

KEPUASAN KONSUMEN BERAS SIGER DI PROVINSI LAMPUNG*)

Dyah Aring H. Lestari¹⁾, Hanung Ismono¹⁾, Wuryaningsih D. Sayekti¹⁾

¹⁾Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung

Jln. Prof. Sumantri Brojonegoro no 1 Bandar Lampung

e-mail: dyaharing@yahoo.com, hismono@yahoo.com, sayekti_wur@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen beras siger serta atribut-atribut yang diharapkan konsumen untuk ditingkatkan kinerjanya oleh agroindustri beras siger. Penelitian dilakukan dengan metode survei. Lokasi penelitian ditentukan di Kabupaten Tulang Bawang, Kota Metro, dan Kabupaten Lampung Selatan karena di ketiga daerah tersebut terdapat agroindustri beras siger yang menghasilkan beras siger dengan jenis yang sama (kuning). Responden konsumen berjumlah 74 orang yang diambil dengan teknik *convenience sampling*. Kepuasan konsumen dianalisis dengan *Customer Satisfaction Index* (CSI), sedangkan harapan konsumen terhadap atribut-atribut beras siger dan kinerjanya dengan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Konsumen beras siger merasa puas dengan nilai CSI sebesar 77,12 persen. (2) Tidak ada atribut beras siger yang harus ditingkatkan kinerjanya, akan tetapi terdapat atribut-atribut yang perlu dipertahankan kinerjanya oleh agroindustri beras siger yaitu warna, rasa, aroma, kandungan gizi, tekstur, dan harga.

Kata kunci: atribut beras siger, kepuasan konsumen

ABSTRACT

This study aims to analyze beras siger consumer satisfaction and attributes that consumers expect to be improved by beras siger agroindustry. The research was conducted by survey method. The location of research is determined in Tulang Bawang, Metro, and South Lampung because in those three areas there is beras siger agroindustry which produces yellow beras siger. The size of consumer respondents is 74 people taken with convenience sampling technique. Data were analyzed by CSI and IPA method. The results showed that: (1) Consumer of beras siger was satisfied with the value of CSI of 77.12 percent. (2) There is no attribute of beras siger that should be improved, but there are attributes that need to be maintained by beras siger agroindustry that is color, flavor, fragrance, nutrient content, texture, and price.

Keywords: beras siger attribute, consumer satisfaction

*) Telah dipresentasikan dalam Seminar Nasional dan Rapat Tahunan Dekan BKSPN Barat, pada tanggal 20 Juli 2017 di Pangkal Pinang, Bangka.

PENDAHULUAN

Kementerian Pertanian mencanangkan empat sukses target pertanian, dimana salah satunya adalah peningkatan diversifikasi pangan (Hardono, 2014). Pengertian diversifikasi pangan mencakup konteks produksi, ketersediaan, dan konsumsi pangan. Dalam konteks konsumsi pangan, diversifikasi pangan dimaksudkan bagaimana mewujudkan pola konsumsi pangan masyarakat yang beranekaragam, sehingga kecukupan gizi masyarakat baik secara kuantitas maupun kualitas cukup untuk hidup sehat. Jelas disini bahwa keanekaragaman (diversifikasi) pangan dimaksudkan untuk mencukupi kebutuhan gizi. Dengan konsumsi pangan yang beranekaragam maka pola konsumsi masyarakat tidak tergantung pada satu jenis pangan saja.

Hasil penelitian Ariani (2010) menggunakan data Susenas 2002, 2005, dan 2008 mendapatkan bahwa pola konsumsi pangan pokok masyarakat Indonesia telah bergeser dari pola beragam menjadi pola tunggal yaitu beras. Dari analisis tersebut juga diperoleh bahwa khusus untuk umbi-umbian (ubi kayu, ubi jalar, dan sagu) konsumsinya baru mencapai 16,2 kg/kapita/tahun. Hal ini berarti baru mencapai kurang dari setengah standar PPH yang mencapai 36 kg/kapita/tahun.

Beras siger adalah bahan pangan yang sedang dikembangkan di Provinsi Lampung sebagai alternatif pengganti beras. Beras siger berasal dari ubi kayu yang diolah sehingga berbentuk butiran-butiran seperti beras. Ukuran butiran beras siger dibuat menyerupai ukuran beras pada umumnya, hanya saja beras siger berwarna kuning kecoklatan. Tekstur kepulenan beras siger hampir menyerupai kepulenan nasi. Rasanya pun tidak jauh berbeda dari nasi. Hanya saja saat mengkonsumsi beras siger ada rasa khas ubi kayu yang sedikit tersisa.

Ubi kayu kaya akan karbohidrat, begitu pula dengan beras siger. Kandungan karbohidrat beras siger setara bahkan lebih tinggi dari beras. Cara penyajian beras siger sama seperti nasi yaitu hanya perlu dikukus selama 15-20 menit. Beras siger merupakan produk kering dengan usia simpan yang cukup lama (hingga satu tahun).

Dari sisi produksi, potensi pengembangan beras siger di Provinsi Lampung didukung oleh ketersediaan bahan baku berupa ubi kayu yang melimpah. Provinsi Lampung merupakan provinsi penghasil ubi kayu terbesar di Sumatera (BPS,

2015). Permasalahannya adalah dari sisi konsumsi. Konsumen beras siger masih sangat terbatas (Ariesta *et al* ,2016). Pemasarannya pun belum meluas (Aldhariana *et al*, 2016). Oleh karena itu perlu diketahui bagaimana kepuasan konsumen yang selama ini sudah mengkonsumsi beras siger. Harapannya, bila konsumen puas, maka ia akan menginformasikannya ke pihak lain sehingga beras siger lebih dikenal masyarakat. Atribut-atribut apa saja yang harus diperhatikan oleh agroindustri beras siger agar konsumen puas. Bila agroindustri mengetahui atribut-atribut yang dipentingkan konsumen, maka agroindustri bisa memproduksi beras siger sesuai harapan konsumen.

Kepuasan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya (Kotler, 2002). Secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan produk yang diharapkan konsumen. Konsumen akan merasa puas apabila harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Dengan mengetahui kepuasan konsumen maka dapat mengevaluasi apakah produk tersebut disukai atau tidak oleh konsumen (Sangadji dan Sopiha, 2013).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen beras siger serta atribut-atribut yang diharapkan konsumen untuk ditingkatkan kinerjanya oleh agroindustri beras siger.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Lokasi penelitian ditentukan di Kabupaten Tulang Bawang, Kota Metro, dan Kabupaten Lampung Selatan karena di ketiga daerah tersebut terdapat agroindustri beras siger yang menghasilkan beras siger dengan jenis yang sama (kuning). Karena konsumen beras siger ini masih terbatas, maka pengambilan sampel konsumen dilakukan dengan teknik sampel tak berpeluang (*non-probability sampling technique*) dengan cara *convenience sampling*, yaitu sampel diambil berdasarkan ketersediaan dan kemudahan untuk mendapatkannya (Nazir, 1999). Konsumen beras siger tersebut ditelusuri berdasarkan informasi dari produsen beras siger. Didapatkan konsumen beras siger di Kabupaten Tulang Bawang (Agroindustri TS) sebanyak

30 orang, di Kota Metro (Agroindustri MS) sebanyak 25 orang, dan di Kabupaten Lampung Selatan (Agroindustri SH) sebanyak 19 orang. Oleh karena itu, jumlah responden konsumen keseluruhan adalah 74 orang.

Tingkat kepuasan konsumen beras siger diukur menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode ini digunakan untuk mengukur indeks kepuasan konsumen secara keseluruhan (*index satisfaction*) dari tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Supranto, 2006).

Tahap-tahap pengukuran CSI sebagai berikut :

- a. Menghitung *Weighting Factor* (WF), yaitu mengubah nilai rata-rata kepentingan menjadi angka presentase dari total rata-rata tingkat kinerja seluruh atribut yang diuji.
- b. Menghitung *Weighted Total* (WT), yaitu menjumlahkan WF semua atribut.
- c. Menghitung *Satisfaction Index*, yaitu WT dibagi skala maksimum yang digunakan. Skala maksimum yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5 kemudian dikalikan 100 persen.

Tingkat kepuasan konsumen dilihat dari kriteria tingkat kepuasan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rentang skala dan interpretasi analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Rentang Skala	Interprestasi
0,00-0,20	Sangat tidak puas
0,21-0,40	Tidak puas
0,41-0,60	Cukup puas
0,61-0,80	Puas
0,81-1,00	Sangat puas

Sumber: Supranto, 2006.

Selanjutnya, untuk mengetahui atribut-atribut yang perlu ditingkatkan kinerjanya oleh agroindustri agar kepuasan konsumen meningkat, dilakukan *Importance Perfomance Analysis* (IPA). Atribut kepuasan konsumen terhadap produk beras siger meliputi warna, rasa, aroma, kandungan gizi, tekstur, harga, kemasan, kemudahan memperoleh produk, promosi, dan ukuran kemasan.

Menurut Supranto (2006), kombinasi sumbu X (*performance*) dan sumbu Y (*importance*) akan menghasilkan posisi setiap atribut dalam diagram kartesius. Suatu atribut akan terletak pada satu di antara empat kuadran yang ada. Masing-masing kuadran dalam diagram kartesius menggambarkan keadaan yang berbeda, yaitu kuadran I (prioritas utama), kuadran II (pertahankan prestasi), kuadran III (prioritas rendah) dan kuadran IV (berlebihan).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Oleh karena kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut beras siger diukur dengan skala Likert, maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner. Uji tersebut menggunakan 30 orang responden. Hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner

No	Atribut	Tingkat kepentingan		Tingkat kinerja			
		Nilai r-hitung	Ket.	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai r-hitung	Ket.	Nilai Cronbach's Alpha
1.	Warna	0,332	Valid	0,750	0,539	Valid	0,834
2.	Rasa	0,564	Valid		0,581	Valid	
3.	Aroma	0,604	Valid		0,819	Valid	
4.	Kandungan gizi	0,413	Valid		0,548	Valid	
5.	Tekstur	0,496	Valid		0,677	Valid	
6.	Harga	0,511	Valid		0,678	Valid	
7.	Kemasan	0,380	Valid		0,602	Valid	
8.	Kemudahan memperoleh produk	0,175	Tidak Valid		-0,129	Tidak Valid	
9.	Promosi	0,426	Valid		0,589	Valid	
10.	Ukuran kemasan	0,309	Valid		0,486	Valid	

Pada Tabel 1 terlihat bahwa atribut kemudahan memperoleh produk tidak valid baik untuk tingkat kepentingan maupun tingkat kinerja. Nilai r-hitung yang diperoleh hanya sebesar 0,175 dan -0,129 yang berarti kurang dari 0,2. Namun secara keseluruhan atribut tersebut sudah handal (*reliable*) dikarenakan nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh > 0,7. Kemudahan memperoleh produk tidak valid karena pada umumnya konsumen beras siger berada pada jarak yang tidak

terlalu jauh dari lokasi agroindustri, sehingga konsumen dapat dengan mudah melakukan pembelian beras siger.

Atribut yang tidak valid kemudian dihilangkan dan dilakukan uji validitas dan reliabilitas kembali sehingga kuesioner valid dan reliabel. Selanjutnya, kuesioner dengan sembilan atribut tersebut digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan 74 responden konsumen beras siger.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan mengonsumsi beras siger. Karakteristik responden pada penelitian ini dibedakan berdasarkan umur, jenis kelamin, status, suku, pendidikan, jumlah anggota keluarga, pekerjaan, dan pendapatan.

Sebagian besar konsumen beras siger dari ketiga lokasi agroindustri berada pada kisaran usia 41 – 58 tahun (44,59 persen). Hampir seluruh konsumen beras siger berjenis kelamin perempuan (90,54 persen), sedangkan 9,46 persen berjenis kelamin laki-laki. Seluruh konsumen beras siger berstatus telah menikah dan sebagian besar konsumen (93,24 persen) tersebut bersuku Jawa.

Responden dengan tingkat pendidikan SD memiliki persentase yang lebih besar dibandingkan dengan responden dengan tingkat pendidikan lainnya, yaitu 56,76 persen. Tingkat pendidikan tersebut tergolong rendah. Berdasarkan jumlah anggota keluarga, sebanyak 72,97 persen konsumen memiliki jumlah anggota keluarga berkisar 2-4 orang. Ibu Rumah Tangga (IRT) merupakan jenis pekerjaan yang banyak dimiliki oleh konsumen beras siger (44,60 persen). Selain IRT, sebesar 21,62 persen konsumen beras siger ini adalah petani. Berdasarkan pendapatan, jumlah responden yang memiliki pendapatan sebesar Rp300.000,00 – Rp3.500.000,00 per bulan merupakan persentase terbesar yang melakukan pembelian beras siger (78,38 persen).

2. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Hasil perhitungan CSI konsumen beras siger disajikan pada Tabel 3.

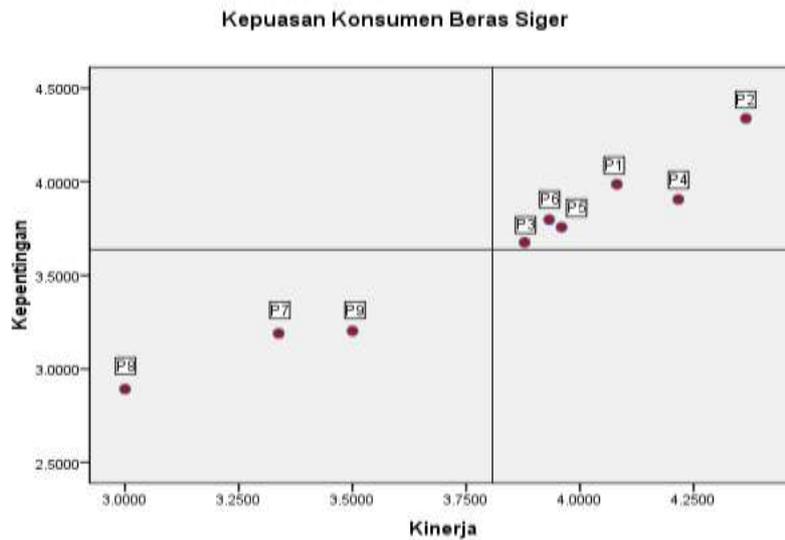
Tabel 3. *Customer Satisfaction Index* (CSI) konsumen beras siger

No	Atribut Produk	Rata-rata Kepentingan (Y)	Importance Weighting Factors	Rata-rata Kinerja (X)	Weighted Score
1	Warna	3.986	0.122	4.081	0.497
2	Rasa	4.338	0.132	4.365	0.578
3	Aroma	3.676	0.112	3.878	0.435
4	Kandungan gizi	3.905	0.119	4.216	0.503
5	Tekstur	3.757	0.115	3.959	0.454
6	Harga	3.797	0.116	3.932	0.456
7	Kemasan	3.189	0.097	3.338	0.325
8	Promosi	2.892	0.088	3.000	0.265
9	Ukuran kemasan	3.203	0.098	3.500	0.342
Total		32.743	1.000	34.270	
Weighted Total Satisfaction Index (%)		CSI = (3,856:5) x 100%			3,856 77,12 %

Tabel 3 menunjukkan bahwa CSI untuk konsumen beras siger adalah 77,12 persen. Hasil tersebut berapa pada rentang skala 61 - 80 persen, yang berarti bahwa kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut beras siger sudah mencapai kriteria puas. Akan tetapi di sisi lain, hal ini juga berarti bahwa agroindustri beras siger masih perlu meningkatkan kinerjanya agar konsumen mencapai kriteria sangat puas. Dari Tabel 3 juga terlihat bahwa *weighted score* terendah adalah untuk atribut promosi, sedangkan atribut yang mempunyai *weighted score* tertinggi yaitu rasa dan selanjutnya kandungan gizi.

3. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Hasil IPA kepuasan konsumen beras siger disajikan pada Gambar 1. Koordinat tengah kuadran mengacu pada grand mean, yaitu rata-rata semua atribut pada bagian *Performance* dan rata-rata semua atribut pada bagian *Importance* (Santoso, 2006).



Gambar 1. Diagram IPA kepuasan konsumen beras siger

Keterangan:

- P₁ : warna
- P₂ : rasa
- P₃ : aroma
- P₄ : kandungan gizi
- P₅ : tekstur
- P₆ : harga
- P₇ : kemasan
- P₈ : promosi
- P₉ : ukuran kemasan

Dari Gambar 1 dapat dirangkum hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) kepuasan konsumen beras siger seperti dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. *Importance Performance Analysis* (IPA) kepuasan konsumen beras siger

	Kuadran			
	I (prioritas utama)	II (pertahankan prestasi)	III (prioritas rendah)	IV (berlebihan)
Atribut-atribut	-	P1, P2, P3, P4, P5, P6	P7, P8, P9	-

Tabel 4 menunjukkan bahwa terdapat beberapa atribut yang berada pada kuadran II dan III, akan tetapi tidak terdapat atribut-atribut di kuadran I dan IV.

Tidak adanya atribut-atribut beras siger di kuadran I berarti bahwa tidak terdapat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen akan tetapi kinerja agroindustri dalam hal tersebut rendah. Oleh karena itu tidak ada atribut yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya. Demikian juga untuk kuadran IV. Tidak adanya atribut-atribut di kuadran IV berarti tidak ada atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen akan tetapi kinerja agroindustri dalam hal tersebut tinggi. Oleh karena itu tidak ada atribut yang dianggap berlebihan.

Kuadran II menggambarkan bahwa suatu atribut dianggap penting oleh konsumen dan kinerja agroindustri sudah memuaskan. Oleh karena itu agroindustri harus mempertahankan prestasinya. Atribut-atribut yang terletak pada kuadran ini meliputi warna, rasa, aroma, kandungan gizi, tekstur, dan harga.

Atribut warna dianggap penting oleh konsumen dan agroindustri sudah memberikan kinerja yang baik dengan menghasilkan beras siger berwarna kuning. Atribut rasa merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi konsumen dalam keputusan pembelian suatu produk. Menurut konsumen, rasa beras siger tidak jauh berbeda dari beras padi. Hanya saja karena berasal dari ubi kayu maka beras siger mempunyai cita rasa yang unik, sehingga saat mengkonsumsi beras siger ada rasa khas ubi kayu yang sedikit tersisa. Terkait dengan rasa, atribut yang juga perlu dipertahankan kinerjanya adalah aroma. Beras siger mempunyai aroma yang khas dibandingkan beras padi dan menggugah selera untuk dikonsumsi.

Atribut selanjutnya adalah kandungan gizi. Beras siger memiliki keunggulan dalam rendahnya indeks glikemik dibanding beras padi, sehingga sangat cocok untuk dikonsumsi oleh penderita diabetes. Atribut harga, menurut konsumen beras siger relatif terjangkau. Selain itu, harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan manfaat yang diperoleh dari mengkonsumsi beras siger meskipun harganya sedikit lebih mahal jika dibandingkan beras padi. Menurut konsumen, beras siger memiliki tekstur yang hampir menyerupai beras padi bahkan lebih kenyal. Hal ini dibuktikan, ketika beras siger dikonsumsi bersamaan dengan lauk pauk yang berkuah maka beras siger tersebut tidak mudah hancur.

Atribut yang terletak pada kuadran III termasuk dalam prioritas rendah, artinya tingkat kepentingan suatu atribut dinilai tidak begitu penting oleh konsumen dan kinerja agroindustri dalam hal tersebut juga tidak terlalu baik. Oleh karena itu, peningkatan atribut pada kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali oleh agroindustri dikarenakan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen sangat kecil. Atribut-atribut yang terletak pada kuadran III meliputi kemasan, promosi, dan ukuran kemasan.

Atribut ukuran kemasan menurut konsumen tidak terlalu penting, selain itu kinerja yang diberikan pihak agroindustri biasa saja. Menurut konsumen, ukuran kemasan dari beras siger tidak terlalu penting, karena konsumen lebih mementingkan atribut rasa. Hal ini serupa dengan atribut kemasan dari produk beras siger yang dianggap tidak terlalu penting bagi konsumen. Atribut selanjutnya adalah promosi. Menurut konsumen, atribut promosi dianggap tidak terlalu penting oleh konsumen dan tingkat kinerjanya tidak terlalu baik. Hal ini disebabkan pada umumnya konsumen sudah mengetahui beras siger dari mulut ke mulut sehingga tanpa adanya promosi konsumen tetap akan mengkonsumsinya. Namun, akan lebih baik jika pihak agroindustri melakukan promosi dengan pemanfaatan media promosi. Hal ini perlu dilakukan agar produk beras siger tidak hanya diketahui dan dikonsumsi oleh konsumen di sekitar agroindustri melainkan juga dapat dikonsumsi oleh konsumen di luar kabupaten ataupun provinsi.

KESIMPULAN

1. Konsumen beras siger berada pada kriteria puas dengan CSI 77,12 persen.
2. Tidak ada atribut beras siger yang harus ditingkatkan kinerjanya, akan tetapi terdapat atribut-atribut yang perlu dipertahankan kinerjanya oleh agroindustri beras siger yaitu warna, rasa, aroma, kandungan gizi, tekstur, dan harga.

DAFTAR PUSTAKA

Aldhariana, S.F., D.A.H Lestari, H. Ismono. 2016. Keragaan Agroindustri Beras Siger (Kasus di Agroindustri Toga Sari Kabupaten Tulang Bawang dan

- Agroinsudtri Mekar Sari Kota Metro. *Jurnal Ilmu-ilmu Agribisnis* Vol.4 No.3. Agustus 2016. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Ariani, M. 2010. Diversifikasi Pangan Pokok Mendukung Swasembada Beras. *Prosiding Pekan Serealia Nasional 2010*. ISBN: 978.979.8940.29.3.
- Ariesta, W., D.A.H Lestari, W.D. Sayekti, H. Ismono. 2016. Perilaku Konsumen dan Strategi Pengembangan Agroindustri Beras Siger Tunas Baru di Kelurahan Pinang Jaya Kemiling Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-ilmu Agribisnis* Vol.4 No.3. Agustus 2016. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- BPS, 2015. Jumlah produksi dan produktivitas ubikayu di Sumatera (2013-2015). BPS Nasional Indonesia.
- Hardono, G.S. 2014. Strategi Pengembangan Diversifikasi Pangan Lokal. Analisis Kebijakan Pertanian. Volume 12 Nomor 1.
- Kotler, P. 2002. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, terjemahan : Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusly, Edisi 9, Jilid 1 dan 2. PT Prenhalindo. Jakarta.
- Nazir, M. 1999. Metode Penelitian. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sangadji dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Santoso, S. 2006. Menggunakan SPSS dan Excel untuk Mengukur Sikap dan Kepuasan Konsumen. PT Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Supranto. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar. PT. Rineka Cipta. Jakarta.

