

**PERFORMANSI KUALITAS ATRIBUT BERAS ORGANIK
DAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN BERAS
ORGANIK DI KABUPATEN SRAGEN**
**Quality Performance and Satisfaction Level of Consument on Organic Rice
in Sragen District**

Oleh

Nilia Swastika, Tri Yanto dan Anny Hartati
Fakultas Pertanian Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto

Alamat korepondensi: Nila Swastika (Swastika.nila@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk menentukan kualitas beras organik berdasarkan kepuasan konsumen beras organik di Kabupaten Sragen. Penelitian dilakukan melalui identifikasi tingkat kepentingan atribut beras organik, tingkat kesesuaian dan kesenjangan atribut mutu beras organik, kepuasan konsumen beras organik terhadap atribut mutu beras organik, prioritas perbaikan atribut mutu beras organik. Atribut mutu beras organik yang digunakan sebanyak 10 dan dianalisis dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Important And Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata nilai kepentingan atribut beras organik adalah 3,53 dan Atribut mutu beras organik yang dianggap tidak penting adalah harga (2,30) dan kemasan (2,60). Hasil analisis CSI didapatkan nilai 61,6% menunjukkan bahwa konsumen beras organik di Kabupaten Sragen cukup puas dan berdasarkan diagram IPA diketahui bahwa kinerja atribut produk beras organik yang dihasilkan oleh pertanian organik di Kabupaten Sragen masih perlu diperbaiki, terutama pada atribut warna, kebersihan, sertifikat organik dan kesesuaian label.

Kata kunci: atribut mutu, beras organik, *Customer Satisfaction Indeks* (CSI), *Important And Performance Analysis* (IPA)

ABSTRACT

The research objectives of this study to determine the quality of organic rice by consumer satisfaction on organic rice in Sragen. The study was conducted by identifying the importance of the organic rice attribute, the level of suitability and gap in quality attributes of organic rice, organic rice consumer satisfaction of the organic rice quality attributes, improvement priority of organic rice quality attributes. Organic rice quality attributes used were 10 and they were analyzed by the method of Customer Satisfaction Index (CSI) and Important And Performance Analysis (IPA). The results showed that the average value of the attribute of interest was 3.53 and organic rice quality attributes considered to be unimportant were the price (2.30) and packaging (2,60). CSI analysis results showed that the value of 61.6 % of the consumers of organic rice in Sragen were rather satisfied and the diagram based on IPA were known that the attribute performance of organic rice products produced by organic farming in Sragen still needed to improve, especially on the color attributes, cleanliness, organic certificates and suitability of organic labels.

Key words: quality attribute, organic rice, Customer Satisfaction Indeks (CSI), Important And Performance Analysis (IPA)

PENDAHULUAN

Kabupaten Sragen mulai mengembangkan beras organik mulai tahun 2001 dengan total produksi beras organik Kabupaten Sragen pada tahun 2012 adalah 77.913,00 ton. Daerah potensial pengembangan beras organik berada di

Kecamatan Sambirejo dengan total produksi 11.197 ton (BPP Pertanian Kabupaten Sragen, 2013).

Desa Sukorejo selain sebagai penghasil total produksi tinggi juga merupakan salah satu desa yang konsisten dalam menerapkan pertanian organik.

Kelebihan ini menjadikan Desa Sukorejo sebagai daerah pengembangan dan pelatihan tingkat propinsi. Petani organik Desa Sukorejo secara mandiri dapat kemandirian para petani dalam menghasilkan pupuk organik dan pestisida organik (Nurana, 2012).

Pranasari (2004) mengungkapkan bahwa pemasaran produk organik di dalam negeri sampai saat ini hanya berdasarkan kepercayaan kedua belah pihak, yaitu konsumen dan produsen. Konsekuensi yang belum diketahui para produsen beras organik untuk menyediakan beras organik berkualitas membuat produsen cenderung acuh terhadap keinginan para konsumen. Belum adanya ketetapan standar kualitas produk organik di Indonesia membuat produsen dan konsumen ragu terhadap kualitas dari produk organik yang diproduksi maupun dikonsumsi.

Heizer dan Render (2004) menyatakan, kualitas produk dapat dilihat dari sisi konsumen dan sisi produsen. Indranata (2008) mengatakan bahwa pengukuran performansi kualitas dapat dilakukan pada tingkat proses dengan identifikasi langkah atau aktivitas dalam proses dalam rangka memperoleh produk yang diinginkan dan pengukuran pada tingkat outcome yang mengukur bagaimana suatu produk memenuhi kebutuhan ekspektasi konsumen.

Produsen perlu mengetahui atribut yang diinginkan konsumen. Pada produk beras atribut intrinsik yang dimaksud adalah rasa, kepulenan, dan aroma. Atribut-atribut tersebut merupakan ungkapan perasaan selera pribadi, sehingga sulit diukur. Atribut-atribut tersebut tidak dimasukkan dalam *grade* beras. Pada proses pemasaran beras ada beberapa atribut mutu ekstrinsik yang telah berkembang seperti merek, kemasan, label (informasi), serta sertifikasi keaslian varietas beras dan sistem budidaya padi (Jufri, 2006).

Kepuasan pelanggan menurut Supranto (2011) merupakan fokus dari proses manajemen berorientasi pada konsumen, bahkan dinyatakan pula bahwa kepuasan pelanggan adalah kualitas. Begitu juga definisi singkat tentang kualitas yang dinyatakan oleh Tjiptono (2006), bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan.

Customer Satisfaction Index merupakan alat yang digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas jasa yang diukur. Supranto (2011) mengatakan *Important Performance Analysis* (IPA) merupakan dasar bagi manajemen dalam pengambilan keputusan tentang tindakan apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki kinerja perusahaan

demikian meningkatkan kepuasan pelanggan. Melalui kedua analisis tersebut maka perusahaan dapat memperbaiki mutu produk mereka berdasarkan prioritas.

Tujuan penelitian ini adalah untuk: mengetahui nilai kepentingan atribut beras organik, tingkat kesesuaian dan kesenjangan atribut beras organik; nilai kepuasan konsumen terhadap atribut mutu beras organik, dan prioritas perbaikan atribut beras organik.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Sragen, pada bulan September-Desember 2012. Pemilihan tempat dilakukan secara *purposive sampling*.

Penentuan responden dilakukan secara *Aksidental Sampling* sebanyak 30 orang. Konsumen yang dijadikan responden merupakan konsumen yang membeli beras organik untuk dikonsumsi sendiri dan sudah membeli beras organik di PB. Padi Mulya minimal 3 kali.

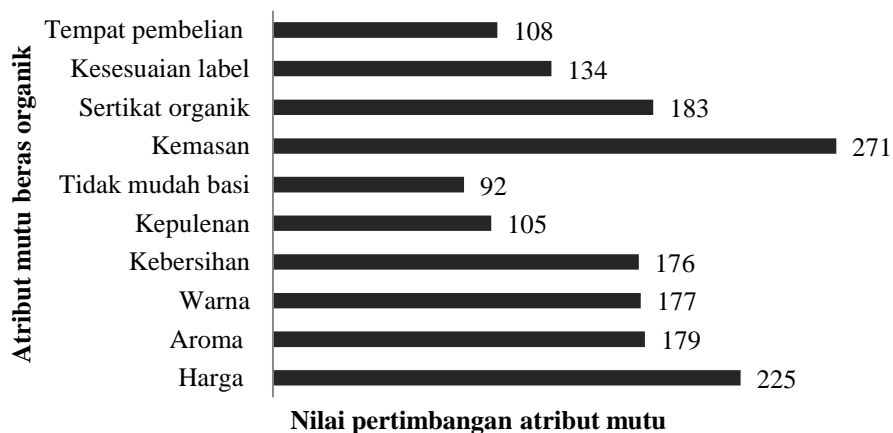
Analisis data yang digunakan, yaitu:

1. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengukur kepuasan konsumen beras organik terhadap atribut mutu beras organik.
2. Metode *Important Performance Analysis* (IPA) untuk menentukan prioritas perbaikan atribut-atribut mutu beras organik.

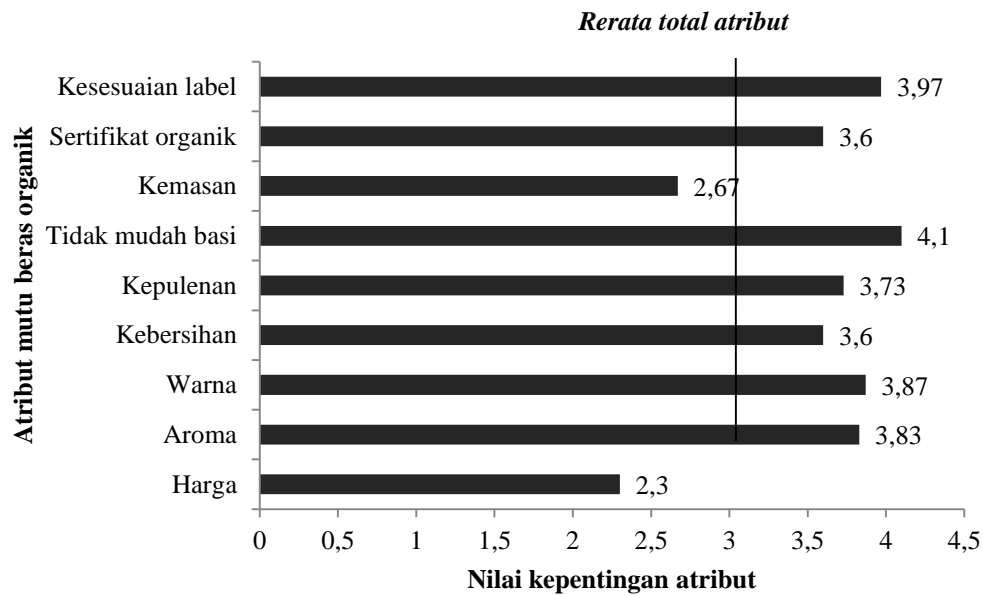
HASIL DAN PEMBAHASAN

Nilai Kepentingan Atribut Beras Organik

Para produsen hendaknya lebih memperhatikan kepentingan atribut, dengan mengukur bobot atribut. Kotler (2002) mengatakan bahwa pasar dari suatu produk dapat disegmentasikan menurut atribut-atribut yang menonjol bagi kelompok konsumen yang berbeda. Adapun secara rinci nilai pertimbangan konsumen beras organik dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Nilai pertimbangan kepentingan atribut beras organik oleh konsumen.



Gambar 2. Nilai kepentingan atribut beras organik.

Harga dan kemasan merupakan atribut yang mempunyai nilai pertimbangan paling tinggi diantara atribut mutu lainnya, sehingga dapat dikatakan bahwa responden tidak terlalu mempertimbangkan harga dan kemasan dalam pembelian beras organik. Berdasarkan skor nilai kepentingan atribut yang diberikan oleh konsumen melalui kuesioner dapat ditentukan nilai atribut mutu yang penting yaitu yang mempunyai nilai rata-rata lebih besar atau sama dengan nilai rata-rata keseluruhan (total) semua atribut. lebih lanjut dapat dilihat pada Gambar 2.

Dua atribut ekstrinsik (harga dan kemasan) berada di bawah nilai rata-rata total atribut. Hal tersebut membuktikan bahwa kedua atribut tersebut adalah hal yang tidak menjadi pertimbangan utama atau tidak mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli beras organik Kabupaten Sragen.

Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler, 2002). Sunarto (2006) mengatakan bahwa, konsumen yang rasional akan berusaha untuk memaksimalkan kepuasannya pada tingkat pendapatan yang dimilikinya.

Simamora (2004) mengatakan para konsumen akan berusaha memaksimalkan kepuasannya selama kemampuan finansialnya memungkinkan, hal ini apabila diasumsikan anggaran pengeluaran selalu sama dengan pendapatan konsumen. Sumarwan (2004), selanjutnya mengatakan bahwa anggaran yang terbatas dan harga produk yang tertentu, membuat seorang konsumen harus mengalokasikan

anggarannya agar memperoleh kepuasan maksimum

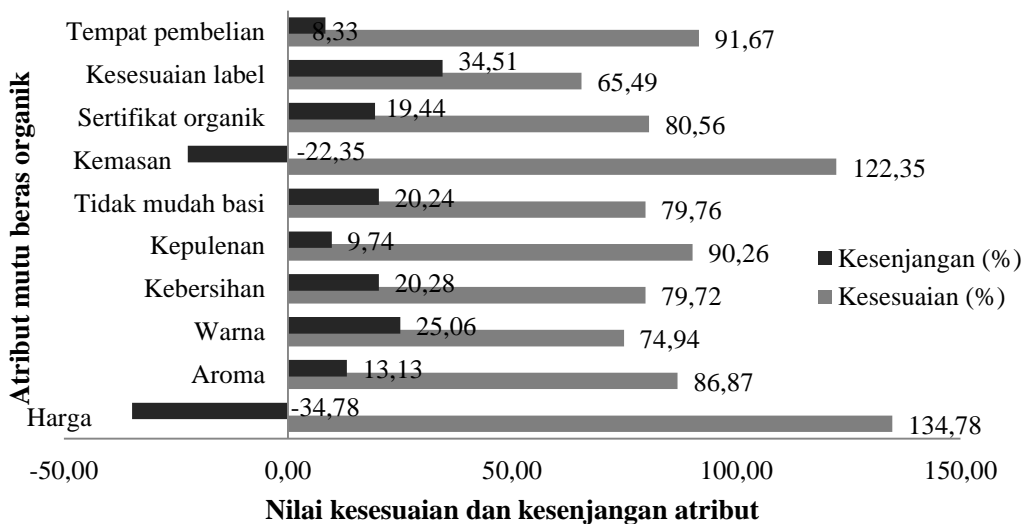
Analisis Tingkat Kesesuaian Dan Tingkat Kesenjangan Atribut Mutu Beras Organik

Persentase tingkat kesesuaian dinilai cukup sesuai apabila mencapai nilai $\geq 75\%$, hal tersebut berarti bahwa atribut beras organik tersebut telah memenuhi harapan konsumen. Nilai kesenjangan menunjukkan sejauh mana kesenjangan antara harapan konsumen dengan kinerja produsen. Batas maksimal dari nilai kesenjangan adalah 25% (Supranto, 2011). Hasil distribusi tingkat kesesuaian dan kesenjangan untuk setiap atribut mutu disajikan pada Gambar 3.

Kesenjangan yang terjadi adalah kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen PB. Padi Mulya. Manajemen tidak mengetahui atau belum mengetahui secara pasti keinginan

konsumen beras organik, sehingga atribut yang dihasilkan belum disesuaikan dengan keinginan konsumen. Keputusan pembentukan atribut masih berpusat pada keputusan manajemen yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen, akibatnya terjadi nilai kesenjangan.

Kesenjangan kedua yang terjadi yaitu kesenjangan antara produk yang digunakan dan produk yang diharapkan oleh konsumen. kesenjangan ini terjadi sebagai imbas terjadinya kesenjangan pertama. Ketika pihak produsen tidak mengetahui keinginan konsumen maka konsumen beras organik akan mengukur kinerja atribut produk dengan cara yang berbeda dan mempunyai persepsi yang keliru mengenai atribut mutu produk yang dihasilkan oleh produsen, akibatnya terjadi nilai kesenjangan.



Gambar 3. Distribusi tingkat kesesuaian dan tingkat kesenjangan atribut mutu beras organik.

Kepuasan Konsumen Terhadap Beras Organik

Pengukuran pada tingkat hasil dilakukan dengan mengukur bagaimana baiknya suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan atau dengan pengukuran kepuasan konsumen dalam menggunakan/ mengonsumsi produk yang diserahkan (Supranto, 2011).

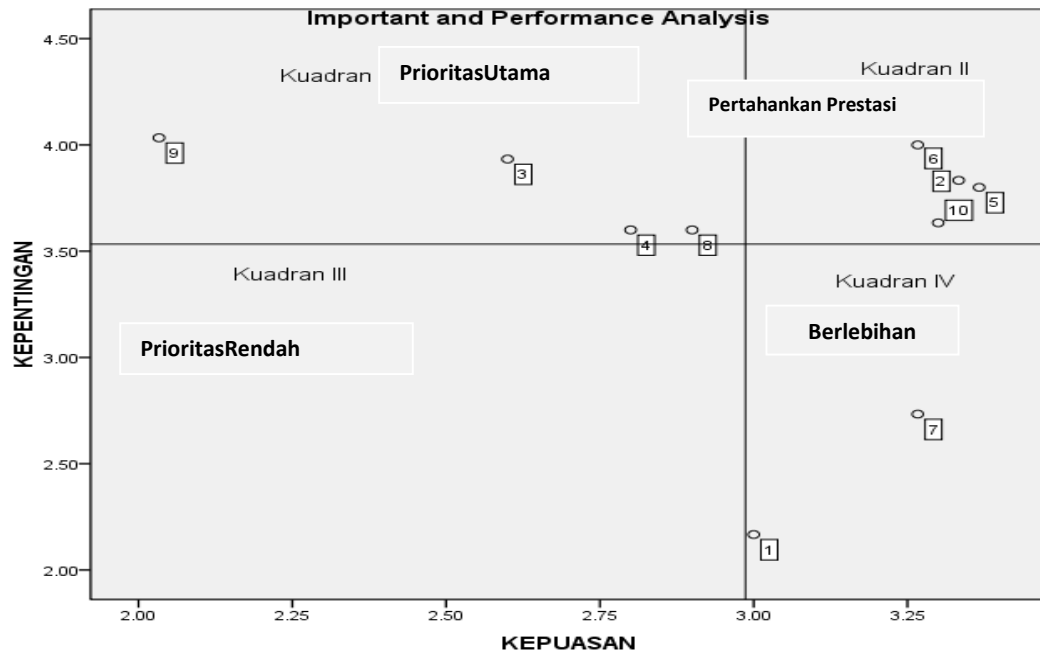
Nilai perhitungan CSI beras organik di Kabupaten Sragen berada pada nilai 61,6%, maka dapat dikatakan bahwa konsumen beras organik di Kabupaten Sragen merasa cukup puas dengan atribut mutu beras organik yang mereka konsumsi selama ini. Semakin tinggi nilai kepuasan pelanggan berarti atribut produk tersebut semakin disukai oleh pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan belum mencapai 100% menunjukkan bahwa setidaknya ada 4 atribut mutu beras organik yang ditawarkan oleh produsen belum dapat memuaskan konsumennya, hal tersebut termasuk atribut yang mempunyai nilai kesenjangan lebih dari 25% yaitu warna dan kesesuaian label. Produsen perlu mengetahui dan menilai lebih lanjut kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut dilihat dari tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) atribut sehingga dapat diketahui atribut-atribut yang mempunyai prioritas perbaikan dalam rangka meningkatkan nilai kepuasan konsumen.

Analisis Prioritas Perbaikan Mutu (Diagram Cartesius)

Diagram Cartesius diperlukan untuk melihat kedudukan atribut beras yang diperoleh berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan, sehingga dapat dikaitkan antara pentingnya atribut-atribut tersebut dengan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen beras organik. Hasil pengukuran atribut mutu produk ini memungkinkan perusahaan dapat menitik beratkan usaha perbaikan pada atribut yang dianggap penting saja oleh konsumen, sehingga biaya perbaikan mutu atribut dapat ditekan. Adapun hasil dari analisis berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja atribut dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada Gambar 4.

Kuadran I

Atribut-atribut yang terletak pada kuadran I dianggap paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena atribut ini dianggap sangat penting oleh konsumen sedangkan tingkat kinerjanya masih belum memuaskan. Sebanyak 11 konsumen menginginkan beras yang masih mempunyai sedikit kulit ari beras (beras pecah kulit) karena kandungan gizi yang lebih baik daripada beras putih bersih. Keinginan konsumen tersebut belum dapat dilakukan oleh PB. Padi Mulya karena masa simpan beras yang masih memiliki kulit ari tidak bisa bertahan apabila disimpan terlalu lama.



Gambar 4. Diagram *Important and Performance Analysis*. Keterangan atribut: 1. harga; 2. aroma; 3. warna; 4. kebersihan; 5. kepulen; 6. tidak mudah basi; 7. kemasan; 8. sertifikat organik; 9. kesesuaian label; dan 10. tempat pembelian.

Kebersihan beras juga dianggap penting namun kinerjanya belum memuaskan karena konsumen masih mendapati kerikil, gabah kering dan terkadang beras jenis lain (beras merah) dalam beras yang mereka beli. Dari 30 responden semuanya mengatakan pernah mendapati benda selain beras dalam kemasan yang mereka beli. Hal tersebut diakui oleh PB. Padi Mulya bahwa untuk menyediakan beras organik yang terbebas dari benda bukan beras sangat susah, namun pihak perusahaan berusaha meminimalisir cemaran tersebut dengan menyortir ulang beras giling yang dihasilkan. Penyortiran dilakukan dengan memilah satu persatu beras hasil gilingan, pekerjaan penyortiran ini dilakukan oleh pegawai perempuan.

Pratiwiri (2006), mengatakan bahwa pemisahan bahan-bahan yang tidak berguna oleh mesin penggiling padi tidak bisa sepenuhnya menghasilkan beras yang bersih dari benda bukan beras, karena itu diperlukan penyortiran ulang

Sertifikat organik dan kesesuaian label merupakan salah satu atribut yang konsumen anggap penting. Informasi yang terdapat pada kemasan beras organik PB. Padi Mulya telah mencangkup semua informasi yang diwajibkan oleh PP. No 69 Th. 1999 termasuk adanya tanggal kadaluarsa produk. Tanggal kadaluarsa produk ditetapkan 6 bulan dari beras digiling.

Menurut Astawan (2004) beras giling akan mengalami perubahan rasa dan aroma

jika disimpan pada suhu 15°C selama 3-4 bulan. Subarna *dkk.* (2001) mengatakan bahwa bau apek pada beras non aromatik akan terjadi secara perlahan setelah 6 bulan waktu penyimpanan disuhu ruangan, hal tersebut disebabkan oleh perusakan minyak, bau asam dan alkoholik. kerusakan akan terjadi lebih cepat pada beras aromatik yang disimpan pada suhu ruang, di tandai dengan berkurangnya aroma beras (Astawan, 2004).

Konsumen merasa tingkat kinerja sertifikat dan labelnya kurang karena masih merasa ragu akan keaslian sertikat atau dengan label yang ada pada kemasan karena tidak bisa membedakan kebenaran produk tersebut. Konsumen menginginkan suatu jaminan keaslian dari beras organik yang mereka beli melalui suatu bukti atau ciri khusus yang tidak dapat dengan mudah dipalsukan.

Kuadran II

Atribut-atribut yang terletak pada kuadran II merupakan atribut yang dianggap berprestasi oleh konsumen sehingga kinerjanya perlu dipertahankan dan bila mampu ditingkatkan karena tingkat kerja aktual pada umumnya telah sesuai dengan harapan konsumen.

Tingkat kinerja atribut aroma beras organik dianggap baik karena selama responden membeli beras organik belum pernah mendapatkan aroma beras yang tidak mereka inginkan. Konsumen yang sering mengkonsumsi beras aromatik (mentik

wangi) mengaku aroma yang dimiliki beras sebelum dan setelah dimasak mempunyai kekhasan tersendiri, lebih segar dan tahan lama. Sedangkan konsumen yang mengkonsumsi beras organik non aromatik (Rojo Lele, IR-64, Ciherang) mengaku aroma beras organik yang dibeli tidak pernah apek dan aromanya lebih segar.

Selain aroma, atribut yang dianggap penting dan kinerjanya bagus adalah kepulenan beras setelah dimasak menjadi nasi. Konsumen mengaku mereka menyukai nasi yang pulen, karena itulah atribut kepulenan mempunyai tingkat kinerja yang bagus. Nasi pulen ialah nasi yang cukup lunak walaupun sudah dingin, lengket tetapi kelengketannya tidak sampai seperti ketan, antar biji lebih berlekatan satu sama lain dan mengkilat (Haryadi, 2006).

Beras organik merupakan beras yang mempunyai ketahanan lebih lama dibanding beras non organik setelah dimasak menjadi nasi. Keunggulan ini secara tidak langsung telah menjadi identitas beras organik yang digunakan oleh konsumen dalam mengidentifikasi apakah beras organik yang mereka beli benar-benar organik atau bukan. Dengan kata lain konsumen merasa beras organik yang mereka beli telah memenuhi harapan mereka.

Tempat pembelian beras organik berada pada kuadran II, hal ini menyatakan bahwa selama ini konsumen mendapatkan kepuasan ketika membeli beras organik di

PB. Padi Mulya dapat memuaskan konsumennya. Walaupun konsumen merasa tingkat kinerja ditempat pembelian bagus namun mereka menginginkan ada toko cabang ditempat lain, sehingga mereka lebih mudah mendapatkan beras organik yang mereka inginkan.

Kuadran III

Atribut yang terletak pada kuadran III merupakan atribut yang kurang penting atau rendah pengaruhnya bagi konsumen dan tingkat kinerja atribut tersebut juga masih rendah. Tidak adanya atribut yang berada dalam kuadran ini menunjukkan bahwa kerja produsen dalam memuaskan konsumen telah cukup efektif.

Kuadran IV

Atribut yang terletak pada kuadran IV merupakan atribut yang mempunyai tingkat kinerja yang sangat baik walaupun mempunyai tingkat kepentingan yang rendah. Tindakan produsen yang berhubungan dengan atribut yang berada pada kuadran ini tidak akan mempengaruhi tingkat pembelian dan kepuasan konsumen. Atribut harga berada pada kuadran IV karena konsumen sama sekali tidak terpengaruh oleh kenaikan atau penurunan harga beras organik. Konsumen menilai wajar apabila beras organik mempunyai harga yang lebih tinggi dibanding dengan harga beras non organik, karena manfaat yang mereka dapatkan juga berbeda.

Jenis kemasan menduduki kuadran IV karena konsumen menganggap apapun jenis kemasan yang dipakai untuk mengemas beras organik yang mereka beli tidak mempengaruhi beras yang mereka konsumsi. Konsumen mengatakan bahwa jenis kemasan dari plastik sudah dapat memenuhi keinginan mereka, walaupun dalam kenyataannya jenis kemasan beras organik di PB. Padi Mulya ada beberapa macam, yaitu plastik, karung plastik, kertas, dan kain.

KESIMPULAN

1. Atribut beras organik di Kabupaten Sragen yang dianggap penting oleh konsumen beras organik berturut-turut adalah: tidak mudah basi, kepulenan, tempat pembelian, kesesuaian label, kebersihan, warna, aroma, sertifikat organik, harga, dan kemasan.
2. Kinerja atribut warna beras dan kesesuaian label belum dapat memenuhi harapan konsumen beras organik di Kabupaten Sragen.
3. Kepuasan konsumen berdasarkan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) didapat nilai 61,6% (termasuk dalam kategori cukup puas)
4. Berdasarkan diagram *Important Performance Analysis* (IPA), atribut yang mendapatkan prioritas perbaikan adalah atribut warna, kebersihan, sertifikat organik dan kesesuaian label.

DAFTAR PUSTAKA

- Astawan, M. 2004. *Sehat Bersama Aneka Serat Pangan Alami*. Cetakan I. Penerbit Tiga Serangkai. Solo.
- Badan Penyuluh Pertanian Kabupaten Sragen. 2013. *Rekapitulasi Luasan Pertanian Organik*. Dinas Pertanian Dan Ketahanan Pangan Kabupaten Sragen.
- Haryadi. 2006. *Teknologi Pengolahan Beras*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Heizer, J. dan B. Render. 2004. *Operations Management*. 7th edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Indranata, I. 2008. *Pendekatan Kualitatif Untuk Pengendalian Kualitas*. UI-Press. Jakarta.
- Jufri. 2006. Analisis Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Beras Super Cihayang Lumbung Desa Modern (LDM) Srijaya Kecamatan Tempuran Kabupaten Karawang. *Skripsi*. Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor, Bogor. (TidakDipublikasikan).
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran. Jilid I*. Prenhalindo Indonesia. Jakarta.
- Nurana. 2012. Sikap Konsumen Terhadap Beras Organik Di Pasar Swalayan Kota Surakarta. *Skripsi*. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret. Surakarta. (TidakDipublikasikan).
- Pranasari, M. E. 2004. *Perdagangan Produk Pertanian Organik Peluang dan Tantangan bagi PetaniKecil*. <http://www.kompas.com/kompascetak/0411/08/ilpeng/1370325.htm>. Diakses pada tanggal 31 Mei 2012.
- Pratiwiri, A. W. 2006. *Manajemen Resiko Pengembangan Agrobisnis*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Simamora, B. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia. Jakarta.
- Subarna, S. Suroso, Budijanto, dan Sutrisno. 2001. Perubahan kualitas beras selama penyimpanan. *Prosiding*. Seminar Nasional Teknologi Inovatif Pascapanen Untuk Pengembangan Industri Berbasis Pertanian.
- Sumarwan, U. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor
- Sunarto. 2006. *Perilaku Konsumen*. AMUS Yogyakarta. Yogyakarta.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Tjiptono, F. 2006. *Manajemen Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.