

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Beras Merah Organik di Kota Denpasar

JESSY VENY OMBUN SIANTURI
I GEDE SETIAWAN ADI PUTRA
WAYAN GINARSA

PS Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Udayana
JL. PB. Sudirman Denpasar 80232 Bali
Email : setiawanadiputra@rocketmail.com

ABSTRACT

Factors Affecting Consumer Satisfaction Of Organic Red Rice in Denpasar

This study aims to find the factors that affect customer satisfaction with organic brown rice in Denpasar and know the level of customer satisfaction with organic brown rice consumed in Denpasar. The research was conducted in Denpasar which took place in two places, gods Tiara Supermarkets and health food stores "Satvika Boga" determined by purposive sampling. The results of this study indicate that the factors that affect customer satisfaction with organic brown rice that is based on the results of a factor analysis of the packaging, taste factors, aroma factors, factors benefits, the availability of, and factors motivating factor perception. The level of customer satisfaction with organic brown rice in the city of Denpasar is, of the 45 respondents, 19 (42.22%) were very satisfied, 15 people (33.33%) were satisfied and 11 (24.45%) were not satisfied .

Keywords : satisfaction, consumer, organic

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Salah satu hasil pertanian yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia adalah beras, karena beras merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia. Beras merupakan komoditi yang sangat penting karena lebih dari 90 % masyarakat Indonesia mengkonsumsi beras (Sinaga, 2010). Memperhatikan keamanan dari makanan pokok merupakan hal yang sangat penting. Faktor kesehatan dan keamanan pangan pun menjadi prioritas utamanya. Hal ini mengakibatkan masyarakat konsumen mulai beralih kepada beras dari hasil pertanian organik.

Manfaat yang ditimbulkan dari membiasakan diri mengkonsumsi makanan organik antara lain mengurangi masukan bahan kimia beracun ke dalam tubuh, meningkatkan masukan nutrisi bermanfaat seperti vitamin, mineral, asam lemak esensial dan antioksidan, menurunkan risiko kanker, penyakit jantung, alergi dan hiperaktivitas pada anak-anak (Isdiyanti, 2007).

Harga jual beras merah organik yang relatif lebih tinggi dari harga jual produk beras anorganik, tidak menyurutkan minat konsumen untuk mengkonsumsi beras

merah organik. Menurut Winarno (2004) peningkatan permintaan pangan organik dipicu oleh meningkatnya jumlah *expatriate* yang berada di kota-kota besar dan laju perkembangannya didorong oleh berkembangnya masyarakat kelas menengah ke atas. Untuk dapat meningkatkan minat konsumen pada beras merah organik perlu dilakukan strategi agar masyarakat beralih mengkonsumsi beras merah organik. Salah satu cara yang baik yaitu dengan memberikan kepuasan kepada konsumen.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap beras merah organik di Kota Denpasar.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap beras merah organik yang dikonsumsi di Kota Denpasar.

2. Metodologi Penelitian

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar yang mengambil lokasi di dua tempat, yaitu Tiara Dewata Supermarket dan toko makanan sehat “Satvika Boga” yang ditentukan secara *purposive sampling*, dengan pertimbangan bahwa Kota Denpasar merupakan kota yang paling tinggi jumlah penduduknya di Provinsi Bali, secara tidak langsung permintaan akan beras pun lebih tinggi dari kota yang lain di Provinsi Bali. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus - Oktober 2012.

2.2 Metode Pengumpulan Data dan Variabel Penelitian dan Metoda Analisis

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi. Variabel penelitian yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan tingkat kepuasan konsumen. Variabel-variabel dalam penelitian ini akan dianalisis dengan metode analisis kuantitatif yaitu analisis regresi faktor dengan bantuan *software* SPSS 13 untuk mengetahui faktor-faktor kepuasan konsumen dan metode analisis deskriptif kualitatif untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen beras merah organik di Kota Denpasar.

2.3 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Jumlah sampel yang diambil adalah 45 orang yang merupakan konsumen beras merah organik di Kota Denpasar. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dan *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan dijumpai sedang membeli beras merah organik.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Karakteristik Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian mengenai identitas konsumen yang meliputi usia, pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, pendapatan rumah tangga, dan jumlah beras merah organik yang dikonsumsi maka dapat diperoleh informasi tentang karakteristik konsumen sebagai berikut.

1. Distribusi frekuensi usia

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang distribusi frekuensi usia konsumen yang disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Usia Konsumen Beras Merah Organik di Kota Denpasar

Kategori	Usia (th)	Jumlah	
		Orang	Persen (%)
Muda	23 - 37	16	35,56
Sedang	>37 - 51	10	22,22
Tua	>51 - 65	19	42,22
Total		45	100

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa usia konsumen beras merah organik berkisar antara 23 - 65 tahun. Kelompok usia konsumen terbanyak terdapat digolongkan usia tua (> 51 - 65 tahun) hal ini disebabkan karena kondisi fisik yang mulai melemah dan lebih sering diserang banyak penyakit sehingga golongan usia tua beralih mengkonsumsi makanan yang sehat serta dapat membantu menyembuhkan / mengurangi penyakit yang diderita. Pada golongan muda (23 - 37 tahun) banyak terdapat ibu hamil dan ibu muda. Seperti yang diketahui bahwa kandungan nutrisi yang terdapat pada beras merah sangat baik bila dikonsumsi ibu hamil dan anak-anak. Kelompok yang paling sedikit adalah usia sedang (> 37 - 51 tahun), hal ini dikarenakan usia yang masih produktif serta sebagian besar masih memiliki kondisi fisik yang baik sehingga cenderung tidak terlalu mengkhawatirkan kesehatan serta pola makan yang sehat.

2. Distribusi frekuensi lama pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang distribusi frekuensi lama pendidikan yang disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Lama Pendidikan Konsumen Beras Merah Organik di Kota Denpasar

Kategori	Lama pendidikan	Jumlah	
		Orang	Persen (%)
Rendah	9 thn - 12,33 thn	7	15,56
Sedang	>12,33 thn - 15,67 thn	8	17,78
Tinggi	>15,67 thn - 19 thn	20	66,66
Total		45	100

Dari Tabel 2 diatas diperlihatkan bahwa lama pendidikan konsumen berkisar antara 9 - 19 thn. Kelompok terbanyak berada pada pendidikan tinggi (>15,66 - 19 thn) yang disusul kelompok pendidikan sedang (>12,33 - 15,67 thn), dan tingkat pendidikan rendah (9 - 12,33 thn) berjumlah paling sedikit. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin banyak pula pengetahuan mereka termasuk pengetahuan tentang kandungan gizi, manfaat dari suatu makanan, serta semakin selektif pula mereka dalam menentukan dan memilih kualitas jenis makanan yang tepat untuk dikonsumsi oleh anggota keluarga. Keadaan ini sejalan dengan pendapat Sumarwan (2003) dimana konsumen yang memiliki tingkat pendidikan lebih baik akan sangat responsif terhadap informasi. Terlihat dari Tabel 2 diatas. golongan pendidikan tinggi paling banyak mengkonsumsi beras merah, karena mereka lebih mengetahui kelebihan dari beras merah dari pada golongan pendidikan rendah.

3. Distribusi frekuensi jumlah tanggungan rumah tangga

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang distribusi frekuensi jumlah tanggungan rumah tangga yang disajikan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Jumlah Tanggungan Rumah Tangga Konsumen Beras Merah Organik di Kota Denpasar

Kategori	Jumlah tanggungan	Jumlah	
		Orang	Persen (%)
Sedikit	1 - 2,33	19	42,22
Sedang	>2,33 - 3,67	14	31,11
Banyak	>3,67 - 5	12	26,67
Total		45	100

Dari Tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa jumlah tanggungan rumah tangga konsumen berkisar antara 1-5 orang. Kelompok terbanyak berada pada jumlah tanggungan rumah tangga yang sedikit (1-2,33 orang) hal ini dikarenakan jika tanggungan rumah tangga yang lebih sedikit, sedikit pula biaya yang akan dikeluarkan untuk kebutuhan sehari-hari. Dari situasi tersebut dapat mempengaruhi rumah tangga tersebut untuk mengkonsumsi makanan dengan kualitas baik dan harga yang lebih mahal pula. Berbeda dengan rumah tangga dengan tanggungan banyak akan cenderung menyebabkan rumah tangga tersebut menghemat pengeluaran sehari-hari sehingga dapat memenuhi kebutuhan.

4. Distribusi frekuensi pendapatan rumah tangga

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang distribusi frekuensi pendapatan rumah tangga yang disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Pendapatan Rumah Tangga Konsumen Beras Merah Organik di Kota Denpasar

Kategori	Pendapatan rumah tangga	Jumlah	
		Orang	Persen (%)
Rendah	2 jt - 6,33 jt	24	53,33
Sedang	>6,33 jt - 10,67 jt	17	37,78
Tinggi	>10,67 jt - 15 jt	4	8,89
Total		45	100

Dari Tabel 4 diatas dapat dilihat bahwa pendapatan konsumen berkisar antara 2 - 15 juta. Kelompok terbanyak berada pada pendapatan rendah (2 - 6 juta), yang disusul kelompok pendapatan sedang (>6,33 - 10,67 juta), dan kemudian pendapatan tinggi (>10,67 - 15 juta). Masyarakat pada umumnya mengasumsikan bahwa beras merah organik hanya dikonsumsi oleh keluarga yang berpendapatan tinggi, tetapi dari data hasil penelitian pada Tabel 4 diatas terlihat bahwa, beras merah organik lebih banyak dikonsumsi keluarga dengan pendapatan rendah.

5. Distribusi frekuensi jumlah beras merah organik yang dikonsumsi

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang distribusi frekuensi jumlah beras merah organik yang dikonsumsi yang disajikan pada Tabel 5 .

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Jumlah Beras Merah Organik yang Dikonsumsi Konsumen Beras Merah Organik di Kota Denpasar

Kategori	Jumlah beras merah organik yang dikonsumsi	Jumlah	
		Orang	Persen (%)
Sedikit	2 - 7 kg	35	77,78
Sedang	>7 - 12 kg	7	15,55
Banyak	>12 - 17 kg	3	6,67
Total		45	100

Dari Tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa jumlah beras merah organik yang dikonsumsi berkisar antara 2 - 17 kg. Kelompok terbanyak berada pada konsumsi sedikit (2-7 kg) yang disusul kelompok konsumsi sedang (>7 - 12 kg), sedangkan kelompok terkecil berada pada konsumsi banyak (>12 - 17 kg). Hal ini menunjukkan bahwa jumlah tanggungan rumah tangga berbanding lurus terhadap jumlah beras merah organik yang dikonsumsi, yaitu semakin sedikit jumlah anggota keluarga, semakin sedikit beras yang dikonsumsi. Kandungan fiber yang tinggi pada beras merah menyebabkan lebih cepat kenyang dan tidak mudah lapar, dengan mengkonsumsi sedikit sudah cukup bagi konsumen.

3.2 Hasil Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen terhadap Beras Merah Organik di Kota Denpasar

Analisis terhadap faktor-faktor penduga yang diperkirakan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen beras merah organik di Kota Denpasar dilakukan dengan teknik analisis regresi faktor. Berdasarkan variabel yang diuraikan pada BAB

II, maka dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah harga (X_1), tampilan kemasan (X_2), rasa (X_3), aroma (X_4), tekstur (X_5), khasiat/manfaat (X_6), ketersediaan (X_7), motivasi (X_8), persepsi (X_9). Sebaliknya variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen beras merah organik di Kota Denpasar. Adapun hasil yang diolah dengan bantuan komputer (program SPSS Ver. 13) yang disajikan pada Tabel 6.

Berdasarkan pada hasil Tabel 6. Didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:
 $Y = -0,000 - 0,026 + 0,092 + 0,098 + 0,089 - 0,013 + 0,302 + 0,262 + 0,250 + 0,072$

Berdasarkan Tabel 6. dan hasil persamaan regresi diatas terlihat bahwa tujuh faktor yang bernilai positif yang berarti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, serta ada dua faktor yang bernilai negatif yang berarti tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah faktor tampilan kemasan (X_2), rasa (X_3), aroma (X_4), manfaat (X_6), ketersediaan (X_7), motivasi (X_8), dan persepsi (X_9), sedangkan faktor harga (X_1) dan faktor tekstur (X_5) merupakan faktor penduga yang tidak mendukung kepuasan konsumen beras merah organik. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Widagdo (2007), bahwa rasa, kepulenan, aroma, warna, kebersihan, harga, dan ketersediaan merupakan hal penting terhadap beras dan merupakan faktor penentu kepuasan konsumen, karena harga pada penelitian ini tidak mendukung kepuasan konsumen.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Faktor

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-1,7E-016	.059		.000	1.000
	Harga	-.026	.108	-.026	-.240	.812
	Kemasan	.092	.115	.092	.800	.429
	Rasa	.098	.107	.098	.914	.367
	Aroma	.089	.113	.089	.783	.439
	Tekstur	-.013	.095	-.013	-.133	.895
	Manfaat	.302	.089	.302	3.416	.002**
		.262	.103	.262	2.535	.016*
	Ketersediaan					
	Motivasi	.250	.118	.250	2.127	.041*
	Persepsi	.072	.094	.072	.766	.449

*.Correlation is significant at the0.05 level (2-tailed).

**.. Correlation is significant at the0.001 level (2-tailed).

Berdasarkan Tabel 6. terlihat bahwa koefisien harga (X_1) sebesar -0,02 dengan signifikan uji t sebesar 0,812 yang berarti bahwa semakin tinggi harga maka kepuasan akan semakin menurun, tetapi tidak ada pengaruh yang signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi harga (X_1) dan negatif dan signifikan uji t lebih besar 0,05.

Koefisien kemasan (X_2) sebesar 0,092 dengan signifikan uji t sebesar 0,115 yang berarti bahwa semakin baik kemasan maka kepuasan akan semakin tinggi, tetapi tidak ada pengaruh yang signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi kepuasan (X_2) positif dan signifikan uji t lebih besar 0,05.

Koefisien rasa (X_3) sebesar 0,098 dengan signifikan uji t sebesar 0,107 yang berarti bahwa semakin enak rasa maka kepuasan akan semakin tinggi, tetapi tidak ada pengaruh yang signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi rasa (X_3) positif dan signifikan uji t lebih besar 0,05.

Koefisien aroma (X_4) sebesar 0,089 dengan signifikan uji t sebesar 0,113 yang berarti bahwa semakin baik aromanya maka kepuasan akan semakin tinggi, tetapi tidak ada pengaruh yang signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi rasa (X_4) positif dan signifikan uji t lebih besar 0,05.

Koefisien tekstur (X_5) sebesar -0,013 dengan signifikan uji t sebesar 0,095 yang berarti bahwa semakin keras tekstur beras maka kepuasan akan semakin menurun, tetapi tidak ada pengaruh yang signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi rasa (X_5) positif dan signifikan uji t lebih besar 0,05.

Koefisien manfaat (X_6) sebesar 0,302 dengan signifikan uji t sebesar 0,089 yang berarti bahwa semakin baik manfaat beras maka kepuasan akan semakin tinggi, serta adanya pengaruh yang signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi rasa (X_6) positif dan signifikan uji t lebih kecil 0,01

Koefisien ketersediaan (X_7) sebesar 0,262 dengan signifikan uji t sebesar 0,103 yang berarti bahwa semakin banyak ketersediaan beras maka kepuasan akan semakin tinggi, serta adanya pengaruh yang signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi rasa (X_7) positif dan signifikan uji t lebih kecil 0,05.

Koefisien motivasi (X_8) sebesar 0,250 dengan signifikan uji t sebesar 0,118 yang berarti bahwa semakin tinggi motivasi maka kepuasan akan semakin tinggi, serta adanya pengaruh yang signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi rasa (X_8) positif dan signifikan uji t lebih kecil 0,05.

Koefisien persepsi (X_9) sebesar 0,072 dengan signifikan uji t sebesar 0,094 yang berarti bahwa semakin baik persepsi maka kepuasan akan semakin tinggi, tetapi tidak ada pengaruh yang signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi rasa (X_9) positif dan signifikan uji t lebih besar 0,05.

3.3 Tingkat Kepuasan Konsumen Beras Merah Organik di Kota Denpasar

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh tingkat kepuasan konsumen beras merah organik berdasarkan hasil kuesioner yang diisi oleh konsumen diklasifikasikan menjadi tidak puas, puas dan sangat puas yang disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Tingkat Kepuasan Konsumen Beras Merah Organik di Kota Denpasar

Kategori	Tingkat kepuasan konsumen beras merah organik	Jumlah	
		Orang	Persen (%)
Tidak puas	12 - 17,67	11	24,45
Puas	>17,67 - 23,32	15	33,33
Sangat puas	>23,32 - 29	19	42,22
Total		45	100

Dari Tabel 7. diatas dapat dilihat bahwa kelompok terbanyak berada pada tingkat sangat puas (>23,32 - 29) hal ini dikarenakan bahwa konsumen merasa mendapatkan banyak manfaat dari mengkonsumsi beras merah organik terutama bagi kesehatan. Beras merah organik baik untuk mencegah sembelit, cocok untuk diet, mencegah berbagai penyakit saluran pencernaan, meningkatkan perkembangan otak, menurunkan kolesterol darah, mencegah kanker dan penyakit degeneratif, menyehatkan jantung dan mempunyai kandungan vitamin B1 dan mineral lebih tinggi dari pada beras putih (indoorganic.com, 2012). Kategori puas (>17 - 23,32) adalah kelompok kedua, konsumen pada tingkat ini biasanya ada yang merasakan manfaat pada kesehatannya tetapi kurang setuju akan harga atau faktor lainnya, atau sebaliknya merasa puas akan harga dan desain kemasan tetapi tidak merasa puas akan manfaatnya, sedangkan kelompok terkecil berada pada tingkat tidak puas (12 - 17,67) hal ini dikarenakan konsumen merasa mengkonsumsi beras merah organik tidak berpengaruh apa-apa pada kehidupannya terutama pada kesehatan.

4. Kesimpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap beras merah organik yang didasarkan pada hasil analisis adalah faktor kemasan, faktor rasa, faktor aroma, faktor manfaat, faktor ketersediaan, faktor motivasi, dan faktor persepsi.
2. Adapun tingkat kepuasan 45 responden terhadap beras merah organik di Kota Denpasar adalah, pada kategori tidak puas ada sebanyak 11 orang (24,45%), kategori puas 15 orang (33,33%), dan kategori sangat puas 19 orang (42,22%).

Daftar Pustaka

- Indoorganic.com, 2012. *Keunggulan Beras Merah Organik*. Internet. [artikel online]. Di dapat dari : <http://www.md-indoorganic.com/Red%20Rice/> Diakses pada tanggal. 27 Mei 2012.
- Isdiyanti. 2007. *Analisis Usahatani Sayuran Organik di Perusahaan Matahari Farm* [Skripsi]. Bogor: Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.

- Sinaga, M.P. 2010. *Analisis sikap, Persepsi Konsumen dan Rentang Harga pada Beras Organik SAE (Sehat Aman Enak) pada Gapoktan Silih Asih Desa Ciburuy Kabupaten Bogor Jawa Barat*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta : Ghalia Indonesia dan MMA IPB.
- Widagdo Widhi. 2007. *Analisis Tingkat Kepentingan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Mutu Beras Berlabel Serta Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Berlabel* [Skripsi]. Bogor: Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Winarno FG. 2004. *Pengantar Pertanian Organik*. Jakarta: M-Brio Press.