

**ANALISIS IPA (*Importance Performance Analysis*) dan
CSI (*Customer Satisfaction Index*) PADA USAHA BERAS
DI KOTA MAKASSAR**

**NUR ZULFIAH. S
G021 18 1038**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2022

**ANALISIS IPA (*Importance Performance Analysis*) dan
CSI (*Customer Satisfaction Index*) PADA USAHA BERAS
DI KOTA MAKASSAR**

**Nur Zulfiah. S
G021 18 1038**

Skripsi
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian
pada
Departemen Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian
Universitas Hasanuddin
Makassar

**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2022

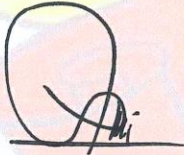
LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*) Terhadap Konsumen Beras Premium di Kota Makassar

Nama : Nur Zulfiah. S

NIM : G021181038

Disetujui oleh :



Dr. Ir. Heliawaty, M.Si.

Ketua



Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.

Anggota

Diketahui oleh:



Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.

Ketua Departemen

Tanggal Lulus : Oktober 2022

**PANITIA UJIAN SARJANA PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS IPA (*Importance Performance Analysis*) dan
CSI (*Customer Satisfaction Index*) PADA USAHA BERAS
DI KOTA MAKASSAR

NAMA MAHASISWA : NUR ZULFIAH.S

NIM : G021 18 1038

SUSUNAN PENGUJI

Dr. Ir. Heliawaty, M. Si.
Ketua Sidang

Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.
Anggota

Dr. Letty Fudjaja, S.P., M.Si
Anggota

Dr. Ir. Mahyuddin, M. Si.
Anggota

Tanggal Ujian : Oktober 2022

DEKLARASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi saya berjudul “Analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*) Terhadap Konsumen Beras Premium di Kota Makassar” benar adalah karya saya dengan arahan tim pembimbing, belum pernah diajukan atau tidak sedang diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Saya menyatakan bahwa, semua sumber informasi yang digunakan telah disebutkan di dalam teks dan dicantukan dalam daftar pustaka.

Makassar, Oktober 2022



Nur Zulfiah. S

ABSTRAK

Analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*) Pada Usaha Beras di Kota Makassar

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut beras pada konsumen beras di Kota Makassar, menganalisis tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut beras dan kelas pendapatan konsumen yang berlokasi di Pasar Toddoppuli Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Jumlah responden adalah sebanyak 60 orang yang terdiri dari 30 orang konsumen dengan pendapatan tinggi dan 30 orang konsumen dengan pendapatan menengah yang dipilih menggunakan metode *accidental sampling*. Data penelitian dikumpulkan pada bulan Juni-Juli 2022. Metode Analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*) yang digunakan mencapai tujuan penelitian ini. Hasil analisis IPA menunjukkan bahwa pada kuadran II kepulenan, kebersihan, dan warna alami beras merupakan atribut yang menunjukkan kinerja dan kepentingan yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih beras. Indeks kepuasan konsumen kelas pendapatan tinggi dan menengah berada pada skala $60\% < \text{CSI} < 80\%$ yang artinya konsumen beras jenis premium di Makassar secara keseluruhan menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut beras yang dianalisis adalah puas.

Kata Kunci : Beras, *Customer Satisfaction Index*, *Importance Performance Analysis*.

ABSTRACT

Analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*) Pada Usaha Beras di Kota Makassar

*This study aims to analyze the level of importance and performance attributes of rice in rice consumers in Makassar, analyzing the level of consumer satisfaction based on the attributes of rice and consumer income classes located in Toddoppuli market Makassar, South Sulawesi province. The number of respondents was as many as 60 people consisting of 30 consumers with high incomes and 30 consumers with middle incomes were selected using accidental sampling method. Research Data were collected in June-July 2022. Analysis methods IPA (*Importance Performance Analysis*) and CSI (*Customer Satisfaction Index*) are used to achieve the objectives of this study. The results of the IPA analysis showed that in Quadrant II the purity, cleanliness, and natural color of rice are attributes that indicate the performance and importance considered by consumers in choosing rice. Consumer Satisfaction Index of high and middle income class is on a scale of 60% <CSI< 80% which means that consumers of premium rice in Makassar as a whole shows that the Consumer Satisfaction Index of the attributes of rice analyzed is satisfied.*

Keywords: *Rice, Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index.*

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Nur Zulfiah. S lahir di Sengkang, pada tanggal 21 Februari 2000 merupakan anak dari pasangan Drs. H. Syarifuddin, M.Si dan ST. Rasyidah. Putri ketiga dari empat bersaudara yaitu Khaidarsyah, S.Pd., M.Pd, Yulia Asridah, S. ST, dan Rahmat Zulkifli. Selama hidupnya penulis telah menempuh pendidikan formal, yaitu :

1. TK Pertiwi Sengkang Tahun 2004-2006
2. SD Negeri 2 Unggulan Sengkang Tahun 2006-2012
3. SMP Negeri 1 Sengkang Tahun 2012-2015
4. SMA Negeri 3 Wajo Tahun 2015-2018

Selanjutnya dinyatakan lulus melalui jalur SNMPTN menjadi mahasiswa di Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar pada tahun 2018 untuk jenjang pendidikan (S1).

Selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin selain mengikuti kegiatan akademik dengan sebaik-baiknya, penulis juga bergabung dalam organisasi lingkup Departemen Sosial Ekonomi Pertanian yaitu MISEKTA, dan bergabung di UKM Koperasi Mahasiswa Universitas Hasanuddin. Selain itu penulis juga bergabung di *cicil.co.id* sebagai *Student Ambassador*, dan bergabung di salah satu *start up* di Kota Makassar yaitu Sherpa Ecosystem. Selain itu penulis juga aktif mengikuti seminar-seminar mulai dari tingkat universitas, tingkat regional, tingkat nasional hingga tingkat internasional. Selain aktif mengikuti organisasi penulis juga melakukan magang di UPT. PSBPTP Makassar selama satu bulan dan mendapatkan banyak pengalaman baru.

KATA PENGANTAR



Puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan cahaya ilmunya, rahmat dan ridahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir pada Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin dengan judul “**Analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*) Pada Usaha Beras di Kota Makassar**” dibawah bimbingan Ibu **Dr. Ir. Heliawaty, M. Si.** Dan Ibu **Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan, menyadari keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, dengan penuh rendah hati penulis mengakui bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga apa yang tersaji dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

Makassar, Oktober 2022

Penulis,
Nur Zulfiah. S

PERSANTUNAN



Alhamdulillah rabbil 'alamin, Segala Puja dan Puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Meliputi Segalanya. Segala Puja dan Puji yang banyak dan tak terhingga untuk Tuhan Yang Maha Besar, meskipun puja segala pemuji selalu kurang dari sewajarnya. Segala Puja dan Puji untuk Allah SWT seagung pujian-Nya terhadap diri-Nya.

Shalawat dan Salam yang tiada pernah terputus dan tiada pernah terhenti terus menerus, sambung menyambung sampai ke akhir zaman untuk Nabi yang dicintai dan dikasihi oleh ruh, jiwa, dan jasad kami, Muhammad SAW yang kemuliannya melahirkan kerinduan dan tapak kakinya menggoreskan kesucian, juga untuk keluarganya yang telah disucikan dari segala noda dan nista serta para sahabat yang berjihad bersamanya dan selalu setia sepanjang zaman.

Penyelesaian skripsi ini adalah hal yang membanggakan bagi penulis hingga saat ini karena menjadi pertanggungjawaban penulis selama menempu pendidikan di Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin. Peneliti menyadari bahwa sebagai manusia biasa tidak akan sanggup memenuhi segala kebutuhan secara sempurna tanpa bantuan dan dukungan dari pihak lain.

Skripsi dengan judul "*Analisis IPA(Importance Performance Analysis) dan CSI (Customer Satisfaction Index) Pada Usaha Beras di Kota Makassar*" merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Pertanian (S.P) pada Prodi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Hasanuddin, yang secara khusus peneliti persembahkan kepada kedua Orang tua Tercinta, Ayahanda **Drs. H. Syarifuddin, M.Si** dan Ibunda **ST. Rasyidah** atas segala pengorbanan, kasih sayang, dan jerih payahnya selama ini membesarkan dan mendidik, menyemangati tiada henti dan mendoakan tiada tapi. Terima kasih, walaupun jelas ini tidak sebanding dengan segala hal besar yang ibu berikan kepada penulis, tapi percaya lah berkat ridho dan Aamiin Ibu, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Kakakku **Khaidarsyah S, S.Pd., M.Pd** dan **Yulia Asridah S, S.T** serta Adikku **Rahmat Zulkifli. S** terima kasih atas segala dukungan dan apresiasi yang telah kalian sajikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa semua itu merupakan bentuk kasih sayang sehingga membuat penulis belajar menjadi bijaksana dalam menyikapi masalah apapun yang dihadapi. Penulis menyadari bahwa penelitian ini tak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Untuk itu, tak lupa juga peneliti mengucapkan terima kasih tak terhingga kepada semua pihak yang turut membantu penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. **Ibu Dr. Ir. Heliawaty, M. Si.** selaku dosen pembimbing I dan **Ibu Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si** selaku dosen pembimbing II yang selalu meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan.
2. **Bapak Dr. Ir. Mahyuddin, M. Si.** dan **Ibu Dr. Letty Fudjaja, S.P., M.Si.** selaku dosen Penguji yang telah memberikan masukan dan saran-saran yang bersifat membangun demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini.
3. **Ibu Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si** dan **bapak Rusli M. Rukka, S.P., M.Si.** selaku ketua departemen dan sekretaris departemen sosial ekonomi pertanian terimakasih atas arahan dan didikan yang diberikan.
4. **Bapak dan Ibu dosen,** khususnya di **Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian** karenanyalah penulis bukan hanya sekedar mendapatkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan fokus pelajaran di Departemen Sosial Ekonomi Pertanian akan tetapi penulis mendapatkan pelajaran kehidupan dan teladan dari apa yang bapak dan ibu bagikan kepada kami.
5. **Seluruh staf dan pegawai** departemen sosial ekonomi pertanian dan pegawai administrasi fakultas pertanian yang telah membantu penulis dalam pengurusan administrasi untuk penyelesaian tugas akhir ini.
6. **N3K** sahabat baikku selama kuliah di UNHAS, saudara tak sedarahku yang searah walaupun tak sedaerah (**Kasyfil Hawari Ihsan, Nur Hikmah, Nurul Afifa Ma'ruf**) sahabat kampusku, teman belajar dari maba sampe saat ini. Tanpa kalian yang selalu semangat peneliti untuk terus berjuang dan semangat menjalankan perkuliahan sampai sarjana, penulis mungkin tidak akan berada sampai titik ini. Terima kasih atas seluruh bentuk dukungan, perhatian, bantuannya selama ini, semoga Allah membalas kalian dengan yang lebih baik. Penulis memohon maaf apabila penulis pernah mengecewakan, melukai hati, atau bahkan ada sikap penulis yang menyinggung perasaan kalian tanpa penulis sadari. Semoga kita sehat selalu, diberkahi tiap langkahnya, selalu dalam lindungan-Nya, dan semoga kita semua menjadi orang sukses kelak, Aamiin.
7. **BESTIE (Andi Wiwi, Fira, Ika, Mala, Akhmad, Yaya, Arul, Rahmat, Mas)** Saudaraku, Sahabatku yang selalu ada kapan pun itu. Terima kasih sudah mewarnai hidup penulis selama 9 tahun. Terima kasih untuk 1001 ceritanya, semoga semuanya dilancarkan dan dimudahkan meraih impiannya. Semoga waktu segera mempertemukan kita lengkap dan bertukar cerita perjuangan yang hebat. Sukseski semua, Aamiin.

8. **Hamba Allah Squad (Dewi, Husnul, Mulya, Putri, Evi)** Sahabat burengku semasa SMA, terima kasih telah menjadi sahabat baik penulis, terima kasih atas seluruh bentuk dorongan, motivasi, dan bantuannya selama ini. Terima kasih untuk selalu ada walaupun dipisahkan oleh empat kampus yang berbeda. Semangat mengejar karirnya ya...
9. Keluarga Besar **Mahasiswa Agribisnis Angkatan 2018 (KRISTAL)**. Teman angkatan dari maba. Terimakasih telah menjadi saudara dan keluarga baru. Terima kasih sudah memberikan warna-warni di kehidupan kampus. Terima kasih atas cerita, pengalaman, suka, duka, tangis, tawa, *excited* bersama, liburan dan kebersamaannya sangat seru. Semoga kita semua mencapai keberhasilan kita masing-masing dan semoga persaudaraan ini tetap terjalin walaupun jarak telah jadi pemisah. Semangat dan jangan menyerah ya!
10. **Untuk Papa**. Penulis sengaja memberikan part khusus untuk papa penulis karena menyelesaikan studi ini adalah impian papa penulis. Walau sekarang papa tidak lagi disini, tapi penulis yakin papa pasti bangga disana. Dengan rasa ketakutan dan keraguan yang selalu menghantui sejak setahun lalu, akhirnya penulis bisa menyelesaikan studi penulis dengan penuh kerja keras. Penulis yakin bahwa papa sangat bangga disana melihat anak perempuan yang selalu papa banggakan bisa berada pada titik ini dengan usaha dan kerja kerasnya. Terima kasih sudah jadi sosok Papa yang hebat, tidak perlu khawatir semuanya baik-baik saja dan insyaa Allah akan tetap baik. Terima kasih atas kerja keras, kepercayaan dan *support* luar biasa yang sudah diberikan kepada penulis. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Papa dan Mama selalu bahagia. Papa, *I did it..* semoga Papa senang dan tenang disana. *I miss u Papa...*
11. *Last but not least I want to thank to myself*. Terimakasih untuk tidak pernah menyerah dengan keadaan. Terimakasih sudah mau bangkit walaupun rasanya sulit. Terimakasih sudah berani di beberapa kesempatan, yang menurutmu menakutkan tapi selalu berfikir hal baru tidak selalu seburuk itu. Terimakasih sudah mau bertahan sampai sejauh ini. *Good job fiaaa*, selanjutnya tetap semangat melakukannya dengan penuh keikhlasan dan percaya diri. Mengingat kesempurnaan hanya untuk yang Maha Sempurna, maka penulis menyadari bahwa skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan yang material dalam skripsi ini, hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis dan bukan para pemberi bantuan apalagi yang maha kuasa. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak baik yang bersifat konstruktif ataupun yang deduktif akan menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, dengan segala kekurangannya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat sebagai sebuah hasil karya sekaligus sebagai perjuangan yang penulis persembahkan.

DAFTAR TABEL

No.	Teks	Halaman
1.	Rata-Rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting di Indonesia Tahun 2021	1
2.	Metode Analisis Data Berdasarkan Tujuan Penelitian	11
3.	Skor Penilaian Tingkat Kepuasan dan Kepentingan	12
4.	Skor Penilaian CSI	15
5.	Responden Berdasarkan Jenis Usia	18
6.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	19
7.	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	20
8.	Responden Berdasarkan Pekerjaan	21
9.	Responden Berdasarkan Pendapatan	22
10.	Merek Beras Premium Yang Dikonsumsi Berdasarkan Pendapatan	23
11.	Tingkat Kepentingan dan Kinerja Kelas Pendapatan Tinggi	28
12.	Tingkat Kepentingan dan Kinerja Kelas Pendapatan Menengah	39
13.	Hasil <i>Important and Performance Matrix</i>	32
14.	Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> Atribut Beras Kelas Pendapatan Tinggi	37
15.	Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> Atribut Beras Kelas Pendapatan Menengah	38

DAFTAR GAMBAR

No.	Teks	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran Analisis IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>) dan CSI (<i>Customer Satisfaction Index</i>) Pada Usaha Beras Di Kota Makassar	5
2.	Diagram Kartesius <i>Important Performance Analysis</i>	13
3.	<i>Important and Performance Analysis Matrix</i> Kelas Pendapatan Tinggi	30
4.	<i>Important and Performance Analysis Matrix</i> Kelas Pendapatan Menengah	31

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Teks	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian	45
2.	Data Karakteristik Konsumen Beras Premium	48
3.	Data Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut Beras menggunakan Skala Likert	50
4.	Perhitungan IPA Kelas Pendapatan Tinggi	52
5.	Perhitungan IPA Kelas Pendapatan Menengah	53
6.	Gambar Beras Premium di Lokasi Penelitian	54
7.	Bukti Submit Jurnal	55
8.	Jurnal Indeks Kepuasan Konsumen Beras Di Kota Makassar	56

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	ii
SUSUNAN PENGUJI	iii
DEKLARASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
RIWAYAT HIDUP PENULIS	vii
KATA PENGANTAR	viii
PERSANTUNAN	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR ISI	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Kerangka Pemikiran.....	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Beras	6
2.2 Atribut Produk.....	6
2.3 Kepuasan Konsumen.....	7
2.4 Research Gap (<i>Novelty</i>)	8
BAB III. METODE	10
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	10
3.3 Populasi dan Sampel	10
3.4 Metode Analisis Data.....	11
3.4.1 IPA (<i>Importance and Performance Analysis</i>).....	12
3.4.2 CSI (<i>Customer Satisfaction Index</i>).....	14
3.5 Batasan Operasional.....	16
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	17
4.1 Gambaran Umum Kota Makassar	17
4.2 Gambaran Umum Responden.....	17
4.3 Pendapat Responden	21
4.4 Atribut Beras.....	23
4.5 Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja	27
4.6 Important and Performance Matrix (IPA).....	29

4.7 Analisis CSI (<i>Customer Satisfaction Index</i>).....	37
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	40
5.1 Kesimpulan.....	40
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan akan pangan merupakan hal yang sangat penting dan strategis bagi keberlangsungan hidup umat manusia. Kebutuhan manusia akan pangan adalah hal yang mendasar dan harus terpenuhi secara ideal baik secara kuantitas maupun kualitas. Saat ini, pemenuhan kebutuhan pangan menghadapi sejumlah tantangan. Beras merupakan bahan makanan pokok yang sangat penting di dunia, termasuk di Indonesia (Raharjo *et al.*, 2022), karena beras memiliki sumber karbohidrat dan merupakan makanan pokok yang dikonsumsi lebih dari 90 persen masyarakat Indonesia. Menurut teori Malthus, pertumbuhan penduduk yang sangat pesat membuat kebutuhan bahan pangan akan melebihi ketersediaan pangan itu sendiri (Anggraini *et al.*, 2016). Pada Tabel 1 dapat dilihat mengenai jumlah Rata-Rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting di Indonesia pada Tahun 2021 dan beras menempati urutan pertama sebagai makanan penting yang dikonsumsi setiap hari (Badan Pusat Statistik, 2021).

Tabel 1. Rata-Rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting di Indonesia Tahun 2021.

No.	Jenis Bahan Makanan	Satuan	Jumlah
1	Beras lokal/ketan	kg	1,569
2	Jagung basah dengan kulit	kg	0,034
3	Jagung pocelan/pipilan	kg	0,016
4	Ketela pohon	kg	0,119
5	Ketela rambatk	kg	0,071
6	Gaplek	kg	0,003

Sumber: *Badan Pusat Statistik, 2021.*

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa pengeluaran untuk konsumsi beberapa jenis makanan di Indonesia didominasi oleh beras, artinya kebutuhan akan beras lebih tinggi dibandingkan dengan jenis makanan penting lainnya. Menyikapi hal ini, fokus kepada komoditas khususnya beras sangat perlu dilakukan sebagai mengembangkan usaha (Novita, 2016). Banyaknya pilihan produk yang ditawarkan produsen atau perusahaan kepada konsumen dapat menimbulkan keleluasaan konsumen dalam memilih beras yang diinginkannya, bahkan keanekaragaman inilah yang dapat membuat konsumen dengan mudah berpindah dari satu produk ke produk yang lain berdasarkan selera mereka. Sehingga dari alasan konsumen tersebut dapat disimpulkan bahwa daya tarik konsumen pada suatu produk terdapat pada unsur-unsur atau atribut produk yang terkandung dalam produk beras, sehingga keunikan dan keunggulan suatu atribut produk yang dimiliki akan menimbulkan daya tarik pada konsumen agar dapat

memilih produk tersebut. Menurut Aji dkk dalam (Yusuf *et.al.*, 2018) segmen konsumen beras berbeda antara konsumen dengan pendapatan atas, menengah dan bawah. Namun secara umum sekitar 60% masyarakat masih memilih beras yang murah dengan kualitas yang rendah sampai sedang, sementara sisanya sekitar 40% memilih beras dengan kualitas yang bagus. Perbedaan kebutuhan beras ini dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain pendapatan, selera konsumen, kualitas beras dan harga beras.

Sulawesi Selatan merupakan salah satu penghasil beras terbesar di Indonesia Timur. Predikat sebagai lumbung padi nasional memosisikan Sulawesi Selatan sebagai produsen tanaman pangan yang cukup potensial (Marina *et.al.*, 2020). Dengan jumlah penduduk yang pertumbuhannya cukup pesat, tingkat konsumsi beras tertinggi di Provinsi Sulawesi Selatan berasal dari Kota Makassar mencapai 166.953,13 ton pada tahun 2020 (Badan Pusat Statistik, 2020). Pertumbuhan penduduk yang setiap harinya meningkat juga akan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakatnya (Yusuf *et.al.*, 2018). Pemenuhan kebutuhan beras merupakan aspek yang sangat penting bagi Indonesia. Masalah kualitas menjadi salah satu kriteria penting konsumen dalam memilih beras yang akan dikonsumsi. Konsumen beras saat ini semakin mementingkan mutu dan melihat beras tidak hanya sebagai komoditas melainkan sebagai suatu produk dengan kriteria tertentu. Banyaknya pilihan produk beras baik berupa jenis beras, kemasan, harga, rasa, dan hal lainnya serta perbedaan dan pengaruh lingkungan budaya, kelas sosial, daya beli, motivasi, dan gaya hidup membentuk perilaku konsumen yang berbeda-beda. Hal serupa juga dikemukakan Lestari (2018) yang menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam keputusan pembelian beras di Kota Makassar dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan psikologis. Sebelum melakukan pembelian beras konsumen terlebih dahulu akan memperhatikan dan mempertimbangkan atribut-atribut yang melekat pada beras sesuai kepentingan masing-masing guna mencapai kepuasan.

Mengingat hal tersebut maka dari itu dengan tingkat konsumerisme yang tinggi, serta penduduk dengan latar belakang status sosial yang beragam dari kelas bawah sampai kelas atas, dan memperoleh beras dengan membeli (bukan memproduksi sendiri). Selain itu, pendapatan pun berpengaruh terhadap pilihan beras, disamping masalah harga. Dengan demikian, penting untuk melakukan riset lebih dalam terkait tingkat kepuasan konsumen terhadap beras di Kota Makassar dengan menggunakan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*) untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan kinerja yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif dan untuk mengukur

tingkat kepuasan konsumen terhadap sebuah produk yang dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan strategi terhadap peningkatan pelayanan kepada konsumen di masa akan datang.

1.2 Rumusan Masalah

1. Perbedaan perilaku setiap konsumen menuntut para produsen untuk menyediakan produk beras yang sesuai dengan keinginan konsumen, khususnya segmen pasar yang dituju. Informasi mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap beras akan sangat bermanfaat bagi produsen dan pedagang beras. Informasi ini akan memberikan keuntungan kepada produsen ataupun pedagang beras untuk menyediakan beras yang sesuai dengan keinginan konsumen dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen melalui perbaikan kinerja produk beras yang dinilai konsumen masih kurang memuaskan agar dapat ditingkatkan. Dengan demikian, untuk memberikan kepuasan yang maksimal bagi konsumen, maka perlu diidentifikasi bagaimana tingkat kepentingan dan kinerja atribut beras pada konsumen?
2. Produk beras yang beragam membuat konsumen dapat memilih beras sesuai dengan kebutuhan konsumen. Banyaknya pilihan produk yang ditawarkan produsen atau perusahaan kepada konsumen dapat menimbulkan keleluasaan konsumen dalam memilih beras yang diinginkannya dan karakteristik konsumen perkotaan dalam berbelanja di Kota Makassar sangat beragam. Tingkat kepuasan sangat penting diketahui untuk memberikan informasi apakah beras yang tersedia saat ini sesuai dengan keinginan konsumen. Oleh karena itu, perlu diidentifikasi bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut beras dan kelas pendapatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut beras pada konsumen beras di Kota Makassar.
2. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut beras dan kelas pendapatan.

1.4 Manfaat Penelitian

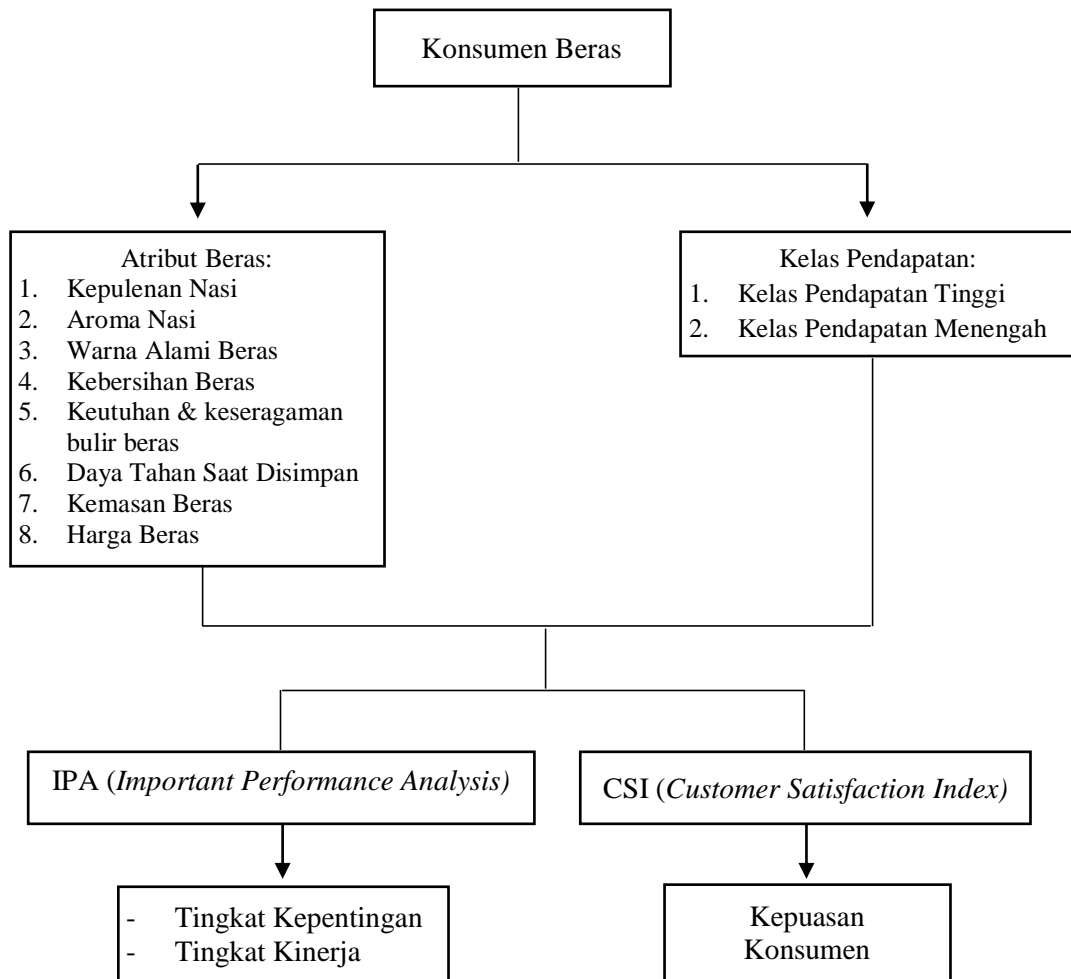
Berdasarkan tujuan yang telah diuraikan, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat:

1. Bagi akademisi, penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan untuk melakukan penelitian sejenis yang lingkupnya lebih luas dan lebih mendalam.

2. Bagi pelaku usaha beras, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam menjalankan usaha.
3. Bagi konsumen beras, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan keputusan pembelian beras.

1.5 Kerangka Pemikiran

Beras adalah komoditas pangan pokok yang dikonsumsi lebih dari 90% penduduk Indonesia yang mengakibatkan konsumsi beras nasional yang terus meningkat seiring meningkatnya jumlah penduduk. Permintaan beras yang meningkat ini menunjukkan bahwa prospek beras saat ini dan dimasa mendatang akan sangat menguntungkan yang juga menyebabkan semakin ketatnya daya persaingan antar pengusaha beras lainnya untuk menarik dan mempertahankan minat konsumen. Seiring meningkatnya jumlah penduduk dari waktu ke waktu, terjadi pula perkembangan preferensi konsumen terhadap beras. Hal tersebut dikarenakan adanya peningkatan pendidikan dan pendapatan, serta perubahan gaya hidup sehingga menyebabkan terjadinya peningkatan kesadaran kualitas dan kontinuitas keberadaan beras. Selain itu, adanya berbagai karakteristik konsumen dan kelas pendapatan menyebabkan prioritas antar konsumen berbeda. Perbedaan ini membutuhkan penanganan yang berbeda dalam kebijakan atau strategi yang akan diperoleh para pengusaha beras. Untuk itu, pengusaha beras perlu untuk berorientasi pada konsumen dengan cara lebih memahami apa saja kebutuhan dan keinginan konsumen melalui analisis kepuasan konsumen. Pengusaha beras harus mengetahui karakteristik konsumennya dan berinovasi dari segi produk, tempat maupun harga yang merupakan bauran dalam pemasaran. Dengan ini diharapkan apa yang diproduksi sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan konsumen. Penelitian mengenai perilaku konsumen beras saat ini dirasa sangat diperlukan sehingga tersalurkannya produk yang sesuai dengan target pasar yang ingin dikuasai produsen. Secara rinci dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran Analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*) Pada Usaha Beras Di Kota Makassar.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Beras

Beras merupakan bahan makanan yang dihasilkan dari tanaman padi. Beras juga merupakan bahan makanan pokok sebagian besar penduduk Indonesia. Beras memiliki nilai tersendiri bagi orang yang mengkonsumsinya dan tidak mudah untuk digantikan dengan bahan pangan yang lain. Beras adalah salah satu bahan makanan yang mengandung gizi dan sebagai sumber tenaga bagi tubuh manusia. Zat makan yang terkandung dalam beras yaitu karbohidrat, protein, lemak, serat kasar, abu dan vitamin. Disamping itu bahan mineral yang terkandung dalam beras diantaranya: *calcium*, *magnesium*, *fosfor* dan lain sebagainya (Tahir, 2010).

Di Indonesia beras merupakan sumber kalori yang terpenting bagi sebagian besar penduduk bila dibandingkan dengan bahan pangan berkarbohidrat lainnya seperti padi-padian, umbi-umbian, dan batang palma. Beras diperkirakan menyumbangkan kalori sebesar 60-80% dan protein 45-55% bagi rata-rata penduduk Indonesia (Haryadi, 2006).

2.2 Atribut Produk

Menurut Kotler dalam (Kartika, 2017) menyatakan bahwa atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diterapkan oleh pembeli. Definisi produk adalah sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata didalamnya sudah tercakup warna, kemasan, prestise pengecer dan pelayanan dari pabrik, serta pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai suatu yang bisa memuaskan keinginannya (Stanton, 2007).

Atribut produk adalah aspek-aspek yang terkandung dalam suatu produk dan yang nantinya akan menjadi penentu dan pertimbangan bagi konsumen untuk menyenangi dan kemudian membeli produk tersebut (Sungkawa dan Fauziah, 2015). Menurut Sangadji dan Sopiha (2013) atribut produk yang melekat pada produk biasanya menggambarkan perspektif penjual atau produsen. Atribut produk terbagi dua jenis diantaranya *Tangible Attributes* dan *Intangible Attributes*. *Tangible Attributes* adalah atribut produk yang nyata (berwujud). Misalnya saya mau beli sebuah mobil, maka *tangible attributesnya* adalah ukuran mobil, warna mobil, dan kuantitas bahannya. Sedangkan *intangible attributes* adalah atribut produk yang tidak berwujud karena tidak ada bentuk fisik. Contoh atribut produk ini adalah harga, kualitas, kehandalan, keindahan atau estetika (desain).

Dengan adanya atribut yang melekat pada suatu produk yang digunakan konsumen untuk menilai dan mengukur kesesuaian karakteristik produk dengan kebutuhan dan keinginan. Konsumen akan mempertimbangkan atribut fisik dan abstrak dalam menilai suatu produk. Pertimbangan ini akan sangat ditentukan oleh informasi yang tersimpan di dalam memorinya (Sumarwan, 2004). Bagi perusahaan dengan mengetahui atribut-atribut apa saja yang bisa memengaruhi keputusan pembelian maka dapat ditentukan strategi untuk mengembangkan dan menyempurnakan produk agar lebih memuaskan konsumen.

2.3 Kepuasan Konsumen

Istilah konsumen berasal dari alih Bahasa dari kata *consumer* (Inggris Amerika), *consument/konsument* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *konsument* itu tergantung dalam posisi mana ia beda. Secara harafiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang (Sasongko, 2011). Menurut Philip Kotler (dalam Rosmawati, 2018) menyatakan bahwa konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi.

Kepuasan adalah penilaian terhadap penampilan dan kinerja barang atau jasa, apakah dapat memenuhi tingkat keinginan, hasrat, kebutuhan, harapan dan tujuan yang sesuai. Artinya kepuasan konsumen adalah sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui barang atau jasa yang dibeli atau dikonsumsi. Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *the expectancy disconfirmation* model, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan apa yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut (Sumarwan 2004).

Berdasarkan fungsinya, produk dibagi menjadi tiga. Pertama, produk yang berfungsi lebih baik dari yang diharapkan, disebut sebagai diskonfirmasi positif (*positive disconfirmation*). Jika ini terjadi, maka konsumen akan merasa puas. Kedua, produk berfungsi seperti yang diharapkan, inilah yang disebut sebagai konfirmasi sederhana (*simple confirmation*). Produk tersebut tidak memberikan rasa puas, dan produk tersebut pun tidak mengecewakan konsumen. Konsumen akan memiliki perasaan netral. Ketiga, produk berfungsi lebih buruk dari yang diharapkan, inilah yang disebut sebagai diskonfirmasi negatif (*negative disconfirmation*). Produk yang berfungsi buruk, tidak sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan kekecewaan, sehingga konsumen merasa tidak puas.

Kotler (2001) menyatakan bahwa terdapat ciri-ciri konsumen yang merasa puas. Ciri-ciri tersebut antara lain yaitu loyal terhadap produk, adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif (rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan), dan perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain.

2.4 Research Gap (*Novelty*)

Dalam penelitian ini terdapat beberapa hal yang memiliki keterkaitan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti lainnya. Adapun hasil dari penelitian terdahulu dapat dijadikan suatu informasi tambahan dan memberikan gambaran yang lebih jelas untuk penelitian selanjutnya. Penelitian terdahulu berupa skripsi ataupun jurnal yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Berikut adalah uraian hasil penelitian-penelitian terdahulu yang relevan.

1. Yusuf *et al.*, (2018) dengan judul “Perilaku Konsumen Pada Pembelian Beras Di Kota Makassar”. Adapun hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah Tingkat pendapatan konsumen dan atribut beras yang dipilih konsumen di pasar tradisional berbeda dengan tingkat pendapatan konsumen di pasar modern. Tingkat pendapatan konsumen memiliki hubungan dengan atribut mutu, kemasan, dan harga, namun fisik beras tidak memiliki hubungan dengan tingkat pendapatan konsumen beras di Kota Makassar. Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu pada analisis data yang digunakan.
2. Widadie, n.d.(2015) dengan judul “Analisis Preferensi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Mutu Beras Di Pasar Legi Surakarta”. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut mutu yang menjadi preferensi konsumen yaitu kepulenan nasi, warna beras dan kebersihan beras. Atribut mutu beras yang menjadi prioritas perbaikan adalah warna beras dan kebersihan beras. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu pada objek penelitian.
3. Putri (2018) dengan judul “Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Mutu Beras di Kampung Bunga Raya Kabupaten Siak”. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut beras yang menjadi prioritas utama bagi produsen untuk memperbaikinya karena atribut tersebut sangat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli beras. Indikator atau atribut tersebut adalah kebersihan beras dan kemasan beras. Sedangkan

indikator yang telah dapat memuaskan konsumen dan harus dipertahankan oleh produsen agar konsumen tetap puas dalam membeli beras itu antara lain atribut gizi beras, rasa beras, dan bau beras.

4. Patimah *et al.*, (2016) dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Usaha Benih Padi Cigeulis”. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Balai Benih Induk Padi dan Palawija kepada konsumen adalah sangat baik dan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan usaha benih padi Cigeulis mencapai nilai 80,35%. Artinya konsumen merasa sangat puas atas kinerja manajemen Balai Benih Induk Padi dan Palawija. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada objek penelitian.
5. Nurmalina, R., & Astuti, E. P. (2011). Analisis Preferensi dan Kepuasan Konsumen terhadap Beras di Kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa perbedaan karakteristik konsumen beras berdasarkan kelas sosialnya. Semakin tinggi kelas sosial, tingkat pendidikan dan rata-rata pendapatan per bulan keluarganya akan semakin tinggi. Hal ini mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengkonsumsi beras. Perbedaan dalam proses pengambilan keputusan terdapat pada pertimbangan utama dalam mengkonsumsi beras, frekuensi dan ukuran pembelian, serta tempat membeli beras. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada lokasi penelitian dan alat analisis yang digunakan.