

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN BERAS CAP 3D DI
UD. DADI MULYO KABUPATEN JEPARA**

SKRIPSI

Oleh:

MUHAMMAD DLIYAUL HAQ



**PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor pertanian di Indonesia merupakan salah satu sektor utama yang turut menyumbang perekonomian nasional dengan beras sebagai salah satu komoditas yang permintaannya meningkat setiap tahun. Data *United States Department of Agriculture* (USDA) mencatat Indonesia sebagai penghasil padi terbesar ketiga di dunia setelah India dan Cina (Asrofi *et al.*, 2024). Pulau Jawa merupakan salah satu lumbung padi terbesar di Indonesia terutama provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2024) ketiga pulau tersebut menyumbang produksi beras sebanyak 16 juta ton beras. Produksi yang masif dari ketiga wilayah tersebut menghasilkan jenis varietas beras meliputi IR 64, Ciherang, dan Inpari 42 maupun Mapan (Mardiah *et al.*, 2016).

Industri beras di Indonesia memiliki peranan sentral dalam ketahanan pangan nasional. Statistik Konsumsi Pangan (2024) mencatat konsumsi beras di Indonesia mencapai 36,5 juta ton, meningkat 1,2 juta ton dibandingkan tahun 2021. Kenaikan ini dipengaruhi oleh pertumbuhan penduduk, perubahan pola konsumsi, dan kebijakan ketahanan pangan yang memastikan ketersediaan serta keterjangkauan beras bagi masyarakat (Rizal dan Alam, 2020). Seiring peningkatan konsumsi beras dalam negeri, penggilingan padi turut mampu bersaing dan menghasilkan beras berkualitas agar permintaan pasar tetap terjaga serta kepuasan konsumen dapat meningkat melalui strategi yang lebih inovatif.

Kabupaten Jepara turut memberikan andil dalam memenuhi pasokan beras di Jawa Tengah salah satunya melalui peran pelaku usaha di sektor penggilingan padi. UD. Dadi Mulyo merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penggilingan beras putih maupun beras ketan dan telah beroperasi sejak 1989. Gabah yang diproses diambil dari berbagai daerah seperti Kudus, Demak, Lumajang, Cianjur, dan Pasuruan. UD. Dadi Mulyo tidak hanya sebagai pemrosesan gabah menjadi beras tetapi juga melayani penjualan beras yang diproduksi sendiri. UD. Dadi Mulyo memproduksi beras dari berbagai jenis varietas padi seperti IR 64, C4 dan Mapan yang menghasilkan kualitas beras mulai dari medium hingga premium. Beras putih yang diproduksi dikemas dalam kemasan 25 kg dengan merek Cap Anggur dan Cap Ikan Mas untuk beras medium dan Cap 3D untuk beras premium. Salah satu produk beras putih unggulan dari UD. Dadi Mulyo yaitu beras premium bermerek Cap 3D yang telah diproduksi sejak tahun 2019. Beras Cap 3D berasal dari padi jenis Mapan P-05 dengan karakteristik berasnya yang pulen dan wangi. Asal usul merek Cap 3D sendiri diambil dari nama anak pemilik perusahaan yaitu “Dama, Dika, Diza” sehingga tercipta merek 3D. Beras yang diproduksi tidak hanya tersedia dalam kemasan utuh 25 kg, tetapi juga dapat dibeli secara eceran per kilogram. Varian yang ditawarkan memiliki perbedaan secara spesifikasi, terutama dari segi kualitas dan harga sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Banyaknya jenis beras putih dengan harga bervariasi di pasaran memberi konsumen lebih banyak pilihan dan membentuk harapan akan kepuasan dari produk yang dibeli. Hal ini memberikan tekanan bagi pelaku di industri beras seperti UD.

Dadi Mulyo untuk terus melakukan adaptasi dan inovasi dalam produksi beras yang dihasilkan. Sepanjang tahun 2024, UD. Dadi Mulyo mampu memproduksi beras Cap 3D sebanyak 178.460 kg dengan total beras terjual mencapai 178.402 kg. Hal ini menunjukkan bahwa hampir seluruh hasil penggilingan terserap dengan baik oleh pasar. Jumlah ini mencerminkan pengelolaan produksi dan distribusi yang mampu menyesuaikan fluktuasi pasokan bahan baku sekaligus permintaan konsumen di tengah persaingan harga dan kualitas yang semakin ketat. Pengaruh musim panen, perubahan harga gabah, serta potensi kelangkaan bahan baku menjadi tantangan penting bagi UD. Dadi Mulyo dalam menjaga kualitas dan stabilitas harga beras yang diproduksi. Kondisi tersebut secara tidak langsung membuat konsumen semakin selektif dalam memilih beras berdasarkan mutu produk, kesesuaian harga, serta pelayanan yang diberikan oleh produsen. Kepuasan konsumen dapat muncul setelah mereka membeli dan menggunakan produk karena pada tahap tersebut konsumen dapat membandingkan harapan dengan kenyataan yang diterima. Kepuasan konsumen dapat terukur salah satunya melalui kualitas produk yang dihasilkan perusahaan (Mardinah *et al.*, 2016). Dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis, UD. Dadi Mulyo perlu tanggap terhadap perubahan preferensi konsumen serta menjadikan kepuasan konsumen sebagai prioritas utama. Kepuasan konsumen merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dengan persepsi terhadap kualitas produk, harga, dan pelayanan yang diterima (Kotler dan Keller, 2019).

Persaingan dagang dalam industri beras yang semakin kompetitif menjadikan kepuasan konsumen sebagai salah satu indikator utama dalam meningkatkan daya

saing usaha. Konsumen yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain, sementara ketidakpuasan dapat menyebabkan peralihan ke merek lain yang dianggap lebih baik (Ayu dan Sunaryanto, 2020). Atribut mengenai kepuasan konsumen meliputi kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan menjadi daya tarik bagi penulis untuk dianalisis guna mengetahui tingkat kepuasan konsumen beras putih cap 3D. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan maupun bahan evaluasi bagi UD. Dadi Mulyo dalam meningkatkan kepuasan konsumen serta memperkuat daya saing di industri beras.

1.2. Tujuan dan Manfaat

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis penilaian konsumen mengenai atribut kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan pada Beras Cap 3D di UD. Dadi Mulyo Kabupaten Jepara.
2. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen Beras Cap 3D di UD. Dadi Mulyo Kabupaten Jepara.

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat bagi peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan sarana penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama studi serta membandingkan dengan keadaan sebenarnya.

2. Manfaat bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan masukan dan informasi tambahan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam membuat produk dengan kualitas dan harga terbaik serta memberikan layanan yang memuaskan.

3. Manfaat secara umum

Hasil penelitian ini sebagai sumber bacaan atau referensi untuk memperluas wawasan dan menambah ilmu pengetahuan pembaca dalam upaya memperdalam ilmu kepuasan konsumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Beras

Beras adalah hasil dari tanaman padi (*Oryza sativa* L.), yang merupakan salah satu makanan pokok paling penting di dunia terutama di kawasan Asia. Beras menjadi sumber utama karbohidrat yang dikonsumsi oleh lebih dari setengah populasi dunia (Wardani *et al.*, 2019). Beras memiliki berbagai jenis, yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran butir, warna, aroma, serta tekstur saat dimasak. Beras terbagi menjadi beberapa varietas seperti beras biasa (beras pulen), beras ketan, beras merah, dan beras hitam. Beras mengandung komposisi nutrisi yang bervariasi, dengan kandungan karbohidrat sebagai komponen utama, serta sejumlah kecil protein, lemak, vitamin, dan mineral. Komponen utama dalam beras adalah pati, yang terdiri dari dua molekul, yaitu amilosa dan amilopektin (Sari *et al.*, 2020). Rasio antara amilosa dan amilopektin dalam beras memengaruhi tekstur dan sifat beras ketika dimasak. Beras dengan kandungan amilosa tinggi cenderung menghasilkan tekstur yang kering dan tidak lengket, sementara beras dengan kandungan amilosa rendah akan menghasilkan tekstur yang lebih lengket.

Taksonomi beras menurut Steenis (2008), termasuk dalam klasifikasi sebagai berikut:

Kingdom : *Plantae*
Divisi : *Magnoliophyta*
Kelas : *Liliopsida*
Ordo : *Poales*

Familia : *Gramineae (poaceae)*

Genus : *Oryza*

Spesies : *Oryza Sativa* L.

Beras merupakan sumber karbohidrat terbesar di antara tanaman pangan lainnya. Karbohidrat pada beras terdiri dari sebagian besar pati dan sebagian kecil pentosa, selulosa, hemiselulosa, dan gula. Pati pada beras berkisar antara 85-90% dari berat kering beras. Beras mengandung pentosa berkisar 2,0-2,5% dan gula 0,6-1,4% dari berat beras pecah kulit. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sifat fisik kimiawi beras ditentukan oleh sifat-sifat patinya, karena pati merupakan penyusun utama beras (Haryadi, 2006).

2.2. Karakteristik Beras Mapan

Beras Mapan merupakan salah satu jenis beras dari padi hibrida atau persilangan antara dua genetik padi berbeda. Varietas ini ditemukan oleh peneliti padi di China bernama Li Yuan Ping dan Liu Zu Han. Padi jenis ini menjadi salah satu varietas unggul nasional yang dikembangkan oleh Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (Balitbangtan) dan perusahaan benih swasta. Sasaran utama padi hibrida ditujukan untuk menghasilkan varietas yang adaptif terhadap kondisi lingkungan di Indonesia dengan nilai heterosis daya hasil 20-25 persen dibandingkan dengan varietas unggul inbrida (Widodo *et al.*, 2022). Padi Mapan umumnya memiliki potensi hasil 8–11 ton per hektar dengan rendemen giling tinggi sekitar 65–68 persen. Varietas ini berumur genjah yaitu 110–120 hari setelah semai dan memiliki bentuk gabah panjang, serta jumlah anakan produktif 20–30 per rumpun sehingga mendukung hasil panen optimal. (Nuralita *et al.*, 2023). Adaptasi

varietas ini juga tergolong luas dapat tumbuh baik pada ketinggian 0–700 meter di atas permukaan laut. Meskipun harga benih padi hibrida cenderung lebih mahal dibandingkan varietas inbrida, kualitas hasil berupa beras putih bening dengan rasa nasi yang pulen, putih, dan wangi menjadi keunggulan utama yang disukai pasar domestik.

2.3. Penggilingan Padi

Penggilingan padi merupakan tahap penting dalam proses pascapanen yang bertujuan mengubah gabah kering giling menjadi beras siap konsumsi. Proses ini melibatkan serangkaian mesin yang berfungsi untuk memisahkan sekam dan lapisan aleuron dari endosperma, sehingga menghasilkan beras putih dengan tingkat kerapuhan minimal. Menurut Aminudin dan Rusmono (2022), pola konfigurasi mesin penggilingan padi dapat menentukan rendemen penggilingan, di mana konfigurasi mesin yang optimal dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas beras yang dihasilkan. Selain menghasilkan beras sebagai produk utama, proses penggilingan padi juga menghasilkan produk samping seperti dedak, menir, dan sekam. Pemanfaatan produk samping memiliki potensi nilai tambah yang signifikan, namun di Indonesia terbilang belum maksimal sehingga diperlukan perhatian lebih dari pemerintah dan pelaku usaha untuk meningkatkan efisiensi dan keuntungan dari industri penggilingan padi (Iqbal *et al.*, 2020). Penggilingan padi memiliki peran strategis dalam sistem agribisnis padi di Indonesia. Sebagai mata rantai penting dalam suplai beras nasional, penggilingan padi dituntut untuk memberikan kontribusi dalam penyediaan beras berkualitas tinggi guna mendukung

ketahanan pangan nasional. Penggilingan padi merupakan pusat pertemuan antara produksi, pascapanen, pengolahan, dan pemasaran gabah/beras sehingga peranannya sangat vital dalam menjaga stabilitas pangan di Indonesia.

2.4. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan tingkatan perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau *outcome* yang dirasakan dengan harapan terhadap suatu produk kebutuhan yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Ramdhan *et al.*, 2019). Kepuasan konsumen akan mempengaruhi derajat kepentingan suatu produk bagi konsumen dimana jika suatu produk dianggap penting, maka kepuasan konsumen juga semakin tinggi pula. Semakin tinggi kualitas suatu produk, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen (Mardinah *et al.*, 2016).

Kepuasan konsumen dapat diukur berdasarkan faktor kualitas produk, harga, kualitas pelayanan serta faktor emosional yang bersifat pribadi maupun bersifat sosial (Fitriana *et al.*, 2020). Kepuasan konsumen diawali dengan penilaian konsumen terhadap kualitas produk berdasarkan harapan atas produk tersebut. Konsumen akan merasa puas jika kualitas produk yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka dan konsumen akan merasa kecewa jika kualitas produk yang diterima dibawah harapan mereka (Afnina dan Hastuti, 2018). Prinsip kepuasan konsumen merupakan aspek penting dalam menjaga keberlangsungan bisnis. Hal ini mencakup pemahaman terhadap harapan konsumen, pemilihan target konsumen yang tepat, serta analisis faktor-faktor yang memengaruhi tingkat

kepuasan mereka. Konsumen yang loyal bukan hanya mereka yang terus membeli, tetapi juga yang berani menyampaikan keluhan untuk perbaikan layanan. Selain itu jaminan kualitas, respons terhadap masukan konsumen, dan peran aktif karyawan menjadi kunci dalam memberikan layanan yang memuaskan.

Menurut Wijaya *et al.* (2021), terdapat tiga dimensi dalam mengukur kepuasan pelanggan secara universal yaitu :

1. *Attributes related to product*, yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari produk penetapan nilai yang didapatkan dengan harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, benefit dari produk tersebut.
2. *Attributes related to service*, yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari pelayanan seperti masa garansi yang dijanjikan, proses pemenuhan pelayanan atau proses pengiriman serta proses penyelesaian masalah yang diberikan.
3. *Attributes related to purchase*, yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari keputusan pembelian yang berdasarkan persepsi konsumen seperti kemudahan mendapat informasi, kesopanan karyawan dan juga pengaruh reputasi perusahaan.

Menurut Indah *et al.* (2018) indikator dari kepuasan konsumen yaitu:

1. Kepuasan secara menyeluruh, dimana konsumen akan puas jika secara keseluruhan dari pekerjaan produknya baik dan tidak mengecewakan.
2. Merekomendasikan kepada orang lain, konsumen yang merasa puas akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

3. Menggunakan ulang produk tersebut, konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian dan penggunaan ulang dari suatu produk.

2.5. Atribut Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi subjektif seseorang terhadap kinerja atau hasil suatu produk setelah dibandingkan dengan harapan mereka (Kotler dan Keller, 2019). Konsumen yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Kepuasan konsumen tidak terjadi begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh sejumlah atribut penting yang menjadi daya tariknya. Atribut kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas produk, harga, dan pelayanan. Atribut sensoris seperti rasa, tekstur, aroma, dan tampilan produk yang menjadi penentu utama dalam membentuk preferensi pelanggan (Fitriana *et al.*, 2020). Pelayanan dan aksesibilitas produk berperan dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen dimana pelayanan yang tanggap dan ketersediaan produk yang stabil meningkatkan kepuasan pelanggan (Santika dan Bandrang, 2021). Harga dan promosi juga menjadi faktor krusial dalam kepuasan konsumen, di mana pelanggan lebih puas jika harga yang mereka bayarkan sebanding dengan kualitas produk yang diterima. Pemahaman terhadap atribut kepuasan konsumen menjadi tolak ukur yang penting bagi perusahaan dalam peningkatan kualitas produk yang dihasilkan demi mempertahankan kepuasan pelanggan dan daya saing di pasar.

2.5.1 Kualitas Produk

Produk adalah sesuatu yang mampu memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan. Produk dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, yang mampu memuaskan keinginan atau kebutuhan hidup konsumen (Arfah, 2022). Kualitas produk merupakan suatu ukuran atau karakteristik yang menunjukkan sejauh mana suatu produk memenuhi standar atau harapan konsumen. Kualitas atau mutu produk sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang menentukan apakah produk tersebut dapat memenuhi tujuannya untuk meningkatkan volume penjualan (Mursalat *et al.*, 2023). Beras putih merupakan hasil dari tanaman padi yang diproses melalui mesin *slip* sehingga menghasilkan beras dengan kualitas tertentu. Kualitas beras dipengaruhi oleh varietas yang digunakan, metode penanaman, lingkungan tumbuh, dan teknik pengolahan pasca panen. Indikator kualitas meliputi kemurnian varietas, warna, tekstur, aroma, serta kandungan amilosa yang memengaruhi kekenyalan setelah dimasak (Suriani, 2015). Proses pasca panen seperti pengeringan, penggilingan, dan penyimpanan menjadi aspek penting yang menentukan kualitas akhir beras. Pengemasan yang tepat seperti menggunakan kantong plastik bersegel atau wadah kedap udara, dapat menjaga mutu, kesegaran, serta cita rasa khas beras lebih lama (Winarno dan Octaria, 2020).

2.5.2 Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk yang mereka butuh kan atau inginkan, dan memegang peranan penting dalam proses penjualan karena berpengaruh langsung pada tingkat keuntungan perusahaan (Ernayani *et al.*, 2023). Variasi model pengemasan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi harga jual dimana produsen sering menggunakan berbagai jenis pengemasan dengan harga berbeda untuk menarik minat konsumen dan mendorong pembelian (Rasa *et al.*, 2023). Penentuan harga merupakan kebijakan strategis yang harus dilakukan secara cermat, dengan mempertimbangkan biaya produksi, fluktuasi harga bahan baku, serta kualitas produk yang dihasilkan. Penetapan harga yang akurat membantu perusahaan menghindari perubahan harga yang terlalu sering meskipun terjadi kenaikan biaya produksi sehingga stabilitas penjualan dapat terjaga (Mariani *et al.*, 2023). Harga yang wajar sesuai dengan kualitas produk, seperti tingkat kekenyalan, rasa, dan tekstur beras setelah dimasak akan menciptakan kepuasan konsumen dan mendorong pembelian ulang karena konsumen cenderung bersedia membayar lebih untuk produk berkualitas tinggi (Ramadayanti, 2019). Harga produk beras juga bervariasi tergantung pada tingkat pengolahan, pengemasan, dan metode distribusi dimana beras premium cenderung memiliki harga lebih tinggi dibandingkan kualitas standar (Hermanto dan Saptanta, 2019).

2.5.3 Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan kegiatan melayani atau membantu apa yang dibutuhkan oleh orang lain, baik individu maupun kelompok masyarakat. Pelayanan atau sikap yang menciptakan rasa nyaman kepada konsumen dapat memberikan kepuasan kepada konsumen (Meithiana, 2019). Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk kegiatan atau suatu pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan dalam memenuhi keinginan, harapan, dan kepuasan konsumen sesuai dengan indikator kualitas pelayanan (Setiawan *et al.*, 2019). Apabila pelayanan yang diterima konsumen sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan tersebut dianggap baik atau positif. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diterima konsumen tidak sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dianggap buruk atau negatif.

2.6. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kesenjangan antara tingkat kepentingan dengan kenyataan. *Importance Performance Analysis (IPA)* merupakan alat bantu untuk membandingkan sejauh mana kinerja atau pelayanan yang dapat dirasakan oleh konsumen dibandingkan tingkat kepuasan yang diinginkan (Yola dan Budianto, 2018). Penggunaan metode IPA dalam analisis kepuasan konsumen memiliki beberapa kelebihan yaitu dapat menunjukkan atribut yang harus dipertahankan dan ditingkatkan untuk menjaga kepuasan konsumen yang dapat dilihat melalui kuadran pada diagram *kartesianus*. Hasil dari pengukuran

menggunakan metode IPA dapat digunakan untuk mengetahui skala prioritas tiap atribut mempengaruhi kepuasan konsumen dan atribut yang terbagi dalam empat kuadran sehingga perusahaan dapat meningkatkan atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan atribut yang harus dievaluasi oleh perusahaan (Pratiwi dan Yuliawati, 2019).

2.7. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Matriks *Customer Satisfaction Index (CSI)* digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen. *Customer Satisfaction Index (CSI)* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja setiap atribut yang diukur dalam penelitian (Aritonang, 2005). Penggunaan metode CSI dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen memiliki kelebihan. Kelebihan penggunaan metode CSI yaitu dapat memberikan data yang jelas mengenai tingkat kepuasan konsumen dan informasi terkait atribut yang diinginkan konsumen sehingga pada satuan waktu tertentu serta dapat melakukan evaluasi secara berkala dengan tujuan untuk memperbaiki kekurangan dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan (Widodo dan Sutopo, 2018).

2.8. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan sebagai pedoman dalam melaksanakan penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian, Penulis, Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Analisis Preferensi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Mutu Beras Di Pasar Legi Surakarta (Nafiah, <i>et al.</i> , 2015).	Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi literatur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah <i>accidental sampling</i> dengan jumlah sampel 40 responden. Analisis data dilakukan menggunakan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) untuk mengetahui keadaan masing-masing variabel dari faktor-faktor kepuasan ditinjau dari segi kepentingan dan kinerja dan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan atribut-atribut pada setiap variabel yang diukur.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut mutu yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Legi adalah kepulenan nasi, warna beras, dan kebersihan beras. Tingkat kepuasan konsumen terhadap beras yang dikonsumsi mencapai 78,62%, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa puas. Selain itu, atribut mutu beras yang menjadi prioritas perbaikan adalah warna beras dan kebersihan beras.
Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Jasa Penggilingan Padi (Studi Kasus Penggilingan Padi Tunas Karya Desa Persil Raya, Kecamatan Seyuran Hilir, Kabupaten Seruyan) (Santika dan Bandrang, 2021).	Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi literatur. Metode yang digunakan dalam jurnal ini adalah metode pengambilan sampel secara acak sederhana (<i>Simple Random Sampling</i>) dan <i>purposive sampling</i> untuk menentukan lokasi penelitian. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 57 rumah tangga, yang diambil	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen di Balai Benih Induk Padi dan Palawija meliputi pelayanan yang selalu tepat waktu, kesesuaian isi, ketahanan tanaman terhadap hama, hasil panen yang banyak, serta kualitas produk dan harga benih

Tabel 1. (Lanjutan)

Judul Penelitian, Penulis, Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Kepuasan Konsumen Rumah Tangga Terhadap Beras Padi Asal Lampung Selatan (Beras "Palas") di Kabupaten Lampung Selatan (Fitriana dan Adawiyah, 2020).	dari populasi petani sebanyak 379 rumah tangga, dengan metode pengambilan sampel sebesar 15% dari jumlah populasi tersebut. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan juga melibatkan metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja pelayanan.	Cigeulis. Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan usaha benih padi Cigeulis mencapai nilai 80,35%, yang menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas dengan kinerja manajemen Balai Benih Induk Padi dan Palawija.
	Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kualitatif dan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan metode <i>non-probability sampling</i> , yaitu <i>accidental sampling</i> . Responden berjumlah 40 orang terdiri dari konsumen rumah tangga beras "Palas" yang telah melakukan pembelian minimal dua kali. Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah survei dengan pengambilan sampel menggunakan metode <i>non-probability sampling</i> , yaitu <i>accidental sampling</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut-atribut beras "Palas" memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang berbeda. Nilai Customer Satisfaction Index (CSI) untuk beras "Palas" diperoleh sebesar 73,60 persen, yang tergolong dalam kategori puas. Atribut-atribut seperti harga, rasa, aroma, kebersihan, dan warna dinilai baik oleh konsumen, dan produsen diharapkan untuk mempertahankan kinerja dari atribut-atribut ini untuk terus meningkatkan kepuasan konsumen.

Tabel 1. (Lanjutan)

Judul Penelitian, Penulis, Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Responden terdiri dari konsumen rumah tangga beras "Palas" yang telah melakukan pembelian minimal dua kali. Data yang dikumpulkan meliputi data primer melalui wawancara menggunakan kuesioner dan data sekunder dari instansi terkait. Untuk mengukur kepuasan konsumen, digunakan metode Important and Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI). Atribut yang dianalisis mencakup harga, rasa, kepulenan, aroma, warna, desain kemasan, jenis kemasan, ukuran kemasan, dan kebersihan. Hasil analisis IPA disajikan dalam diagram kartesius yang menunjukkan tingkat kepentingan dan kinerja dari masing-masing	

BAB III

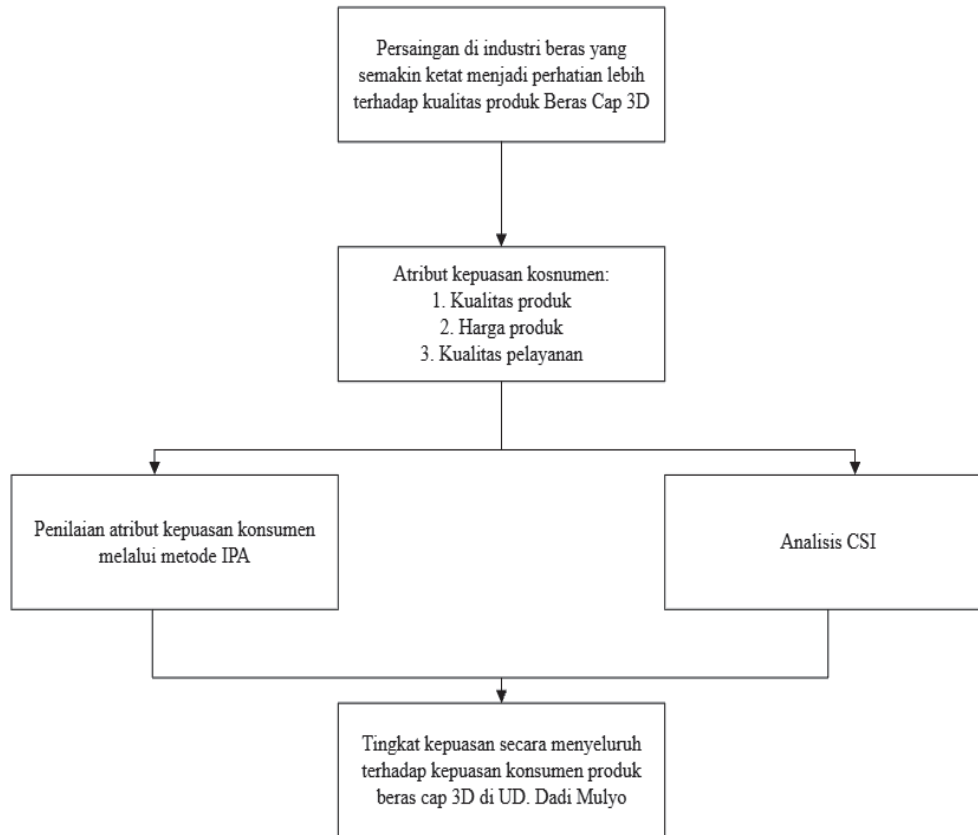
METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Kerangka Pemikiran

UD. Dadi Mulyo merupakan salah satu perusahaan penggilingan padi yang terletak di Kabupaten Jepara dan telah beroperasi sejak 1989. Usaha penggilingan padi ini memproses beras putih maupun beras ketan. UD. Dadi Mulyo tidak hanya berjalan sebagai penggilingan padi tetapi juga melayani penjualan produk berasnya sendiri salah satunya yaitu Beras Cap 3D yang dikemas dalam kemasan 25kg. Banyaknya pesaing di industri beras, menyebabkan UD. Dadi Mulyo perlu memperhatikan dan meningkatkan produk berasnya dari segi kualitas, harga maupun pelayanan yang diberikan pada konsumen. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dimana jika konsumen merasa produk yang dikonsumsi berkualitas maka konsumen akan puas dan terjadi pembelian ulang terhadap produk tersebut serta konsumen juga akan merekomendasikan produk tersebut kepada pihak lain. Cara meningkatkan kepuasan konsumen yaitu dengan membuat produk yang bervariasi, harga yang bersaing, serta mampu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik.

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen, sehingga diketahui variabel mana saja yang paling berpengaruh dan kurang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari pengukuran kepuasan dapat digunakan sebagai dasar bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas produknya

dari aspek kualitas produk, harga, maupun pelayanan. Kerangka pemikiran dalam penelitian dapat digambarkan pada Ilustrasi 1:



Ilustrasi 1. Kerangka Pemikiran

3.2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada 02 Maret 2025 – 05 April 2025 di UD. Dadi Mulyo yang berlokasi di Jl. Raya Welahan – Gotri, Kalipucang Kulon, Kecamatan Welahan, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Pemilihan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) karena UD Dadi Mulyo merupakan salah satu usaha penggilingan padi di Kabupaten Jepara yang memproduksi beras dengan mereknya sendiri yaitu Beras Cap 3D. UD. Dadi Mulyo juga memiliki kapasitas produksi

yang besar serta telah beroperasi secara berkelanjutan dalam jangka waktu yang cukup lama. Pemilik UD. Dadi Mulyo juga memberikan keterbukaan akses terhadap penelitian ini. Metode *purposive* adalah proses penentuan lokasi penelitian yang dilakukan secara sengaja berdasarkan pertimbangan – pertimbangan tertentu yang dianggap sesuai (Sugiyono, 2017). Pertimbangan tersebut dianggap relevan atau representatif untuk mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

3.3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif dilakukan untuk menguji teori melalui hubungan antar variabel yang cenderung mengimplikasikan fenomena menjadi angka, selanjutnya dianalisis menggunakan statistika (Sugiyono, 2017). Metode survei dilakukan dengan mengumpulkan data primer yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, dengan bantuan kuesioner kepada responden tentang atribut kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Data sekunder diperoleh dari arsip perusahaan UD. Dadi Mulyo dan studi pustaka terkait kepuasan konsumen.

3.4. Sumber dan Metode Penentuan Sampel

Pengambilan sampel responden dilakukan dengan teknik *non probability sampling* yaitu dengan menggunakan metode *accidental sampling*. *Accidental sampling* digunakan ketika jumlah populasi tidak dapat diketahui. *Accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel secara tidak sengaja, yaitu siapa saja

yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel dengan syarat orang yang ditemui tersebut sesuai sebagai sumber data (Sugiyono, 2017). Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus *Lemeshow*. Rumus *Lemeshow* digunakan untuk menentukan banyaknya sampel pada sebuah populasi yang tidak diketahui jumlahnya (Lemeshow *et al.*, 1997).

Perhitungan jumlah sampel diformulasikan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

Z : nilai distribusi normal baku 95% = 1,96

P : maksimal estimasi 50% = 0,5

D : tingkat kesalahan 10% = 0,1

Dengan demikian, dapat diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2} = 96,4 \approx 100$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan Rumus *Lemeshow*, ketentuan tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel penelitian yang ditoleransi yaitu sebesar 10%. Maka jumlah sampel yang didapatkan yaitu 96,04 kemudian dibulatkan menjadi 100. Kriteria responden (sampel) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang telah melakukan pembelian beras Cap 3D sebanyak satu kali di UD. Dadi Mulyo Kabupaten Jepara. Pemilihan responden (sampel) berusia 17 tahun ke atas dengan pertimbangan bahwa responden sudah dapat membuat

penilaian secara objektif mengenai pernyataan dalam kuesioner yang berkaitan dengan variabel penelitian.

3.5. Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh pengumpul data, sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung oleh pengumpul data (Sugiyono, 2017). Data primer diperoleh melalui wawancara kuesioner yang dilakukan secara langsung dengan responden sehingga memungkinkan peneliti mendapatkan wawasan yang lebih mendalam melalui perspektif responden sehingga informasi yang diperoleh lebih kaya untuk selanjutnya dilakukan analisis. Observasi adalah kegiatan mengamati atau meneliti langsung suatu objek tertentu yang menjadi sumber data untuk memeriksa situasi yang terjadi di lapangan. Data sekunder diperoleh dari kajian pustaka seperti buku dan jurnal ilmiah yang relevan dan berkaitan dengan penelitian yang digunakan sebagai pendukung dari data primer. Pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk menghimpun informasi dari lapangan yang kemudian diolah menjadi data hasil penelitian.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terstruktur. Wawancara dilakukan dengan tanya jawab secara langsung kepada responden menggunakan alat bantu berupa kuesioner. Jenis kuesioner yang digunakan yaitu menggunakan kuesioner tertutup atau *close-ended question*. Kuesioner tertutup merupakan seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang disusun dengan

menyediakan pilihan jawaban lengkap (Rukajat, 2018). Pengukuran variabel dilakukan menggunakan skala likert untuk mengukur tingkat kinerja dan tingkat kepentingan atribut dari beras cap 3D meliputi kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berdasarkan persepsi konsumen. tingkat kinerja merupakan hasil yang dirasakan dan diterima oleh konsumen sedangkan tingkat kepentingan adalah harapan konsumen terhadap suatu produk.

Tabel 2. Pengukuran Skala Likert

	Bobot Nilai				
	5	4	3	2	1
Tingkat Kepuasan/Kinerja	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Buruk	Sangat Buruk
Tingkat Harapan/Kepentingan	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting

Widodo dan Sutopo (2018)

3.6. Metode Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas untuk membuktikan kevalidan dan kestabilan suatu instrumen penelitian yang digunakan untuk memperoleh sampel penelitian. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk memberi informasi tentang atribut kepuasan konsumen beras cap 3D meliputi kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan konsumen dan yang perlu diperbaiki karena dianggap belum memuaskan. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan

untuk mengukur dan menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk beras Cap 3D secara menyeluruh (Patimah *et al.*, 2016).

3.6.1. Uji Validitas

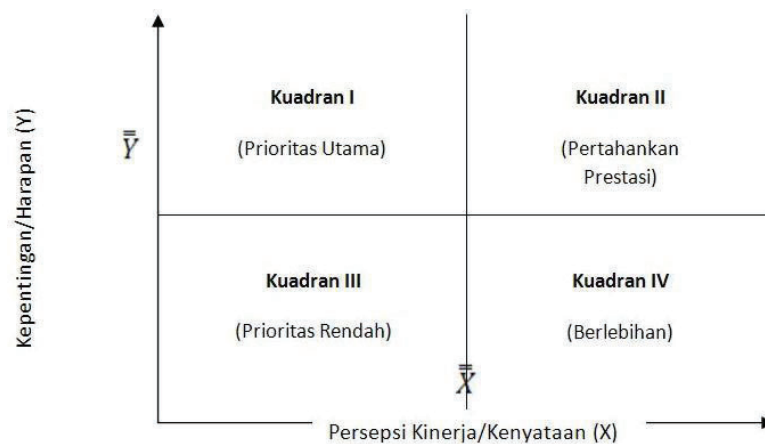
Uji validitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah instrumen pertanyaan atau kuesioner yang digunakan dalam pengukuran benar-benar handal dan sah ketika digunakan sebagai alat ukur (Ghozali, 2018). Kuesioner dalam penelitian ini diuji validitasnya menggunakan teknik *Pearson Product Moment* karena data yang digunakan berskala interval dan uji ini sesuai untuk mengukur korelasi antara skor item dengan skor total. Item dinyatakan valid apabila nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel pada taraf signifikansi tertentu ($\alpha = 0,05$). (Pianda, 2018).

3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan seberapa jauh suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan (Ghozali, 2018). Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika hasil pengukurannya sama apabila pengukurannya dilakukan pada orang yang sama namun dengan waktu pelaksanaan yang berbeda. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat pada nilai *Cronbach's Alpha* dengan kategori pengambilan keputusan yaitu jika nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh $< 0,6$ maka instrumen penelitian dinyatakan tidak reliabel. Jika *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel (Herlina, 2019).

3.6.3. Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk beras cap 3D berdasarkan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Analisis IPA dilakukan untuk keadaan dari faktor-faktor kepuasan ditinjau dari segi kepentingan dan kinerja yang terdiri dari dua komponen yaitu analisis kesenjangan (*gap*) dan analisis kuadran. Pada analisis IPA, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan. Nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis pada *Importance Performance Analysis* yang mana sumbu x mewakili persepsi sedangkan sumbu y mewakili harapan, maka didapat hasil berupa empat kuadran sesuai Ilustrasi 2:



Gambar 1

Ilustrasi 2. Diagram *Importance Performance Analysis* (IPA)

Sumber: (Subiyanto, 2016).

Diagram *Importance Performance Analysis* (IPA) terdiri dari empat kuadran sebagai berikut:

1. Kuadran I, wilayah dengan tingkat kepentingan yang relatif tinggi tetapi belum sesuai dengan harapan pengguna, sehingga harus ditingkatkan kinerjanya.
2. Kuadran II, wilayah dengan tingkat kepentingan dan kepuasan yang relatif tinggi, yang merupakan faktor penunjang bagi kepuasan pengguna sehingga harus tetap dipertahankan.
3. Kuadran III, wilayah dengan tingkat kepentingan dan kepuasan yang relatif rendah dan kinerjanya tidak terlalu istimewa, sehingga hanya memberikan pengaruh sangat kecil terhadap pengguna.
4. Kuadran IV, wilayah dengan tingkat kepentingan yang relatif rendah dengan Tingkat kepuasan relatif tinggi.

Rumus perhitungan masing-masing atribut (Umam dan Hariastuti, 2018) sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan :

$\bar{X}$ = Skor rata-rata kinerja

$\bar{Y}$ = Skor rata-rata kepentingan

n = Jumlah responden

3.6.4. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan memberi penilaian terhadap tingkat kinerja dan tingkat kepentingan atribut produk (Rahmasari *et al.*, 2017). *Customer Satisfaction Index (CSI)* bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan terhadap keseluruhan atribut kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan beras cap 3D. *Customer Satisfaction Index (CSI)* dilakukan untuk melakukan evaluasi secara berkala untuk memperbaiki hal yang dinilai kurang oleh konsumen dan meningkatkan pelayanan guna mendapat nilai lebih tinggi dari konsumen dan mencapai kepuasan konsumen.

Langkah-langkah mengetahui nilai CSI (Widodo dan Sutopo, 2018) sebagai berikut :

1. Menentukan *Mean Important Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)*

Mean Important Score (MIS) yaitu rata-rata skor kepentingan dan *Mean Satisfaction Score (MSS)* yaitu rata-rata skor kinerja yang dirasakan oleh konsumen.

$$a. \text{ MIS} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Keterangan:

Y_i = Nilai kepentingan atribut Y ke i

n = Jumlah responden

$$b. \text{MSS} = \frac{\left[\sum_{i=1}^n Y_i \right]}{n}$$

Keterangan:

Yi = Nilai kepentingan atribut Y ke i

n = Jumlah responden

2. Menghitung *Weight Factor* (WF) atau faktor tertimbang. WF merupakan presentase nilai MIS per indikator terhadap total MIS seluruh indikator.

$$\text{WF} = \frac{\frac{\text{MIS}_i}{p}}{\sum_{i=1}^p \text{MIS}_i} \times 100\%$$

Keterangan:

MIS_i = Nilai rata-rata kepentingan ke-i

$\sum_{i=1}^p \text{MIS}_i$ = Total rata-rata skor kepentingan dari ke-i ke-p

3. Menghitung *Weight Score* (WS) atau skor tertimbang. WS merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan.

W_{si} = W_{fi} x MSS Keterangan:

W_{fi} = Faktor tertimbang ke-i

MSS = Rata-rata tingkat kepuasan

4. Menentukan *Weight Total* (WT)

$$\text{WT} = \sum \text{WS}$$

5. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \frac{WT}{\text{Nilai max skala linkert}}$$

Tabel 3. Kriteria Tingkat Kepuasan

No.	Nilai CSI ---%---	Keterangan (CSI)
1	81 – 100	Sangat Puas
2	66 – 80.99	Puas
3	51 – 65.99	Cukup Puas
4	35 – 50.99	Kurang Puas
5	0 – 34.99	Tidak Puas

Widodo dan Sutopo (2018)

3.7. Konsep dan Pengukuran Variabel

Batas istilah digunakan untuk menjelaskan ruang lingkup penelitian agar pembahasan tidak melebar dari fokus penelitian serta menghindari perbedaan penafsiran. Batasan istilah dalam penelitian, sebagai berikut: Batasan dan konsep pengukuran dalam penelitian ini adalah:

1. Beras merupakan hasil dari tanaman padi (*Oryza sativa*), yang merupakan salah satu makanan pokok paling penting di dunia terutama di kawasan Asia dan menjadi sumber karbohidrat terbesar di antara tanaman pangan lainnya.
2. UD. Dadi Mulyo merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penggilingan beras putih maupun beras ketan dan telah beroperasi cukup lama. UD. Dadi Mulyo tidak hanya berjalan sebagai penggilingan padi tetapi juga melayani penjualan produk berasnya sendiri salah satunya yaitu beras cap 3D yang dikemas dalam kemasan 25kg.

3. Kepuasan konsumen merupakan tingkatan perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau *outcome* yang dirasakan dengan harapan terhadap suatu produk.
4. Atribut kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas produk, harga, dan pelayanan.
5. Kualitas produk merupakan suatu ukuran atau karakteristik yang menunjukkan sejauh mana suatu produk memenuhi standar atau harapan konsumen. Kualitas beras dapat dipengaruhi oleh varietas yang digunakan, metode penanaman, lingkungan tumbuh, dan teknik pengolahan pasca panen.
6. Harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk yang mereka butuhkan atau inginkan.
7. Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk kegiatan atau suatu pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan dalam memenuhi keinginan, harapan, dan kepuasan konsumen sesuai dengan indikator kualitas pelayanan
8. *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kesenjangan antara tingkat kepentingan dengan kenyataan. Skala yang digunakan dalam pengukuran yaitu skala *Likert* 1-5.
9. *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan alat yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja setiap atribut yang diukur dalam penelitian. Skala yang digunakan dalam pengukuran yaitu skala *Likert* 1-5.

10. Pengukuran analisis IPA dan CSI dilakukan menggunakan instrumen kuesioner pada tingkat kinerja dan tingkat harapan konsumen.