

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Beras Premium

Beras merupakan makanan pokok sebagian besar penduduk Indonesia. Makanan ini berasal dari tanaman padi yang awal mulanya berbentuk gabah (butiran padi) dan bagian kulitnya sudah dibersihkan dengan cara digiling atau disosoh (Astawan, 2009). Zat makanan yang terkandung dalam beras yaitu protein, lemak, karbohidrat, serat kasar, abu dan vitamin. Selain itu terdapat kandungan mineral pada beras diantaranya kalsium, fosfor, magnesium dan lain sebagainya. Kandungan dari beras ini kaya akan gizi dan menjadi sumber tenaga bagi tubuh manusia karena pangsa gabah dalam konsumsi energi mencapai 38,42 persen (Badan Pusat Statistik, 2019). Umumnya beras memiliki syarat mutu yang harus terpenuhi, syarat tersebut dapat berupa syarat mutu umum dan syarat mutu khusus. Beberapa syarat mutu umum yang harus terpenuhi menurut SNI 6128:2020 yaitu:

1. Bebas dari hama dan penyakit, bau apek, asam dan bau asing lainnya.
2. Bebas dari campuran dedak dan bekatul.
3. Derajat sosoh minimal 95 persen.
4. Kadar air maksimal 14 persen.
5. Bebas dari bahan kimia yang membahayakan dan merugikan, serta aman bagi konsumen yang mengacu pada ketentuan peraturan perundangan, tidak melebihi batas maksimum logam berat, residu pestisida dan kandungan mikotoksin.

Syarat mutu khusus yang telah ditentukan tentunya beras premium yang memiliki kualitas paling tinggi. Karena beras premium merupakan beras dengan mutu terbaik sesuai SNI, ketentuan sebagai berikut :

1. Butir kepala minimal 85 persen. Hal ini menentukan tingkat keutuhan beras setelah proses penggilingan.
2. Butir patah ($>0,25-0,75$ dari ukuran butir beras utuh) maksimal 15 persen. Kandungan butir patah menunjukkan ketidakutuhan beras sehingga beras terlihat seperti hancur.
3. Butir menir($<0,25$ bagian dari butir beras utuh) maksimal 0,50 persen.

4. Butir merah/putih/hitam maksimal 0,50 persen. Hal ini menunjukkan ketidakutuhan beras, seperti terdapat butir merah yang menunjukkan adanya jenis campuran sehingga beras tidak tampak putih.
5. Butir rusak maksimal 0,50 persen. Butir ini merupakan butiran yang rusak akibat proses fisik atau aktivitas hama pengganggu.
6. Butir kapur maksimal 0,50 persen. Butir ini merupakan butir beras berwarna putih seperti kapur dan bertekstur lunak akibat proses fisiologi (Aryunis, 2010).
7. Benda asing (butiran batu kecil, sekam, atau lainnya) maksimal 0,01 persen. Hal ini menunjukkan tingkat pencemaran beras atau tidak bersihnya proses pengolahan beras.
8. Butir gabah maksimal 1 butir/100g. Butiran sekam yang belum terkelupas mengganggu palatabilitas atau rasa pada nasi.

Pengemasan dan penandaan beras menurut standar SNI dikemas dengan kemasan yang kuat, aman *higienis* dan tertutup rapat sehingga tidak menimbulkan terjadinya kerusakan butir beras, beras patah maupun rusak dan penyimpanan beras disimpan pada suhu 18 - 25 derajat celcius. Pelabelan yang sesuai dengan peraturan terdiri dari informasi berupa nama produk, kelas mutu, kandungan gizi, berat dan isi bersih, tanggal/bulan/tahun dan kode produksi. Melalui penerapan standar yang sesuai, konsumen akan merasa yakin terhadap produk yang mereka beli, karena memiliki jaminan keamanan untuk produk tersebut.

2.1.2 Kepuasan Konsumen

Menurut Umar (2005), menjelaskan kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Sedangkan menurut Kotler dan Keller dalam Maramis *et al.* (2018), kepuasan konsumen merupakan sebuah perasaan senang atau kecewa yang timbul pada seseorang setelah membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk yang mereka beli dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan dapat dipengaruhi dari bagaimana kinerja yang diberikan dari produk atau jasa tertentu. Ketika kinerja lebih rendah dari harapannya, pelanggan akan merasa kecewa tetapi sebaliknya ketika kinerja sesuai harapan konsumen atau melampaui harapannya pelanggan akan merasa sangat puas.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Karena ketika konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa pelayanan mereka cenderung akan melakukan pembelian ulang pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari. Hal ini dapat mempengaruhi volume penjualan perusahaan serta dapat meningkatkan keunggulan perusahaan dalam persaingan (Janah & Erpurini, 2022).

Sumarwan (2004) mengemukakan bahwa teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan konsumen terbentuk adalah *the expectancy disconfirmation model*. Menurut teori ini, kepuasan konsumen dirasakan setelah membandingkan antara harapan yang dimiliki konsumen sebelum melakukan pembelian dengan kinerja aktual produk atau layanan setelah pemakaian. Konsumen membentuk harapan berdasarkan pengalaman sebelumnya, umpan balik dari orang lain, serta informasi dari iklan. Sedangkan kinerja yang dirasakan merujuk pada pengalaman nyata konsumen setelah menggunakan produk atau layanan. Kinerja yang dirasakan tersebut kemudian dibandingkan dengan harapan awal mereka.

Proses evaluasi dalam teori ini melibatkan tiga hasil kemungkinan :

1. *Positive Disconfirmation*, hal ini terjadi ketika kinerja aktual melebihi harapannya. Jika ini terjadi, konsumen akan merasa sangat puas.
2. *Simple Confirmation*, hal ini terjadi ketika kinerja aktual sesuai dengan harapan. Jika ini terjadi, artinya produk tersebut tidak memberikan kepuasan dan juga tidak mengecewakan konsumen, sehingga konsumen akan merasa netral terhadap produk tersebut.
3. *Negative Disconfirmation*, hal ini terjadi ketika kinerja aktual di bawah harapan sehingga konsumen merasa kecewa dan menghasilkan ketidakpuasan.

2.1.3 Atribut Produk

Atribut produk merupakan unsur-unsur yang menjadi pembeda pada suatu produk dengan produk lain yang sejenis. Pembeda tersebut dapat berupa karakteristik, ciri, atau elemen yang menjadi bagian dari produk dan umumnya digunakan untuk menggambarkan atau mengenali produk tertentu. Menurut Damardjati & Endang (1995), kualitas beras dapat ditentukan dari beberapa karakteristik atribut, diantaranya berupa sifat fisik dan sifat giling, cita rasa atau

sifat tanak. Selain itu, beberapa atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan terdapat pada penelitian-penelitian sebelumnya yaitu berupa kemasan dan harga. Menurut Nella *et al.* (2019), kemasan dan harga menjadi salah satu faktor penentu konsumen dalam membeli beras. Beberapa atribut-atribut yang menjadi tolak ukur atau pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian beras antara lain:

1. Warna Beras

Warna beras dapat terlihat pada butir beras. Warna biji beras yang bersih, putih, dan mengkilap sering kali dianggap memiliki kualitas yang lebih tinggi (Iqbal & Ashar, 2012). Menurut Selvianti *et al.* (2022), beras dengan derajat sosoh yang tinggi cenderung memiliki warna yang lebih putih mengapur, karena proses pengupasan yang baik dapat menghilangkan kulit ari lebih sempurna dalam membuang kotoran lainnya. Warna pada beras juga dapat berubah saat penyimpanannya kurang baik, meskipun pada awalnya beras yang dibeli memiliki warna yang baik tetapi penyimpanan tidak tepat dapat menyebabkan perubahan warna pada beras dan menimbulkan bau tidak sedap.

2. Butir Patah

Butir patah memiliki ukuran $>0,25-0,75$ dari ukuran butir beras utuh (Badan Standarisasi Nasional, 2021). Butir patah pada beras dapat terjadi selama proses panen, pengeringan dan penyosohan. Nasi dengan banyak butiran patah memungkinkan tidak mengembang dengan baik saat dimasak.

3. Kebersihan

Beras yang bebas dari kotoran, debu dan benda asing merupakan beras dengan kategori bersih. Beras dengan keadaan tersebut akan lebih memudahkan dalam proses pencucian sebelum dimasak. Hal ini juga berpengaruh pada daya simpan beras, karena beras bersih cenderung memiliki umur simpan lebih lama sebab rendah terjadinya teroksidasi lemak dan pertumbuhan hama (Hasan *et al.* 2022).

4. Kepulenan

Beras dengan tingkat kepulenan yang baik setelah diolah menghasilkan nasi dengan tekstur lembut dan tidak terlalu lengket. Hal ini disebabkan karena kadar amilosa yang terkandung didalamnya rendah (sekitar 0-20 persen) sehingga penyerapan air kurang dan menyebabkan nasi kurang berkembang serta hasilnya

lebih lembut (Changi & Padmalia, 2020). Setelah dimasak nasi cenderung akan tetap lembut meskipun sudah dingin. Jumlah air yang digunakan pada saat memasak nasi juga berpengaruh terhadap kepulenan beras, karena jika penambahan air tidak tepat dapat menyebabkan nasi menjadi pera.

5. Aroma

Aroma beras merupakan bau yang dikeluarkan beras. Aroma tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya seperti varietas padi, dan penanganan pasca panen. Bau apek yang timbul pada beras yaitu dipengaruhi oleh lamanya penyimpanan. Karena tinggi kemungkinan beras akan teroksidasi antara senyawa *hexanal* dan lemak yang terkandung pada beras. Bau tersebut dapat teratasi jika derajat sosoh tinggi karena akan menghasilkan beras lebih bersih dan kandungan lemak pada beras berkurang (Kusbiantoro *et al.* 2016).

6. Kemasan

Kemasan adalah tempat atau wadah untuk melindungi produk dari kerusakan fisik, kontaminasi kimia atau mikrobiologis. Melalui pengemasan yang baik, beras dapat terhindar dari kotoran, debu dan hama yang dapat merusak kualitas beras (Natasya *et al.* 2024). Kemasan juga digunakan untuk menyediakan informasi bagi konsumen seperti, tanggal kadaluwarsa, informasi gizi, label SNI, nama merek dan cara penyimpanan serta penyajian.

7. Harga

Harga adalah jumlah uang atau nilai tukar yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Harga beras menunjukkan kualitasnya, ketika harga semakin tinggi kualitas produk akan semakin baik (Lestari & Saidah, 2023). Menurut Kotler & Keller (2016), *dalam Dwijantoro et al.* (2021), yang menjadi indikator dalam ukuran harga adalah:

- 1) Kesesuaian harga dengan kualitas: kualitas produk dengan harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen karena konsumen akan melihat kesesuaian antara harga dengan kualitas yang diberikan dari produk atau jasa tersebut.
- 2) Persaingan harga: perbandingan harga dengan kompetitor harus diperhatikan agar dapat bertahan dalam bersaing.

- 3) Keterjangkauan harga: harga yang telah ditetapkan harus dipertimbangkan sesuai dengan jangkauan konsumen, karena ketika harga yang ditawarkan terjangkau dapat mendorong konsumen dalam melakukan pembelian.

2.1.4 Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pengukuran kepuasan konsumen digunakan untuk mengetahui apa saja yang menjadi evaluasi terhadap atribut yang diperlukan dan diperbaiki serta berapa besar kepuasan konsumen beras premium melalui metode berikut:

1. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Menurut Supranto (2006), *Importance Performance Analysis (IPA)* adalah metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut. Hal ini dilakukan untuk mengukur tingkat kesesuaian antara persepsi konsumen dengan produk atau jasa sehingga diketahui atribut apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan. Terdapat dua jenis analisis dalam IPA, yang pertama yaitu analisis untuk mengetahui kesesuaian pada setiap atribut beras premium. Melalui analisis ini maka dapat diketahui kesenjangan antara kinerja dengan harapan konsumen terhadap atribut tersebut. Kedua yaitu analisis kuadran. Melalui analisis ini dapat diketahui tingkat kesesuaian dari setiap atribut beras dengan harapan konsumen melalui gambar yang terdiri dari empat kuadran. Kuadran tersebut terbagi empat bagian dengan dua buah garis yang berpotongan tegak lurus (tingkat kepentingan), sumbu horizontal (tingkat kinerja) yang disebut dengan diagram kartesius. Melalui gambar diagram kartesius dapat diketahui posisi masing-masing atribut apakah pada prioritas utama (Kuadran A), pertahankan prestasi (Kuadran B), prioritas rendah (Kuadran C), dan berlebihan (Kuadran D).

2. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Menurut Irawan (2002), metode CSI merupakan alat analisis untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa tertentu. Melalui metode ini maka dapat diketahui seberapa jauh kinerja yang dirasakan konsumen dan harapan yang diinginkannya. Tingkat kepuasan tersebut diukur melalui skala likert. Menurut Lerbin & Aritonang, 2005, analisis CSI dimulai dari mencari nilai *Mean Importance Score (MSI)*, *Weight Factor (WF)*, *Mean Satisfaction Score (MSS)*, *Weight Score (WS)*, dan terakhir menghitung nilai CSI.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun/Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Nella Kusmariza, Chezy WM Vermila dan Mahrani (2019) Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Beras di desa Pasar Baru Pangean Kecamatan Pangean Kabupaten Kuantan Singing Provinsi Riau	Hasil perhitungan indeks kepuasan konsumen melalui metode analisis CSI dihasilkan nilai sebesar 74,8% yang berada pada kategori puas. Dan atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen tetapi belum memenuhi keinginannya ada pada atribut harga. Karena konsumen merasa perlunya ada kesesuaian antara harga dan kualitas yang dibeli oleh konsumen. Sedangkan atribut yang perlu dipertahankan yaitu aroma, warna dan rasa yang sudah memenuhi harapan konsumen beras di desa Pasar Baru Pangean.	Metode analisis CSI dan IPA	Menganalisis perilaku konsumen
2	Raihan Humaira Putri, Rizal, Safrida, dan Sofyan (2022) Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Beras Premium BULOG Kota Lhokseumawe Di Kecamatan Banda Sakti	Atribut yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 8 dengan nilai CSI yang diperoleh yaitu sebesar 92,05% yang artinya bahwa beras premium BULOG Kota Lhokseumawe Kecamatan Banda Sakti yaitu memiliki tingkat kepuasan sangat puas. Dengan atribut kebersihan paling penting bagi konsumen yang membeli beras premium dan atribut tekstur beras merupakan atribut yang paling memuaskan bagi konsumen beras premium.	Tingkat kepuasan konsumen beras premium, metode analisis CSI	Analisis IPA
3	Annisa Zahrotun Nafiah, Sri Marwanti, dan Fanny Widadie (2015) Analisis Preferensi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Mutu Beras Di Pasar Legi Surakarta	Terdapat 7 atribut yang diteliti dan atribut yang menjadi prioritas perbaikan mutu adalah atribut warna beras dan kebersihan beras. Dengan persentase tingkat kepuasan sebesar 78,62% yang artinya konsumen merasa puas dengan mutu beras yang berada di Pasar Legi Surakarta.	Metode analisis CSI dan IPA	Analisis preferensi konsumen
4	Sonya Liza Anggraini, Fembriarti Erry Prasmatiwi, dan Indah Nurmayasari (2016) Permintaan Dan Kepuasan Rumah	Penelitian ini memilih responden dari KTW Tunas Baru dan KWT Agung Lestari. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa perbandingan konsumsi beras	Metode analisis CSI dan IPA	Penelitian dilakukan pada beras siger

No	Nama/Tahun/Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
	Tangga Dalam Mengkonsumsi Beras Siger Di Provinsi Lampung	siger lebih banyak dari pada KWT Tunas Baru per bulannya. Hal tersebut disebabkan karena KWT Tunas Baru memiliki alasan dalam mengkonsumsi beras tersebut yaitu karena kesehatan sedangkan KWT Agung Letari memiliki alasan karena kebiasaan. Kepuasan pada beras siger dari kedua KWT tersebut tergolong puas dengan atribut terpenting yaitu harga. Mereka menginginkan harga murah dengan kualitas yang baik. Dan atribut yang perlu dipertahankan dari beras siger yaitu atribut rasa, warna, aroma dan kebersihan sehingga perusahaan harus dapat mempertahankan atribut-atribut tersebut.		
5	Dhea Astria, Agus Yuniawan Isyanto, dan Budi Setia (2024) Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Beras Organic Di CV. Alam Subur Cisayong	Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang menunjukkan tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap beras organik yaitu atribut warna, rasa, keseragaan, daya tahan dan harga. Sedangkan atribut yang paling dipertimbangkan konsumen saat membeli beras organik yaitu atribut kebersihan.	Penelitian konsumen terhadap beras	Analisis chi-square dan analisis multiatribut fishbein
6	Liana Fatma Lestie Pratiwi & Ali Hasyim Al Rosyid (2022) Analisis Preferensi Konsumen Dan Strategi Pengembangan Atribut Produk Beras Di Daerah Istimewa Yogyakarta Pada Masa Pandemic Covid 19	Dari penelitian tersebut terdapat atribut yang dianggap sangat penting oleh konsumen saat membeli beras kemasan yaitu atribut kebersihan dan daya simpan. Sebelum pandemic konsumen lebih tertarik pada atribut kepulenan, berbeda setelah pandemic mereka lebih memilih atribut kebersihan, tempat pembelian dan fasilitas pengiriman. Adapun atribut yang dianggap penting dan perlu dipertahankan yaitu kepulenan, warna, kebersihan, daya tahan, harga dan kemudahan mendapatkan produk.	Metode analisis IPA	Metode analisis multiatribut fishbein

2.3 Pendekatan Masalah

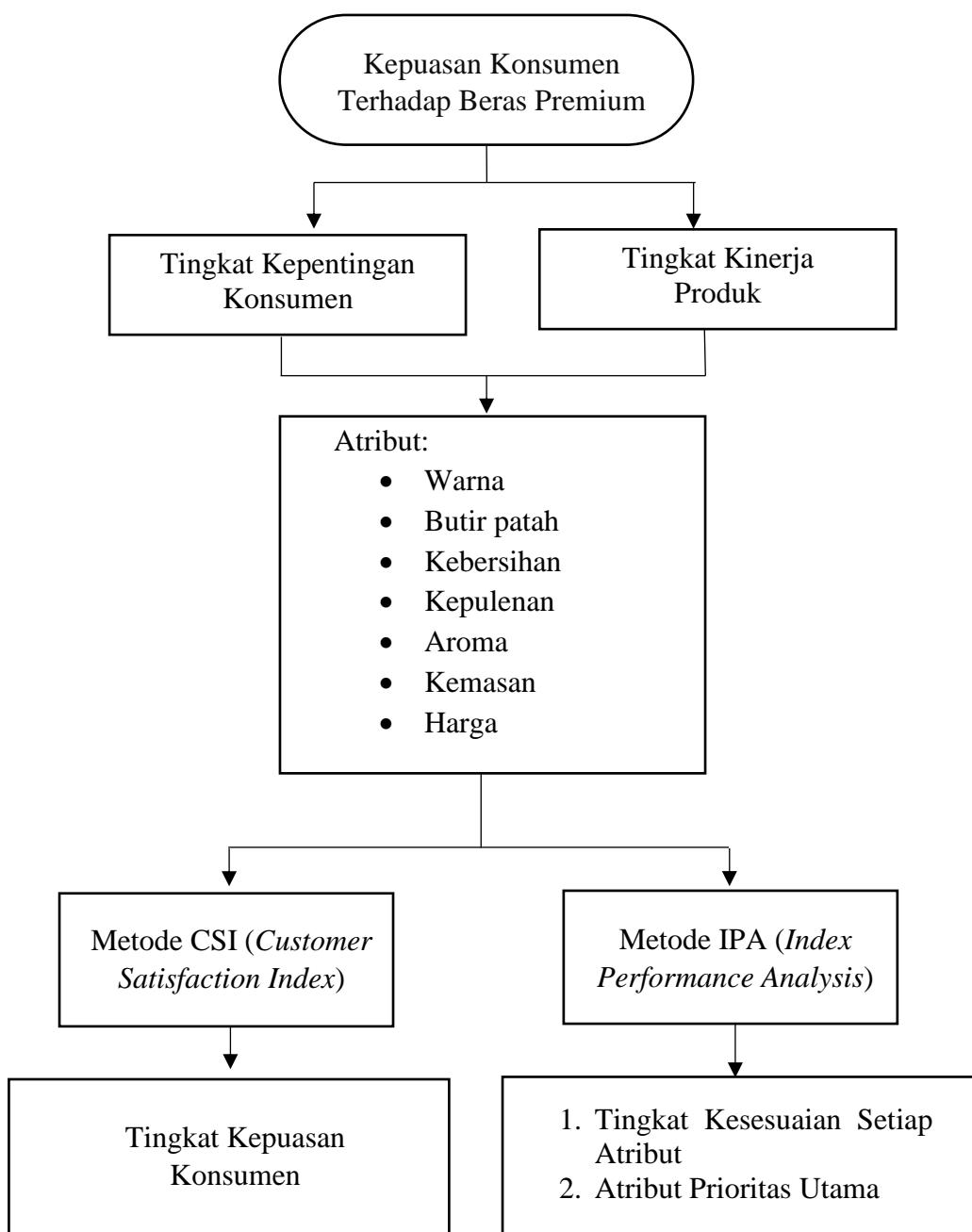
Beras merupakan produk hasil pertanian yang menjadi makanan pokok bagi masyarakat Indonesia. Hampir sebagian besar masyarakat Indonesia mengkonsumsi beras sehingga kebutuhan akan beras terus meningkat. Disertai dengan pertumbuhan penduduk yang cukup pesat, serta pengetahuan dan peningkatan pendapatan masyarakat menyebabkan adanya tuntutan terhadap kualitas beras yang lebih baik. Demikian juga perubahan demografi seperti tingkat pendidikan, tingkat urbanisasi, dan tingkat partisipasi angkatan kerja wanita, seiring dengan kemajuan transportasi dan komunikasi saat ini, yang menyebabkan konsumen menuntut akan kualitas, nilai gizi dan estetika yang lebih baik.

Beras premium merupakan beras dengan kualitas terbaik dibandingkan dengan beras lainnya. Banyaknya merek beras premium yang bervariatif membuat konsumen semakin leluasa untuk memilih produk yang akan dibeli sesuai dengan seleranya. Akan tetapi, di sisi lain hal tersebut menjadi permasalahan bagi produsen beras, karena menyebabkan konsumen mudah untuk berpindah dari satu produk ke produk yang lainnya. Penyebab dari permasalahan tersebut salah satunya disebabkan karena ketidakpuasan konsumen terhadap produk yang mereka beli. Dengan demikian, produsen beras perlu memperkuat daya saingnya dengan berusaha menciptakan daya tarik bagi konsumen.

Kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor untuk dapat lebih unggul di pasaran, karena ketika konsumen merasa puas mereka cenderung akan melakukan pembelian ulang. Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Armstrong (2014), dalam Aprileny *et al.* (2022) adalah perasaan yang timbul saat memutuskan pembelian, apakah senang atau kecewa dengan kinerja yang diberikan produk. Perasaan kecewa timbul ketika kinerja yang diberikan tidak sesuai dengan harapannya, sedangkan perasaan senang timbul ketika kinerja produk sesuai atau melebihi harapannya. Oleh karena itu perlu adanya analisis kepuasan konsumen terhadap beras premium. Kepuasan tersebut dapat dianalisis dengan mengetahui seberapa besar kesenjangan antara tingkat kinerja dari produk dan tingkat kepentingan konsumen.

Sebelum melakukan pembelian, konsumen biasanya memperhatikan dan mempertimbangkan berbagai atribut yang sesuai dengan kebutuhan mereka, dengan tujuan agar mendapatkan kepuasan yang diinginkan. Produsen ataupun distributor beras premium membutuhkan informasi dari konsumen mengenai kepuasan sehingga produsen dapat menyesuaikan produknya dengan keinginan konsumen. Menurut Putri (2018), menyatakan bahwa beberapa pedagang beras cenderung fokus pada pemasaran, tetapi tidak berorientasi pada konsumen dan tidak memandang kepuasan konsumen.

Umumnya atribut-atribut yang melekat pada produk beras dan menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian yaitu seperti atribut warna, butir patah, kebersihan, kepulenan, aroma, kemasan dan harga. Namun tentunya selera konsumen terhadap setiap produk berbeda-beda. Oleh sebab itu dengan melakukan analisis ini dapat diketahui atribut yang menjadi pilihan konsumen ketika membeli beras premium. Menurut Supranto 2006, analisis IPA digunakan untuk mengukur tingkat kesesuaian dari setiap atribut beras premium dan mengetahui atribut prioritas utama. Setelah itu menganalisis seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap produk tersebut melalui metode CSI (Lerbin & Aritonang, 2005). Nilai yang dihasilkan dari metode yang telah dilakukan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk produsen beras premium. Sebagai hasilnya, perusahaan dalam menentukan strategi yang tepat agar produk yang dihasilkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Dari uraian tersebut dapat digambarkan diagram sebagai berikut :



Gambar 1. Pendekatan Masalah