dalam Mewujudkan Ketahanan

- Pangan Di Kabupaten Sumbawa. Jurnal Kapita Selekta Administrasi Publik. Retrieved From [Https://E-Journalppmunsa.Ac.Id/Index.Php/Ksap/Article/View/1428](https://E-Journalppmunsa.Ac.Id/Index.Php/Ksap/Article/View/1428)
- Alvianti, M. N., Widajanti, E., & Sunarso. (2025). Analisis Manajemen Rantai Pasok Beras Pada Gudang BULOG Di Duyungan Sragen. Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB). Retrieved From [Https://Jurnalistiqomah.Org/Index.Php/Jemb/Article/View/2337](https://Jurnalistiqomah.Org/Index.Php/Jemb/Article/View/2337)
- Laksmi, A. N., & Nurdin, N. (2025). Public Goods Policy Analysis: Case Study Of Rice Import Policy By Perum BULOG In 2023. Jurnal Ad'ministrare. Retrieved From [Https://Journal.Unm.Ac.Id/Index.Php/Administrare/Article/View/2858](https://Journal.Unm.Ac.Id/Index.Php/Administrare/Article/View/2858)
- Puspa Prasiwi, F., & Oetarjo, M. (2024). Global Dynamics Through MSME Purchases Influenced By Price, Quality, And Digital Factors. Academia Open, 9(1). Retrieved From [Https://Acopen.Umsida.Ac.Id/Index.Php/Acopen/Article/View/8171](https://Acopen.Umsida.Ac.Id/Index.Php/Acopen/Article/View/8171)
- Ihzapraja, E., Pratama, M. R. A., Aufa, M. R., & Riorini, S. V. (2022). Peran Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Keadilan Harga Kepada Keterlibatan Pelanggan Dan Kesetiaan Pelanggan. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 6(1). [Https://Doi.Org/10.32493/Jpkpk.V6i1.22891](https://Doi.Org/10.32493/Jpkpk.V6i1.22891)
- Hikmah, N., Mustari, M., Said Ahmad, M. I., Arisah, N., & Purnamasari, W. (2025). Service Quality, Promotions, And Product Prices On Consumer Purchasing Decisions In The Marketplace: The Mediating Role Of Brand Image. Indonesian Journal Of Business And Entrepreneurship Research, 3(1), 63–78. [Https://Doi.Org/10.62794/Ijober.V3i1.7392](https://Doi.Org/10.62794/Ijober.V3i1.7392)
- Sahar, R. (2025). The Influence Of Price, E-Service Quality, And Brand Image On Online Purchasing Decisions. Journal Of Management And Business Insight, 2(2). [Https://Doi.Org/10.12928/Jombi.V2i2.1135](https://Doi.Org/10.12928/Jombi.V2i2.1135)
- Setyowati, A. F., Redjeki, S., & Mugi Hidayanti, D. (2025). The Effect Of Product Quality And Product Price On Purchasing Decisions At Street Bar Coffee Jember. International Journal Of Economics And Management Research, 4(3), 194–202. [Https://Doi.Org/10.55606/Ijemr.V4i3.539](https://Doi.Org/10.55606/Ijemr.V4i3.539)
- Pandiangan, F., & Nisa, P. C. (2024). The Effect Of Product Quality, Service Quality And Price Perception On Customer Satisfaction. Jurnal Ilmu Manajemen, 2555. Retrieved From [Https://Jurnal.Ibik.Ac.Id/Index.Php/Jimkes/Article/View/2555](https://Jurnal.Ibik.Ac.Id/Index.Php/Jimkes/Article/View/2555)
- Product Quality Vs Price Dan Suasana Toko: Apa Yang Memotivasi Niat Beli. (2025). Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB), 2(2). [Https://Doi.Org/10.62017/Jemb.V2i2.2788](https://Doi.Org/10.62017/Jemb.V2i2.2788)
- Tarigan, P. S. (2025). Komunikasi Pemasaran, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal EMT KITA, 9(4), 1310–1316. [Https://Doi.Org/10.35870/Emt.V9i3.5158](https://Doi.Org/10.35870/Emt.V9i3.5158)

- Tarigan, P. S. (2025). Komunikasi Pemasaran, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal EMT KITA, 9(4), 1310-1316. <https://doi.org/10.35870/Emt.V9i3.5158>
- Maddinsyah, A. (2020). Analysis Of Purchasing Decisions Based On Sales Promotion And Service Quality. Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik, 10(1). <https://doi.org/10.26858/Jiap.V10i1.13575>
- Harmein Indra Pohan¹, Satria Bangsawan², Roslina³, (2025) The Influence Of Product Quality, Price, And Service Quality On Purchase Decisions And Customer Satisfaction: A Case Study At Perum Bulog Lampung, Indonesia Volume 7, Issue 2
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality. Journal Of Retailing, 64(1), 12-40.
- Rayuwati, R., Yustisar, M., Gemasih, H., & Eliyin, E. (2022). The Influence Of Price, Store Atmosphere And Food Product Quality On Buying Interest At Tootor Coffee Takengon. International Journal Of Science, Technology & Management, 3(4), 1129-1143. <https://doi.org/10.46729/Ijstm.V3i4.580>
- Jannah, N., & Arifin, A. (2023). The Influence Of Price, Product Quality, And Promotion On Purchase Decisions In E-Commerce Shopee With Trust As A Moderating Variable. Proceeding Of International E-Conference On Management & Small Medium Enterprise, 1(1), 14-29
- ARIF, Muhammad. Product Quality, Influence Of Price And E-Commerce On People's Buying Interest On Umkm. International Proceeding Of Law And Economic, [S.L.], P. 104-111, Aug. 2021.
- Hasibuan, N. Aida, Lubis, J., & Syahputra, R. (2022). The Influence Of Price, Product Quality, And Service On Apparel Purchase Satisfaction At Emi Boutique. International Journal Of Science, Technology & Management, 3(3), 724-732. <https://doi.org/10.46729/Ijstm.V3i3.514>
- Salsabillah, A. R., Bahari K, H. ., & Mustikasari, F. . (2024). Product Quality, Service Quality, Price, And Location Influence Towards Coffee Shop Customer's Satisfaction . Management Studies And Entrepreneurship Journal (MSEJ), 5(1), 1408-1423. <https://doi.org/10.37385/Msej.V5i1.3794>
- Winata, E. (2023). The Effect Of Service Quality, Facilities And Location On Customer Satisfaction: : A Case Study In The Food Industry . International Journal Of Law Policy And Governance, 2(1), 1-2. <https://doi.org/10.54099/Ijlpj.V2i1.546>
- Muliyati, M., & Rahmat Jaya. (2025). Customer Satisfaction As A Mediator Of Service Quality And Perceived Value In Building Customer Trust. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 13(3), 1871-1880. <https://doi.org/10.37641/Jimkes.V13i3.3333>