

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KONSUMSI BERAS
ANALOG DI DESA SUMBERSIH KECAMATAN PANGGUNGREJO
KABUPATEN BLITAR**

*(Analysis of Consumer Satisfaction with Analog Rice Consumers in Sumbersih
Village, Panggungrejo Subdistrict, Blitar Regency)*

**Ara Pristi Mike Devana, Luhur Aditya Prayudhi, Yuhanin Zamrodah,
Jeka Widiatmanta**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Peternakan, Universitas Islam Balitar, Blitar
Email: arapristimikedevana@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak Beras analog merupakan produk diversifikasi pangan dan merupakan produk unggulan di Desa Sumbersih Kecamatan Panggungrejo Kabupaten Blitar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi atribut produk yang dianggap penting bagi konsumen beras analog dan menganalisis tingkat kepuasan konsumen dalam mengonsumsi beras analog di Desa Sumbersih Kecamatan Panggungrejo Kabupaten Blitar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan teknik accidental sampling dan melibatkan responden sebanyak 36 orang. Metode pengumpulan data dilakukan menggunakan metode observasi, wawancara kemudian penyebaran kuesioner. Data dianalisis menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap beras analog di Desa Sumbersih Kecamatan Panggungrejo sebesar 0,83, mengindikasikan tingkat kepuasan yang sangat tinggi karena berada dalam rentang skor 0,81 hingga 1,00. Kemudian pada tingkat kepentingan konsumen beras analog diketahui bahwa atribut aroma memperoleh skor sebesar 3,67, warna sebesar 3,81, rasa sebesar 4,03, label sebesar 4,44, kemasan sebesar 4,61 dan harga sebesar 4,17. Dengan demikian maka konsumen merasa sangat puas dengan produk beras analog dan atribut yang dianggap penting oleh konsumen beras analog adalah kemasan, label, dan harga.

Kata kunci: kepentingan konsumen, kepuasan konsumen, konsumen

ABSTRACT

Analog rice is a product of food diversification and is a superior product in Sumbersih Village, Panggungrejo District, Blitar Regency. The purpose of this study is to identify product attributes considered important by consumers of analog rice and to analyze the level of consumer satisfaction in consuming analog rice in Sumbersih Village, Panggungrejo District, Blitar Regency. The method used in this research is a quantitative descriptive method. The sampling method was conducted using accidental sampling technique and involved 36 respondents. Data collection was carried out using observation, interviews, and questionnaire distribution. Data were analyzed using the Customer Satisfaction Index (CSI) method. The results of this study indicate that the consumer satisfaction level with analog rice in Sumbersih Village, Panggungrejo District is 0.83, indicating a very high level of satisfaction as it falls within the score range of 0.81 to 1.00. Regarding the importance level of analog rice attributes, it was found that the aroma attribute scored 3.67, color 3.81, taste 4.03, label 4.44, packaging 4.61, and price 4.17. Therefore, consumers are very satisfied with the analog rice product, and the attributes considered important by analog rice consumers are packaging, label, and price.

Keywords: consumer importance, consumer satisfaction, consumption

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara agraris, memiliki sektor pertanian yang memegang peranan krusial dalam perekonomiannya. Komoditas pertanian yang dianggap sangat strategis dalam pembangunan nasional adalah komoditas pangan, mengingat peran penting pangan sebagai kebutuhan dasar manusia yang harus dipenuhi secara berkelanjutan (Dini, 2023). Konsumsi beras di Indonesia begitu tinggi sehingga persepsi masyarakat tentang makan termasuk perlu mengonsumsi nasi. Beras, sumber karbohidrat yang paling umum di negara-negara Asia, adalah makanan pokok bagi lebih dari 254,9 juta orang Indonesia (BPS, 2015).

Meskipun demikian, potensi sumber karbohidrat non-beras seperti sagu, aren, ubi kayu, ubi jalar, uwi, gembili, sorgum, dan lainnya masih cukup besar, namun belum dimanfaatkan secara optimal (Subekti, 2018). Salah satu langkah yang diambil pemerintah untuk mengatur pola konsumsi beras adalah dengan memperluas diversifikasi pangan lokal. Tindakan diversifikasi pangan yang berkelanjutan diyakini dapat memperkuat ketersediaan pangan, sehingga menjadi sebuah prioritas penting (Malik, 2016).

Beras analog adalah salah satu contoh keanekaragaman pangan. Padi analog terbentuk dari kombinasi umbi-umbian dan biji-bijian serta memiliki kandungan gizi yang dapat mengungguli padi biasa. Karena produk ini masih tergolong baru, sangat penting untuk memahami tingkat kepuasan konsumen agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat umum (Malik, 2016). Aspek penting dalam menilai keberhasilan suatu produk di mata konsumen adalah kepuasan mereka terhadap kualitas produk dan berbagai atribut yang ada di dalamnya.

Dick et al. mencatat dalam Fitria (2020) bahwa loyalitas pelanggan merupakan aspek penting dalam meraih kesuksesan, tidak hanya dalam waktu dekat tetapi juga dalam mendapatkan keunggulan kompetitif yang tahan lama. Hal ini disebabkan oleh pentingnya strategis loyalitas klien, yang sangat penting bagi organisasi. Memahami dan mengakomodasi pola konsumen yang bervariasi adalah salah satu strategi untuk mempertahankan konsumen. Akibatnya, tujuan utama pemasaran dalam suatu perusahaan adalah untuk mengembangkan strategi dan program pemasaran yang efektif yang memanfaatkan kemungkinan eksternal.

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: Menganalisis kebahagiaan pelanggan setelah makan nasi analog di Desa Summersih, Kecamatan Panggungrejo, Kabupaten Blitar. Mengidentifikasi karakteristik produk utama untuk pembeli beras analog di Desa Summersih, Kecamatan Panggungrejo, Kabupaten Blitar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan strategi deskriptif kuantitatif. Wiwik (2022). Penelitian deskriptif kuantitatif adalah proses menggambarkan, mempelajari, dan menjelaskan apa pun dalam keadaannya saat ini, serta memperoleh kesimpulan statistik dari kejadian yang diamati.

Studi ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dan survei, sedangkan data sekunder dikumpulkan dari jurnal, literatur, buku, makalah penelitian, dan sumber daya berbasis internet yang terkait dengan topik studi yang sedang dipertimbangkan.

Teknik sampel penelitian ini adalah non-probability sampling, khususnya accidental sampling. Metode pengambilan sampel sepenuhnya secara kebetulan. Responden dipilih sebagai sampel penelitian karena mereka bertemu dengan peneliti dan diduga sesuai standar. Ukuran sampel penelitian ini adalah 36 responden.

Pada penelitian ini, kepuasan konsumen terhadap beras analog diperiksa dengan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI). Indeks Kepuasan Pelanggan (CSI) digunakan untuk mengukur tingkat total kepuasan pelanggan dengan menganalisis kinerja dan minat konsumen menggunakan pendekatan terbatas yang hanya memperhitungkan karakteristik yang tidak secara langsung mencerminkan kepuasan pelanggan. Indeks kepuasan pelanggan menghitung kuantitas kepuasan pelanggan dengan menyeimbangkan nilai rata-rata, tingkat kepentingan, dan tingkat kinerja fitur produk (Puji 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tingkat Kepuasan Konsumen

Teknik CSI (*Customer Satisfaction Index*) digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis kepuasan konsumen. CSI digunakan untuk memeriksa kepuasan konsumen

secara keseluruhan dengan memperhitungkan nilai rata-rata tingkat kepuasan pelanggan dan kinerja karakteristik, memungkinkan tingkat kepuasan pelanggan total untuk dihitung. Indeks kebahagiaan pelanggan dapat digunakan untuk menilai apakah pelanggan senang atau tidak puas dengan beras analog.

Hasil perhitungan nilai CSI dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Perhitungan Customer Satisfaction Indeks (CSI).

Atribut	Kepuasan(P) Skala 1-5	Kepentingan(I) Skala 1-5	Skor S=IXP
Aroma	3,81	3,67	13,95
Warna	3,67	3,81	13,95
Rasa	4,03	4,03	16,22
Label	4,58	4,44	20,37
Kemasan	4,44	4,61	20,49
Harga	4,14	4,17	17,25
Total		24,72	102,24

Sumber: Data Peneliti Diolah (2024)

Total CSI dihitung menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel; nilai rata-rata bunga (1) ditambahkan untuk menghasilkan Y, dan produk I dan P pada skor (S) dijumlahkan untuk mendapatkan T. CSI dihitung dengan rumus berikut:

$$\begin{aligned}
 CSI &= \frac{T}{5,Y} \\
 &= \frac{102,24}{5,24.7} \\
 &= 0,83
 \end{aligned}$$

Kriteria kepuasan konsumen :

0,81-1,00 : sangat puas

0,66-0,80 : puas

0,51-0,65 : cukup puas

0,35-0,50 : kurang puas

0,00-0,34 : tidak puas

Menurut temuan perhitungan nilai CSI (Customer Satisfaction Index), indeks kepuasan konsumen untuk beras analog adalah 0,83. Berdasarkan indeks kepuasan pelanggan, itu termasuk dalam kategori sangat puas, dengan skor berkisar antara 0,81 hingga 1,00.

Menurut perhitungan di atas, hipotesis pertama dapat dipilih karena pelanggan puas dengan penggunaan produk beras analog. Beras analog telah memenuhi harapan konsumen akan kualitas produk, oleh karena itu mereka cukup senang. Kepuasan konsumen yang tinggi sering kali mengarah pada loyalitas konsumen yang lebih besar, rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif, dan penjualan yang lebih tinggi untuk produsen.

Menurut Tabel 1, tingkat kepuasan pelanggan tertinggi ada pada atribut label, yang memiliki skor 4,58, menunjukkan bahwa konsumen senang dengan atribut label beras analog. Label untuk beras analog ini memiliki desain yang indah yang akan memikat pelanggan untuk membeli barang beras analog. Menurut Rahina (2015) Label adalah salah satu cara paling efektif bagi UMKM untuk meningkatkan nilai jual produknya. Selain itu, label tersebut berisi berbagai aspek yang saling melengkapi dan dapat memengaruhi kesan pelanggan terhadap suatu produk, seperti warna, bahasa, dan fitur grafis.

Tingkat kepuasan terendah adalah pada skor atribut warna 3,67, menunjukkan bahwa konsumen senang dengan warna beras analog. Hal ini terjadi karena konsumen merasa warna beras analog tampak kurang menarik. Warna yang cenderung pucat menimbulkan keraguan tentang kualitas pada suatu produk. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya aspek visual dalam mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk pangan.

2. Tingkat kepentingan konsumen

Hasil perhitungan tingkat kepentingan konsumen dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 2. Tingkat kepentingan Konsumen

Atribut	Skor kepentingan
Aroma	3,67
Warna	3,81
Rasa	4,03
Label	4,44
Kemasan	4,61
Harga	4,17

Sumber: Data Peneliti Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa atribut aroma memiliki skor sebesar 3,67, warna dengan skor 3,81, rasa dengan skor 4,03, label sebesar 4,44, kemasan sebesar 4,61 serta harga dengan skor 4,17. Dengan demikian maka hipotesis kedua dapat diterima karena pada tingkat kepentingan konsumen label, kemasan dan harga dari produk beras analog memiliki skor paling tinggi.

Berdasarkan grafik di atas, atribut kemasan mendapatkan skor tertinggi 4,61, menunjukkan bahwa pelanggan percaya bahwa kualitas kemasan signifikan pada produk beras analog. Adapun kemasan dari beras analog yakni menggunakan 2 jenis kemasan yakni dengan kemasan standing pouch dan vakum packet, dengan ukuran 250 gram, dan 500 gram. Oleh karena itu keberagaman kemasan yang ditawarkan tersebut menjadikan nilai tambah oleh konsumen. Menurut Rahima (2015), dalam budaya saat ini, pengemasan adalah teknik pemasaran utama dan aspek penting dari identifikasi merek. Selain itu, kemasan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

Selanjutnya label dengan skor 4,44 juga merupakan salah satu atribut yang dianggap penting oleh konsumen. Adapun label pada beras analog memberikan informasi tentang produk seperti bahan atau komposisi, tanggal kadaluarsa, dan cara memasak beras analog. Informasi tersebut membantu konsumen dalam membuat keputusan yang tepat tentang pembelian dan penggunaan produk. Selain memberikan informasi produk beras analog juga memberikan branding pada pemasaran karena desain label pada beras analog yang menarik dapat mencuri perhatian konsumen dan membedakan produk dari pesaing.

Selain label dan kemasan, harga dengan skor 4,17 juga dianggap penting oleh konsumen. Harga beras analog sebesar Rp65.000 per kilogram merupakan salah satu atribut yang dianggap penting oleh konsumen. Penilaian harga ini bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas beras, ketersediaan alternatif, daya beli konsumen, dan persepsi terhadap nilai produk. Harga yang tinggi mungkin mengindikasikan kualitas premium, namun juga dapat menjadi penghalang bagi sebagian konsumen yang memiliki anggaran terbatas. Sehingga, produsen perlu mempertimbangkan strategi harga yang tepat untuk mencapai keseimbangan antara keuntungan dan kepuasan konsumen.

Karakteristik dengan tingkat relevansi terendah adalah wewangian, dengan skor 3,67, menunjukkan bahwa konsumen percaya bahwa atribut aroma sangat penting dalam produk beras analog. Pada tingkat kepentingan ini atribut aroma pada beras analog dirasa cukup penting dibandingkan dengan kemasan maupun label karena kemasan dan label memiliki peran yang signifikan dalam menarik perhatian konsumen di titik penjualan dan memberikan informasi kritis tentang produk. Kemasan yang menarik dan informatif dapat membedakan produk di antara pesaing, menciptakan kesan pertama yang kuat, dan menyampaikan nilai tambah seperti cara penggunaan. Label juga penting dalam membangun kepercayaan konsumen dengan mencantumkan sertifikat, tanggal kedaluwarsa, dan informasi asal produk.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada hasil dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa :

- a) Pendekatan Indeks Kepuasan Pelanggan (CSI) menghasilkan skor 0,83, menunjukkan kepuasan yang tinggi karena berada di antara 0,81 dan 1,00.
- b) Konsumen menilai pengemasan, pelabelan, dan penetapan harga sebagai aspek kunci dari produk beras analog, dengan skor masing-masing 4,61, 4,44, dan 4,17.

2. Saran

- a) Sangat penting untuk meningkatkan tingkat kesenangan dengan mengelola kualitas warna, serta tingkat kepentingannya, khususnya wewangian.
- b) Konsumen menganggap label dan fitur kemasan beras antrazago sangat menyenangkan dan menarik, oleh karena itu manajemen harus menjaga atribut tersebut sekaligus mencantumkan nomor izin perusahaan pada label.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21-30.
- Al Rasyid, H., Mukti, N., & Muhartono, M. 2018. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Beras Siger Di Bandar Lampung.
- Amri, H. Z. et. al. 2020. Penerapan Metode CSI untuk Pengukuran Tingkat Kepuasan Layanan Manajemen. *Jurnal Sistem Cerdas*. 3 (2). 241-252.
- Arfah, Y. 2022. Keputusan Pembelian Produk. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ashari, U. et. al. 2023. Perilaku Konsumen Pada Pembelian Beras Analog Jagung di Kota Gorontalo. *Jurnal Agromix*. 14 (2). 221-233.
- Data BPS (2024, 27 Februari). Rata-rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting, 2007-2023. Diakses Pada tanggal 12 Maret 2024. Dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/OTUwIzE=/rata-rata-konsumsi-per-kapita-seminggu-beberapa-macam-bahan-makanan-penting--2007-2023.html>.
- Hermawan, L. 2015. Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan Atau Menimbulkan Kanibalisme Produk?. *Jurnal Studi Manajemen*. 9(2).
- Irwansyah, R. et. al. 2021. Perilaku Konsumen. Bandung : Widya Bhakti Persada Bandung.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Kuniati, E dkk. 2016. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kue Bayat Bengkulu. Universitas Syah Kuala. Banda Aceh.
- Malik, A. S. 2016. Analisis Preferensi Konsumen Beras Analog Dengan Metode Partial Least Square (PLS) (Studi Kasus di UD Wijaya Food, Srengat, Blitar). Universitas Brawijaya. Malang.
- Marjan L. 2021. Pembuatan Dan Karakterisasi Beras Analog Berindeks Glikemik Rendah Dari Umbi Garut (Maranta Arundinaceae L.) Dan Tepung Mocaf (Modified Cassava Flour) Sebagai Alternatif Pangan Fungsional. Universitas Hsanudin. Makasar.
- Marlius, D. 2017. Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*. 10 (1). 57-66.

- Noviasari, S. et. al. 2017. Karakteristik Fisik, Kimia, dan Sensori Beras Analog Berbasis Bahan Pangan Non Beras. *Artikel Pangan*. 26.(1).1-12.
- Nugrahani, R. 2015. Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm. Imajinasi. *Jurnal Seni*, 9(2), 127-136.
- Nugroho, J. P. 2021. Teori Perilaku Konsumen. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Prasetyo, P. 2023. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Keripik Tempe Umkm Kriteria Q Di Kabupaten Muaro Jambi. Universitas Jambi. Jambi.
- Rahmat. M. 2021. Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Dimensi Kualitas Pelayanan Pada Rumah Makan Ayam Geprek D'ja Lampriet. Universitas Islam Negri Ar-Raniry. Banda Aceh.
- Rahayu. F. et. al. 2021. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Sambal Kemasan Untuk Formulasi Perbaikan Strategi Produk. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Universitas Padjajaran. 15(1). 47-55.
- Ruslim, T. S., & Rahardjo, M. (2016). Identifikasi kepuasan konsumen ditinjau dari segi harga dan kualitas pada restoran abuba steak di Greenville. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 51-65.
- Sari, D. M. 2023. Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Beras Organik di Pasar Modern Kota Jambi. Universitas Jambi. Jambi.
- Septyana, A. R. (2016, 7 Januari). Model Perilaku Konsumen. Diakses pada tanggal 17 Mei 2023, dari <https://septyanaririnalvita.wordpress.com/2016/01/07/model-perilaku-konsumen/>
- Setyowati, Y. 2022. Strategi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus di Home Industry Krupuk Mugi Lestari Dusun Ngampel Desa Gampengrejo Kecamatan Papar Kabupaten Kediri). IAIN Kediri.
- Siregar, H. M. 2018. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Organik (Studi Kasus : Brastagi Supermarket Jl. Cut Mutia, Kota Medan). Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara. Medan.
- Sugiono. 2019. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D", Bandung : Alfabeta Bandung
- Sunyoto, D. et. al. 2022. Perilaku Konsumen. Purbalingga : Eureka Media Aksara.
- Suryani, Tatik. 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Utami, I. W. 2017. Perilaku konsumen. Surakarta: CV Pustaka Bengawa
- Viana, F. N. 2020. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Buah Belimbing Agrowisata Petik Belimbing Karangsari. Universitas Islam Balitar. Blitar.
- Wibowo, F. X. S. et. al. 2018. Analisa kepuasan konsumen terhadap produk catering Di ibu djoko catering. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*. Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid. Jakarta.
- Widodo, S. M. 2018. Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Model Business to Customer. *Jurnal Informatika UPGRI*. 4 (1). 38-45.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83-90.