

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP BERAS ORGANIK DI PT MAS KABUPATEN BANTUL PROVINSI D.I. YOGYAKARTA

Oleh

INDAH WIDOWATI

Staf Pengajar Fakultas Pertanian UPN "Veteran" Yogyakarta

The organic rice that of the future rice to used the food safety for consumers. The organic rice to the trend popular. The aim of the research was to study the effect of kind of consumer and their interaction on available preferency customer of the organic rice at the Supermarket MAS, Bantul Region of Yogyakarta. The result showed that the customer satisfaction very delight until poor delight the influence available of the design package, colour, transportaion facility, longevity storage, flavour, physically, and agreement pay system of the rice customers. Satisfaction of the household customure level the influence of the physically product, design package and the matter service of the rice organic

Key word : organic rice, satisfaction, consumer, customers

PENDAHULUAN

Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan tubuh merupakan peluang berkembangnya pertanian organik. Salah satu produk yang berasal dari pertanian organik adalah beras organik. Kehadiran beras organik disambut gembira oleh masyarakat berkaitan dengan produk beras sehat dengan pola pertanian yang ramah lingkungan.

Menurut riset dan penelitian Maastricht Ageing dari Belanda (Republika, 28 juli 2000), unsur kimia dan pestisida yang terkandung dalam makanan yang kita konsumsi sehari-hari dapat mengakibatkan gangguan kesadaran seperti sulit mengeja, membaca, menulis, membedakan warna sampai pada disfungsi komunikasi (sulit memahami pembicaraan). Yang lebih berbahaya, risiko terhadap gangguan fungsi otak akan semakin besar berupa keterbelakangan tingkat kecerdasan (dari 830 responden, 629 terkena dampak pestisida).

Keunggulan utama beras organik dibanding beras biasa (ditanam dengan aplikasi pupuk buatan dan pestisida kimia) adalah relatif aman untuk dikonsumsi. Selain itu, rasa nasi dari beras organik lebih empuk dan pulen. Daya simpan beras organik juga lebih lama dibanding beras biasa. Nasi dari beras organik pun dapat bertahan selama 24 jam, sementara dari beras biasa mulai basi setelah 12 jam (Andoko A, 2004).

Salah satu perusahaan yang menjual beras organik adalah PT. Melki Agro Sarana yang terletak di jalan Jenderal Sudirman no 6, Bantul. Perusahaan ini lokasinya mudah dijangkau sehingga memudahkan bagi pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya.

Sekarang ini, pelanggan makin kritis dalam melakukan pembelian. Pelanggan mempunyai banyak pertimbangan terhadap produk yang akan mereka beli. Pelanggan akan mempertimbangkan manfaat apa yang akan mereka peroleh, kemudahan dalam memperoleh barang serta keuntungan lain yang akan mereka rasakan. Rasa dari sebuah produk beras organik yang sesuai dengan keinginan pelanggan, akan memotivasi pelanggan untuk terus membelinya walaupun pelanggan sudah mengkonsumsinya. Kemasan sebagai identitas produk, misalnya berkesan kokoh dan mewah merupakan bagian dari produk yang sangat penting. Selain hal-hal tersebut, pelayanan juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan konsep kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan akan tercapai bila kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan telah terpenuhi. Philip Kotler dan AB Susanto (1999) mengemukakan bahwa untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, maka pihak manajemen harus mengetahui faktor-faktor yang dapat memberikan kepuasan pada pelanggan.

Dengan demikian faktor dari produk sangatlah penting untuk dijadikan dasar dalam usaha memberikan kepuasan kepada pelanggan, sebab untuk memperoleh kepuasan, pelanggan akan bereaksi terhadap produk dan dengan segala atributnya. Apabila pelanggan merasa puas terhadap suatu produk, maka hal ini akan menguntungkan perusahaan dalam jangka panjang sebab rasa puas pelanggan akan memanifestasikan tindakan yang didasarkan pada pengalaman masa lalu di mana selanjutnya mereka tidak akan mudah berpindah merek. Pelanggan yang merasa puas cenderung akan menyatakan hal-hal yang baik tentang produk

dan perusahaan yang bersangkutan kepada orang lain. Oleh karena itu pelanggan yang puas merupakan iklan yang baik (Bayus dalam Kotler, et al., 1996). Dan sebaliknya, pelanggan yang tidak puas akan mengeluh dan menceritakan pengalaman buruknya.

BAHAN DAN METODE

Penelitian dilaksanakan menggunakan metode deskriptif (Nazir, 1988).. Responden penelitian pembeli beras organik di perusahaan yang menjual beras organik PT. Melki Agro Sarana yang terletak di jalan Jenderal Sudirman no 6, Bantul. Identitas respon diidentifikasi umur, tingkat pendidikan dan mata pencaharian serta pembelian beras. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data pokok berdasar Singarimbun, 1989. Tempat penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling (Nazir, 1999) dan sampel diambil menggunakan metode quota sampling (Sugiarto,2001). Sampel yang dipilih adalah konsumen yang sedang berbelanja beras di PT. Melki Agro Sarana yang terletak di jalan Jenderal Sudirman no 6, Bantul.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Responden yang diambil yaitu orang yang membeli beras organik di PT. MAS. Identitas responden meliputi umur, tingkat pendidikan, mata pencaharian. Responden yang diambil sangat bervariasi dari segi umur, tingkat pendidikan, dan mata pencaharian, sehingga perbedaan umur dan mata pencaharian akan ikut menentukan keputusan dalam pembelian beras organik baik dari segi kuantitas maupun jenis barang.

Seluruh responden berumur produktif yaitu sebanyak 50 orang atau 100% dan pernah menempuh pendidikan formal. Paling banyak tingkat pendidikan responden adalah di perguruan tinggi sebanyak 18 orang atau 36%. Sedangkan minoritas tingkat pendidikan responden adalah SLTP sebanyak 7 orang atau sebesar 14%.

Pekerjaan yang dilakukan oleh responden sangat bervariasi, dari pekerjaan tersebut diperoleh pendapatan. Pendapatan yang diterima oleh rumah tangga dibelanjakan untuk berbagai kebutuhan rumah tangga antara lain untuk konsumsi beras organik.

Pekerjaan yang dilakukan oleh responden atau keluarganya yaitu sebagai pegawai negeri, pegawai swasta, wiraswasta dan ibu rumah

tangga. Namun yang paling banyak adalah bekerja sebagai wiraswasta yaitu sebanyak 21 orang atau 42%

Setiap rumah tangga mempunyai pengeluaran yang berbeda-beda dalam memenuhi kebutuhannya, baik barang maupun jasa. Pengeluaran responden bervariasi, dimana pengeluaran responden antara Rp 500.001,00 – Rp 750.000,00 sebesar 4 rumah tangga atau 8%, pengeluaran responden antara Rp 750.001,00 – Rp 1.000.000,00 sebesar 7 rumah tangga atau 14%, pengeluaran responden antara Rp 1.000.001,00 – Rp 1.250.000,00 sebesar 26 rumah tangga atau 52%, sedangkan pengeluaran responden > Rp 1.250.000,00 sebesar 13 responden atau 26%.

Mayoritas responden dalam setiap pembelian beras organik sebesar 31 – 45 kg dimana beras organik yang dibeli adalah varietas pandan wangi.

Penilaian Responden Terhadap Produk (X1)

Mayoritas responden menyatakan bahwa beras organik saat mentah dan setelah ditanak beraroma wangi yaitu sebanyak 28 responden atau 56 % dari seluruh responden yang diteliti. Sedangkan minoritas responden menyatakan bahwa beras organik saat mentah dan setelah ditanak beraroma wangi yang tahan lama yaitu sebanyak 9 responden atau 18 % dari seluruh responden yang diteliti. Adapun Skor rata-rata antara bobot penilaian dengan jumlah responden didapat angka 3,92. Dengan demikian secara keseluruhan responden menyatakan bahwa beras organik saat mentah dan setelah ditanak beraroma wangi.

Tingkat kepuasan responden terhadap aroma beras organik. Adapun tingkat kepuasan responden yang dicapai sebesar 4,10. Mayoritas responden menyatakan bahwa daya simpan beras organik antara 5,1 – 7 minggu yaitu sebanyak 19 responden atau 38 % dari seluruh responden yang diteliti. Sedangkan minoritas responden menyatakan bahwa daya simpan beras organik antara 7,1 – 9 minggu yaitu sebanyak 13 responden atau 26 % dari seluruh responden yang diteliti. Adapun Skor rata-rata antara bobot penilaian dengan jumlah responden didapat angka 3,90. Dengan demikian secara keseluruhan responden menyatakan bahwa daya simpan beras organik antara 5,1 – 7 minggu.

Tingkat kepuasan responden terhadap daya simpan beras organik. Adapun tingkat kepuasan responden yang dicapai sebesar 3,92. Mayoritas responden menyatakan bahwa rasa nasi dari beras organik pulen yaitu sebanyak 21

responden atau 42 % dari seluruh responden yang diteliti. Sedangkan minoritas responden menyatakan bahwa rasa nasi dari beras organik pulen dan manis yaitu sebanyak 11 responden atau 22 % dari seluruh responden yang diteliti. Adapun Skor rata-rata antara bobot penilaian dengan jumlah responden didapat angka 3,94. Dengan demikian secara keseluruhan responden menyatakan bahwa rasa nasi dari beras organik pulen.

Rata-rata tingkat kepuasan responden terhadap rasa nasi dari beras organik. Adapun tingkat kepuasan responden yang dicapai sebesar 4,06. Mayoritas responden menyatakan bahwa manfaat beras organik menyehatkan dan mengenyangkan yaitu sebanyak 26 responden atau 52 % dari seluruh responden yang diteliti. Sedangkan minoritas responden menyatakan bahwa manfaat beras organik memberi tenaga yaitu berjumlah 2 responden atau 4 % dari seluruh responden yang diteliti. Adapun Skor rata-rata antara bobot penilaian dengan jumlah responden didapat angka 3,88. Dengan demikian secara keseluruhan responden menyatakan bahwa beras organik menyehatkan dan mengenyangkan.

Tingkat kepuasan responden terhadap manfaat beras organik. Adapun tingkat kepuasan responden yang dicapai sebesar 3,92. Mayoritas responden menyatakan bahwa daya simpan nasi dari beras organik antara 24,1-36 jam yaitu sebanyak 31 responden atau 62 % dari seluruh responden yang diteliti. Sedangkan minoritas responden menyatakan bahwa daya simpan nasi dari beras organik antara 36,1 - 48 jam yaitu sebanyak 6 responden atau 12 % dari seluruh responden yang diteliti. Adapun Skor rata-rata antara bobot penilaian dengan jumlah responden didapat angka 3,86. Dengan demikian secara keseluruhan responden menyatakan bahwa daya simpan nasi dari beras organik antara 24,1-36 jam.

Tingkat kepuasan responden terhadap daya simpan nasi dari beras organik jam. Adapun tingkat kepuasan responden yang dicapai sebesar 3,90. Mayoritas responden menyatakan bahwa bentuk fisik beras organik pendek tidak pecah-pecah yaitu sebanyak 27 responden atau 54 % dari seluruh responden yang diteliti. Sedangkan minoritas responden menyatakan bahwa bentuk fisik beras organik panjang tidak pecah-pecah yaitu berjumlah 4 responden atau 8 % dari seluruh responden yang diteliti. Adapun Skor rata-rata antara bobot penilaian dengan jumlah responden didapat angka 3,70. Dengan demikian secara keseluruhan responden menyatakan

bahwa bentuk fisik beras organik pendek tidak pecah-pecah.

Tingkat kepuasan responden terhadap bentuk fisik beras organik. Adapun tingkat kepuasan responden yang dicapai sebesar 3,90. Mayoritas responden menyatakan bahwa warna beras organik campuran putih bersih dan agak kecoklatan yaitu sebanyak 36 responden atau 72 % dari seluruh responden yang diteliti. Sedangkan minoritas responden menyatakan bahwa warna beras organik putih bersih yaitu berjumlah 3 responden atau 6 % dari seluruh responden yang diteliti. Adapun Skor rata-rata antara bobot penilaian dengan jumlah responden didapat angka 3,84. Dengan demikian secara keseluruhan responden menyatakan bahwa warna beras organik campuran putih bersih dan agak kecoklatan.

Tingkat kepuasan responden terhadap warna beras organik. Adapun tingkat kepuasan responden yang dicapai sebesar 3,64.

Penilaian Responden Terhadap Kemasan (X2)

Mayoritas responden menyatakan bahwa ukuran kemasan beras organik antara 5 – 20 kg yaitu sebanyak 29 responden atau 58 % dari seluruh responden yang diteliti. Sedangkan minoritas responden menyatakan bahwa ukuran kemasan beras antara 36 – 50 kg yaitu berjumlah 5 responden atau 10 % dari seluruh responden yang diteliti. Adapun Skor rata-rata antara bobot penilaian dengan jumlah responden didapat angka 3,84. Dengan demikian secara keseluruhan responden menyatakan bahwa ukuran kemasan beras antara 5 – 20 kg.

Adapun tingkat kepuasan responden yang dicapai sebesar 3,56.

Mayoritas responden menyatakan bahwa desain kemasan beras organik dengan dicantumkan nama produk yaitu sebanyak 30 responden atau 90 % dari seluruh responden yang diteliti. Sedangkan minoritas responden menyatakan bahwa desain kemasan beras organik dengan dicantumkan tanggal kadaluarsa yaitu berjumlah 5 responden atau 10 % dari seluruh responden yang diteliti. Adapun Skor rata-rata antara bobot penilaian dengan jumlah responden didapat angka 3,50. Dengan demikian secara keseluruhan responden menyatakan bahwa desain kemasan beras organik dengan dicantumkan nama produk.

Tingkat kepuasan responden terhadap ukuran kemasan beras organik. Adapun tingkat kepuasan responden yang dicapai sebesar 3,94.

Penilaian Responden Terhadap Pelayanan (X3)

Mayoritas responden menyatakan bahwa ada fasilitas pengantaran untuk pembelian > 20 kg pada tempat yang dekat tanpa tambahan biaya transport yaitu sebanyak 34 responden atau 68 % dari seluruh responden yang diteliti. Sedangkan minoritas responden menyatakan bahwa ada fasilitas pengantaran untuk pembelian < 20 kg pada tempat yang dekat tanpa tambahan biaya transport yaitu berjumlah 6 responden atau 12 % dari seluruh responden yang diteliti. Adapun Skor rata-rata antara bobot penilaian dengan jumlah responden didapat angka 3,92. Dengan demikian secara keseluruhan responden menyatakan bahwa ada fasilitas pengantaran untuk pembelian > 20 kg pada tempat yang dekat tanpa tambahan biaya transport.

Tingkat kepuasan responden terhadap fasilitas pengantaran di PT MAS. Adapun tingkat kepuasan responden yang dicapai sebesar 3,86.

Mayoritas responden menyatakan bahwa sistem pembayaran beras organik dapat mengangsur selama 4 minggu dengan uang muka 50 % yaitu sebanyak 29 responden atau 58 % dari seluruh responden yang diteliti. Sedangkan minoritas responden menyatakan bahwa sistem pembayaran beras organik dapat mengangsur selama 2 minggu dengan uang muka 50 % yaitu berjumlah 1 responden atau 2 % dari seluruh responden yang diteliti. Adapun Skor rata-rata antara bobot penilaian dengan jumlah responden didapat angka 3,72. Dengan demikian secara keseluruhan responden menyatakan bahwa sistem pembayaran beras organik dapat mengangsur selama 4 minggu dengan uang muka 50 %.

Tingkat kepuasan responden terhadap sistem pembayaran beras organik di PT. MAS. Adapun tingkat kepuasan responden yang dicapai sebesar 4,02.

Kepuasan pelanggan

Dengan menggunakan analisis Diagram Kartesius, maka diperoleh petunjuk bahwa :

1. Kuadran A - Menunjukkan indikator-indikator yang perlu mendapat prioritas karena keberadaan indikator-indikator ini yang diharapkan pelanggan, sedangkan hasilnya masih belum memuaskan. Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah bentuk fisik beras organik (= 6), desain kemasan beras organik (= 9), Sistem pembayaran (=11)
2. Kuadran B - Menunjukkan indikator-indikator yang perlu dipertahankan karena pada

umumnya hasil yang dirasakan telah sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga dapat memuaskan pelanggan. Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah aroma beras organik (= 1), daya simpan beras organik (= 2), rasa beras organik (= 3) manfaat beras organik (= 4), daya simpan nasi dari beras organik(= 5).

3. Kuadran D - Menunjukkan indikator-indikator yang kurang diharapkan bagi pelanggan tetapi hasil yang dirasakan sangat baik sehingga pelanggan puas. Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah warna beras organik (= 7), ukuran beras organik (= 8), fasilitas pengantaran beras organik (= 10).

Salah satu dari tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui sejauhmana tingkat kepuasan pelanggan terhadap beras organik di PT Melki Agro Sarana Kabupaten Bantul. Untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap beras organik di PT Melki Agro Sarana Kabupaten Bantul dapat menggunakan standar kinerja dan kriteria yang bisa dikuantifikasikan sehingga kinerjanya dapat dievaluasi dengan menggunakan angka dan data yang tersedia.

Beras organik merupakan komoditas yang mulai berkembang di Indonesia. Kehadiran beras tersebut disambut gembira oleh masyarakat berkaitan dengan produk beras sehat dengan pola pertanian yang ramah lingkungan. Hal ini akan mendorong konsumen untuk menilai beras tersebut, apakah sesuai dengan keinginan dan harapannya.

Responden yang diambil sangat bervariasi dari segi umur, pendidikan, mata pencaharian, dan pengeluaran tiap bulan. Tingkat pendidikan responden bervariasi dari sekolah dasar sampai perguruan tinggi. Pengeluaran responden tiap bulan yang paling banyak adalah antara Rp 1.000.000 - Rp 1.250.000. Tingginya pengeluaran responden tersebut sehingga responden yang mengkonsumsi beras organik adalah kalangan orang menengah keatas.

Pelanggan memiliki sifat individual, dan setiap orang akan memandang sesuatu secara berbeda dari orang lain, meskipun dalam situasi yang sama. Perusahaan harus dapat mengidentifikasi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan karena pengukuran kepuasan pelanggan tidak hanya untuk menentukan bagaimana pelanggan menikmati produk atau jasa yang mereka beli dan pelayanan yang mereka terima. Perusahaan juga harus mencari tahu spesifikasi produk dimana keberhasilan dalam pengukuran kepuasan pelanggan adalah mempelajari kebutuhan pelanggan saat ini dan masa mendatang.

Dari hasil analisis diketahui bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap beras organik pada indikator aroma beras organik, daya simpan beras organik, rasa nasi beras organik, manfaat beras organik, daya simpan nasi beras organik, warna beras organik, ukuran kemasan beras organik dan fasilitas pengantaran adalah puas. Sedangkan desain kemasan beras organik, bentuk fisik beras organik, dan sistem pembayaran adalah tidak puas.

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan model regresi sebagai berikut : $Y = 0,778 + 0,507X_1 + 0,119 X_2 + 0,188 X_3$

Nilai koefisien determinasi (R^2) diketahui sebesar 0,549. Artinya pengaruh variabel independen (produk, kemasan, dan pelayanan) terhadap perubahan variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) adalah sebesar 54,9 %, sedangkan sisanya 45,1 % dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel produk, kemasan, dan pelayanan.

Hasil dari uji F diperoleh besar nilai F hitung adalah 39,970 dan dari F tabel (3, 46; 0,05) diperoleh nilai sebesar 2,81 dengan nilai signifikansinya 0,000. Oleh karena F hitung > F tabel serta besar signifikansi lebih kecil daripada taraf signifikan yang telah ditentukan ($0,000 \leq 0,05$) maka H_0 ditolak, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Dengan maksud bahwa variabel produk, kemasan dan pelayanan secara serentak memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan beras organik di PT. MAS.

Berdasarkan uji t dapat disimpulkan bahwa variabel yang berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan beras organik adalah produk, kemasan dan pelayanan.

KESIMPULAN

1. Tingkat kepuasan pelanggan dari paling puas sampai kurang puas yaitu ukuran kemasan beras organik, warna beras organik, fasilitas pengantaran beras organik, daya simpan beras organik, manfaat beras organik, daya simpan nasi beras organik, rasa nasi beras organik, aroma beras organik, bentuk fisik beras organik, desain kemasan beras organik dan sistem pembayaran bers organik.
2. Kepuasan pelanggan terhadap beras organik pada tingkat rumah tangga dipengaruhi oleh faktor produk, kemasan dan pelayanan.

SARAN

1. Perusahaan sebaiknya senantiasa mempertahankan produk beras organik yang dihasilkannya, atau dapat pula mengembangkan produk tersebut dengan memodifikasi atau melakukan inovasi produk, mengingat bahwa variabel produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Mutu atau kualitas beras organik tetap dipertahankan dengan kemasan yang higienis dan menarik serta keunik dari produk tersebut.
2. Beras organik merupakan komoditas baru yang masih harus diinformasikan dan disebarluaskan sebagai promosi kepada masyarakat sehingga perlu peran aktif pihak-pihak yang berhubungannya seperti petani, pemerintah, dan pedagang maupun masyarakat yang telah lebih dulu mengenal beras organik.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, (2003), *Statistik Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*, Edisi II. UPP-AMP YKPN, Yogyakarta.
- Andoko A, 2004, *Budidaya Padi Secara Organik*, Penebar Swadaya, Jakarta.
- Darmadi Durianto, Sugiarto, Tony Sitinjak, 2001, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Edisi II. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Engel, J.F., 1995, Black Well, R.D. dan Miniard, P.W, *Perilaku Konsumen*, Ed. Keenam, Jilid 2, Bina Rupa Aksara Jakarta.
- Fandy Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Andi offset, Yogyakarta.
- Kotler, P, 1997, *Manajemen Pemasaran-Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta Hallindo, Jakarta.
- Mubyarto, 1989, *Pengantar Ekonomi Pertanian*, LP3ES, Jakarta.
- Mustafa, EQ. Z. (1995). *Pengantar Statistik Terapan untuk Ekonomi*. Edisi II. Yogyakarta: BPFE-UUI.
- Rangkuti F, 2002, *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN-JP*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Robert D.Mason. Douglas A.Lind, 1999, *Teknik Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia, Erlangga, Jakarta.
- Singarimbun, Effendi, 1989, *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta.
- Sugiyono, 2003, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfa Beta, Bandung.
- Supranto J, 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta, Jakarta.