

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 sesaat (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 *kartesius*. 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
	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.
Kepuasan Konsumen Rumah Tangga Terhadap Beras Padi Asal Lampung Selatan (Beras "Palas") di Kabupaten Lampung Selatan (Fitriana dan Adawiyah, 2020).	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	