

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kepuasan Konsumen

Dalam Ekonomi mikro terdapat keseimbangan konsumen, yang menjelaskan bagaimana memilih untuk menggunakan sumber daya konsumen yang terbatas untuk memaksimalkan kepuasaan konsumen. terdapat dua pendekatan yaitu ordinal yang menekankan urutan preferensi tanpa perlu mengukur utilitas secara langsung, dan cardinal bergantung pada keyakinan bahwa utilitas dapat dibandingkan dan diukur secara numerik (Matondang, 2024).

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang maupun kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler & Keller, 2009). Selain itu, kepuasan konsumen dapat diartikan juga sebagai tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara yang diterima dengan harapan. Jika kinerja tidak sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan dan sesuai dengan harapan mereka, maka konsumen akan merasa puas (Kurniati dkk., 2016).

Kepuasan konsumen dikatakan juga sebagai tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang diterima dengan harapannya. Pelanggan akan merasa puas dengan nilai yang diberikan dari suatu produk atau jasa, sehingga besar kemungkinan akan menjadi pelanggan tetap dalam waktu yang lama (Umar, 2005). Kunci untuk mempertahankan konsumen adalah kepuasan konsumen. Menurut (Tjiptono, 2016) kepuasan konsumen dari bahasa latin “*Satis*” yang berarti cukup baik, dan “*Factio*” yang berarti melakukan atau membuat. Adapun indikator kepuasan konsumen adalah sebagai berikut (Tjiptono, 2016) :

1. Kesesuaian Harapan : Tingkat kesesuaian antara kinerja produk atau hasil produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang diterima oleh konsumen.
2. *Re-purchase* : Pembelian kembali, konsumen akan melakukan pembelian kembali ketika barang atau jasa yang dianggap sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen.

3. Kesediaan Merekendasikan : Konsumen akan merekomendasikan produk atau jasa yang telah dirasakan kepada orang lain.

2.1.2 Kualitas Produk Beras Premium

Kualitas merupakan suatu ukuran ketika menilai suatu barang atau jasa telah memiliki kualitas apabila mempunyai nilai kegunaan seperti yang dinginkan (Cohen dkk., 2007). Teori dari Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil kinerja yang sesuai bahkan hasil kinerja tersebut melebihi keinginan konsumen. Menurut Siti dkk., (2020) ketika perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dipasar, maka perusahaan tersebut harus memahami dimensi yang digunakan konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan dengan produk pesaingnya.

Kualitas produk adalah gabungan karakteristik produk secara menyeluruh yang dihasilkan dari pemasaran, produksi serta pemeliharaan yang nanti dapat digunakan atau dikonsumsi memenuhi harapan konsumen (Wijaya, 2015). Ketika perusahaan akan mempertahankan keunggulan produknya, perusahaan perlu mengerti aspek indikator yang digunakan konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing.

Beras lokal mempunyai ciri khas yang unggul dengan spesifik seperti aroma wangi, rasa pulen, lebih tahan kekeringan dan salinitas (Hariyati dkk., 2020). Masyarakat Indonesia menjadikan beras sebagai makanan pokok sehari-hari. Berdasarkan Peraturan Badan Pangan Nasional Republik Indonesia Nomor 2 tahun 2023 tentang persyaratan mutu dan label beras bahwa beras dibedakan berdasarkan kelas mutu beras yang terdiri dari beras premium, beras medium, dan beras submedium. Beras kelas premium memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan beras kelas medium, yang memiliki kualitas berada di bawah kelas premium.

Beras premium merupakan beras yang memiliki kualitas terbaik, ditandai dengan derajat sosoh 95 persen dan kadar air maksimal 14 persen (Badan Standarisasi Nasional, 2020) Berdasarkan SNI 6128-2020 tentang syarat mutu beras, beras harus memenuhi syarat umum dan syarat khsusus. Syarat umum beras meliputi bebas dari hama dan penyakit, bebas bau asing, bebas dari campuran dedak

dan bekatul, memiliki derajat sosoh minimal (95%), kadar air maksimal (14%), serta bebas dari bahan kimia yang membahayakan dan merugikan.

Tabel 5. Syarat Khusus Mutu Beras

No	Komponen Mutu	Satuan	Kelas Mutu		
			Premium	Medium 1	Medium 2
1	Butir kepala (min)	(%)	85,00	80,00	75,00
2	Butir patah (maks)	(%)	14,50	18,00	22,00
3	Butir menir (maks)	(%)	0,50	2,00	3,00
4	Butirmerah ^a /putih ^b /hita m ^c (maks)	(%)	0,50	2,00	3,00
5	Butir rusak (maks)	(%)	0,50	2,00	3,00
6	Butir kapur (maks)	(%)	0,50	0,02	3,00
7	Benda asing (maks)	(%)	0,01	0,02	0,03
8	Butir gabah (maks)	(butir/100g)	1,00	2,00	3,00

Berdasarkan syarat khusus mutu beras yang ditetapkan untuk beras premium dikategorikan sebagai beras dengan mutu tertinggi. Beras premium ini memiliki karakteristik fisik dan kualitas yang lebih baik dibandingkan kelas mutu beras lainnya, mutu tinggi tersebut menjadikan beras premium memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

Indikator dari kualitas produk beras premium dapat dilihat dari beberapa atribut meliputi kepulenan nasi, aroma beras, warna beras, kebersihan beras, keutuhan dan keseragaman butir beras, dan daya tahan beras saat disimpan (Rizal dkk., 2022). Selain itu, kemasan yang menarik, keamanan produk dalam kemasan, informasi yang tercantum pada kemasan, dan kenyamanan kemasan menjadi indikator kualitas produk beras premium (Kusuma dkk., 2024). Kenyamanan kemasan mencakup kemudahan membuka, menutup dan menyimpanan produk. Kemasan yang ramah penggunaannya sangat dihargai oleh konsumen karena lebih mudah untuk mengakses dan menyimpan barang (Nurqodri dkk., 2023). Dengan memperhatikan atribut-atribut dari indikator tersebut, produsen beras premium dapat memastikan bahwa produknya memenuhi standar kualitas yang tinggi dan memuaskan konsumen.

Mahendra & Mamilanti (2020) mengungkapkan bahwa konsumen memberikan pandangan positif terhadap beras premium. Pandangan ini terlihat dari beberapa indikator kualitas produk beras premium, seperti kepulenan, warna, aroma, daya tahan, keseragaman butir, dan kebersihan. Berdasarkan karakteristik atau atribut tersbut, sebagian besar konsumen menyatakan kepuasan mereka terhadap beras premium.

Beras merupakan hasil utama yang diperoleh dari proses penggilingan padi. Memilih serta menyimpan beras dengan benar dapat mempengaruhi rasa dan kualitas beras yang dimasak. Beras yang tidak memiliki kualitas yang baik biasanya terjadi saat memilih. Jika kualitas beras yang dimiliki baik, maka akan menghasilkan nasi yang enak dan tidak bau. Di Indonesia beras adalah penyumbang kalori dan protein yang terbesar bagi penduduk, sekitar 52 – (55%) kalori dan 45 – (48%) protein bagi sebagian besar penduduk Indonesia berasal dari nasi (Adriani, 2016).

2.1.3 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Customer satisfaction index (CSI) atau indeks kepuasan pelanggan merupakan kerangka kerja komprehensif yang digunakan untuk mengukur dan menganalisis persepsi pelanggan terhadap suatu produk atau jasa, indeks ini membantu organisasi dalam mengidentifikasi hal-hal yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang ditawarkan (Wardhana, 2021). Dengan demikian, CSI berperan penting dalam meningkatkan daya saing dan kinerja secara berkelanjutan. Menurut Sadika dkk., (2023) metode *Customer Satisfaction Index* adalah sebuah metode yang digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan mempertimbangkan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan atribut-atribut produk.

2.1.4 *Importance Performance Analysis (IPA)*

Importance performance Analysis (IPA) merupakan suatu metode analisis yang disajikan dalam bentuk grafik pada sistem koordinat dua dimensi, yang menampilkan nilai rata-rata kepentingan dan kinerja dari elemen-elemen suatu produk atau layanan. Metode ini membagi elemen-elemen tersebut ke dalam empat kuadaran, yaitu kuadaran prioritas utama, pertahankan kinerja, prioritas rendah, dan berlebihan (Wardhana, 2021). Dengan menggunakan pendekatan ini, perusahaan mampu mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu dipertahankan maupun ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan konsumen secara efektif.

Tingkat kesesuaian pada metode ini merupakan hasil perbandingan skor tingkat kinerja dengan skor tingkat kepentingan, tingkat kesesuaian ini akan menentukan urutan prioritas peningkatan atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Supranto, 2011).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memuat beberapa hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai acuan penulis, mempelajari serta memahami penelitian terdahulu dapat membantu penulis dalam mengembangkan penelitian.

Tabel 6. Penelitian Terdahulu

No	Judul/Penulis/Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Analisis Preferensi dan Kepuasan Konsumen terhadap Atribut Mutu Beras di Pasar Legi Surakarta/Annisa Zahrotun Nafiah, Sri Marwanti, Fanny Widadie/2015	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ciri mutu beras yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen serta tingkat kepentingan terhadap beras yaitu tekstur nasi yang pulen, warna beras yang putih cerah, dan kebersihan beras.	Pengukuran tingkat kepuasan konsumen dilakukan dengan metode CSI (<i>customer satisfaction indeks</i>), menganalisis tingkat kepuasan konsumen.	Peneliti meneliti beras premium.
2	Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Beras Organik PT Lingkar Organik Indonesia Di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta/Salsabila Sifa Riyandani, Ni Made Suyastiri Yani Permai, Indah Widowati/2021	Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada produk beras organik PT. Lingkar Organik Indonesia di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.	Penelitian mengenai salah satu makanan pokok yang selalu di konsumsi masyarakat Indonesia, menggunakan <i>Importance Performance Analysis</i> .	Penelitian dilakukan pada beras organik, sedangkan jenis beras peneliti yaitu beras premium non organik.
3	Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Beras Premium BULOG Kota Lhokseunawe Di Kecamatan Banda Sakti/ Raihan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen umum terhadap beras premium	Pengukuran tingkat kepuasan konsumen dilakukan dengan metode CSI (IPA) untuk	Peneliti menambahkan teknik analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) untuk

No	Judul/Penulis/Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
	Humaira Putri Rizal, Safrida, Sofyan/2022	BULOG Kota Lhokseumawe adalah sangat puas dengan nilai CSI sebesar 92,05% dan tingkat kepuasan konsumen khusus program sembako terhadap beras premium BULOG adalah sangat puas dengan nilai CSI sebesar 95,42%.	(<i>customer satisfaction indeks</i>).	mengukur tingkat kepentingan setiap atribut beras.
4	Tingkat Kepuasan Konsumen Beras Pandanwangi Berdasarkan Bentuk, Originalitas, Merek dan Harga Beras (Studi Kasus di Wilayah Pemasaran Beras Pandanwangi di Kabupaten Cianjur)/M Yahya ahmad, Sherayati Undih Mohammad/2019	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung originalitas dan harga terhadap kepuasan konsumen secara signifikan. Hal tersebut karena konsumen akan merasa puas jika beras pandawangi yang dikonsumsinya adalah beras pandawangi asli karena memiliki aroma khas pandan dan rasa yang enak sehingga konsumen akan merasa puas setelah mengkonsumsi beras pandawangi yang asli.	Penelitian mengenai salah satu makanan pokok yang selalu dikonsumsi masyarakat Indonesia.	Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode CSI (<i>customer satisfaction indeks</i>) dan teknik analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).

No	Judul/Penulis/Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
5	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kue Baytat Bengkulu/Eka Kurniati, Evanila silvia, dan Zulman Efendi/2016	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indeks kepuasan konsumen (<i>Customer Satisfaction Index</i> atau <i>CSI</i>) diperoleh sebesar 0,804 (puas terhadap kinerja kue baytat).	Metode yang digunakan yaitu metode <i>CSI</i> (<i>customer satisfaction indeks</i>) dan teknik <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).	Peneliti melakukan metode survei kepada konsumen beras premium.

2.3 Pendekatan Masalah

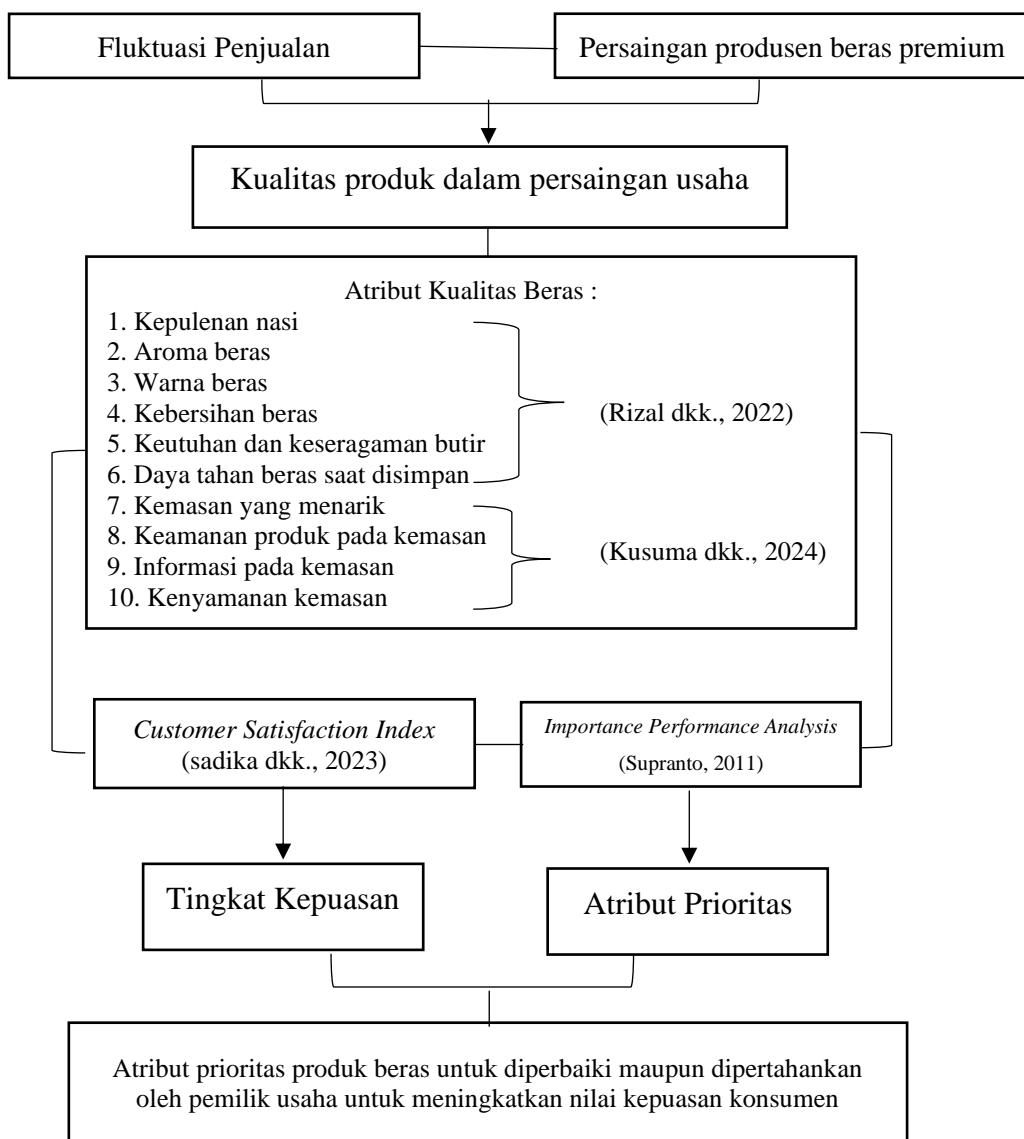
Saat ini banyak bermunculan beras premium dengan berbagai merek yang saling mengunggulkan kualitas produknya, karena konsumen cenderung membeli beras dengan kualitas yang baik sesuai keinginan dan harapan mereka. Loyalitas konsumen terhadap beras premium Singaparna DOC MAL dapat tercipta apabila konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan.

Kualitas produk adalah suatu hal yang harus diperhatikan karena kualitas produk dapat menentukan permintaan produk. Apabila kualitas beras premium yang dijual memiliki kualitas yang bagus maka akan meningkatkan permintaan dan minat konsumen karena kualitasnya sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Tjiptono (2012) kualitas produk merupakan gambaran langsung dari suatu produk seperti kinerja, keandalan, mudah dalam penggunaan, estetika dan lainnya. Adapun indikator atribut beras premium menurut Rizal dkk., (2022) dan Kusuma dkk., (2024) yaitu kepulenan nasi, aroma beras, warna beras, kebersihan beras, keutuhan dan keseragaman butir beras, daya tahan beras saat disimpan, kemasan yang menarik, kemanan produk pada kemasan, informasi produk pada kemasan, dan kenyamanan kemasan.

Memenuhi kebutuhan konsumen terhadap beras sebagai makanan pokok, pemilik usaha ini harus memastikan bahwa kualitas beras yang dihasilkan sesuai dengan harapan konsumen. Penjualan beras premium tercatat lebih tinggi dibandingkan dengan beras medium, yaitu mencapai ± 3 ton perminggu atau sekitar

± 11 ton perbulan. Namun, penjualan beras premium ini mengalami fluktuasi setiap bulannya.

Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas beras premium DOC MAL dilakukan agar usaha ini dapat terus meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk. Tingkat kepuasaan konsumen menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu produk, khususnya dalam memenuhi harapan dan kepentingan konsumen. dalam penelitian ini, alat analisis yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengukur tingkat kepuasan secara keseluruhan, serta *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengidentifikasi atribut-atribut produk yang menjadi prioritas perbaikan.



Gambar 1. Pendekatan Masalah