

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Beras Bersubsidi

Beras bersubsidi adalah beras yang berkualitas dengan kondisi baik dan tidak berhamas sesuai dengan standar kualitas pembelian pemerintah yang diatur dalam undang-undang. Jumlah pagu beras bersubsidi di 4 Daerah Kota Cirebon ada di angka sebesar 6.000 ton. Kualitas beras bersubsidi adalah beras medium hasil pengadaan Perum Bulog sesuai dengan Inpres Kebijakan Perberasan No. 8 Tahun 2008 (Sugihartatmo, 2014). Program subsidi beras bagi masyarakat miskin bertujuan untuk mengurangi beban pengeluaran Rumah Tangga Sasaran melalui pemenuhan sebagian kebutuhan pangan dalam bentuk beras. Manfaat program subsidi beras ialah: peningkatan ketahanan pangan di tingkat Rumah Tangga Sasaran, sekaligus sebagai mekanisme perlindungan sosial dan penanggulangan kemiskinan; peningkatan akses pangan baik secara fisik maupun ekonomi; stabilisasi harga beras di pasaran, pengendalian inflasi melalui intervensi pemerintah dan menjaga stok pangan nasional (Sananugraha, 2016).

Keberhasilan program beras bersubsidi diukur berdasarkan tingkat pencapaian indikator 6T, yaitu: tepat sasaran, tepat jumlah, tepat harga, tepat waktu, tepat kualitas, dan tepat administrasi. Tepat sasaran yaitu ketepatan penerima miskin sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Tepat jumlah yaitu jumlah beras yang di kenca sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Tepat harga yang dimaksud ialah harga yang diberikan sesuai dengan harga yang telah ditetapkan oleh Pemerintah

Pusat yaitu 1.600/kg. Tepat waktu yaitu waktu yang ditentukan untuk penerimaan Raskin ini tepat pada saat yang ditentukan dan tidak terlambat. Tepat kualitas yang dimaksud yaitu mutu dari beras yang diterima atau kebersihan dari beras ini. apakah layak konsumsi atau tidak. Tepat administrasi yang dimaksud yaitu pengelolaan data penyaluran Raskin secara tepat guna dan tepat sasaran (Jacobus, 2015).

Pemerintah memberi beban kepada Perum Bulog untuk melakukan pengadaan gabah dan beras dari dalam negeri dan juga impor dengan mengacu harga pembelian pemerintah (Suryana *et al.*, 2014). Alur pengadaan beras pada Perum Bulog dimulai dari mitra kerja, sehingga Perum Bulog melakukan kontrak terikat dan kontrak putus. Kontrak terikat dan kontrak putus dimaksudkan ialah kesepakatan kontrak antara Perum Bulog dengan mitra kerja mereka. Pembelian beras ialah tidak langsung dari petani itu sendiri, melainkan dengan mitra kerja mereka. Sebelum dari mitra kerja, beras tersebut berawal dari petani kemudian ke pedagang pengumpul, ketika beras sampai ke pedagang pengumpul, mitra kerja membeli beras dari pedagang pengumpul tersebut dan langsung dijual ke Bulog (Negoro *et al.*, 2014).

Instruksi Presiden nomor 5 Tahun 2015 menyatakan harga pembelian pemerintah beras bersubsidi sebesar Rp8.865/kg sehingga Harga Tebus Raskin (HTR) sebesar Rp1.600/kg. Pendistribusian beras bersubsidi sebanyak 15 Kg/RTS/bulan selama 12 bulan dengan harga tebus Rp1.600/kg di tempat penyerahan yang disepakati (Titik Distribusi). Sumber dana subsidi di tingkat kota disediakan oleh pemerintah di tingkat Kabupaten/Kota melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) sedangkan di tingkat pusat melalui dana

dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (Simanjuntak dan Ginting, 2019). Penyediaan dana harus terus didorong terutama dalam penyediaan dana transportasi, agar tepat harga di tingkat Rumah Tangga Sasaran dapat tercapai.

Bantuan pangan merupakan wujud tanggung jawab negara terhadap hak warganya untuk memenuhi kebutuhan pangan dan bebas dari kelaparan. Program Bantuan Pangan telah mengalami beberapa kali perubahan teknis dan pergantian sebutan dalam penamaan. Pada tahun 1998 Pemerintah Indonesia melaksanakan Program OPK (Operasi Pasar Khusus) atau subsidi beras untuk rumah tangga berpenghasilan rendah. Distribusi beras bersubsidi akan mengurangi pengeluaran Rumah Tangga Miskin (RTM) untuk pangan pokok beras yang merupakan pengeluaran terbesar mereka. Keberhasilan RASKIN diukur dengan indikator 6 Tepat, yaitu tepat: sasaran, jumlah, mutu, harga, waktu dan administrasi. Program ini juga diharapkan meningkatkan pendapatan petani, perekonomian desa dan daerah. Kerawanan pangan akibat krisis moneter 1997/1998 mendorong pemerintah mengembangkan program Operasi Pasar Khusus (OPK) yang merupakan program darurat dan bagian dari jaring pengaman sosial sejak Juli 1998 (Makawimbang dan Loindong, 2016).

2.2 Program Bantuan Pangan

Program Bantuan Pangan Beras dimulai sejak awal Tahun 2023, dan merupakan transformasi dari program sebelumnya yakni Program Subsidi Beras Sejahtera (RASTRA). Bantuan Pangan Beras adalah program pemerintah berupa penyaluran beras yang bersumber dari stok Cadangan Beras Pemerintah (CBP)

yang dikelola Bulog. Program ini merupakan salah satu pemanfaatan CBP sesuai amanat Peraturan Presiden Nomor 125 Tahun 2022 tentang Pengelolaan Cadangan Pangan Pemerintah. Basis data penerima bantuan pangan beras yang digunakan di 2024 adalah dari data Pensasaran Percepatan Penghapusan Kemiskinan Ekstrem (P3KE) yang dikelola oleh Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (Kemenko PMK). Besaran bantuan pangan beras sebanyak 10 kilogram beras/KPM/ bulan. Setiap bulannya dibutuhkan total beras 220.040.770 kg dan diproyeksikan apabila terus disalurkan sampai Juni, artinya total kebutuhan beras untuk disalurkan ke masyarakat selama 6 bulan memerlukan stok CBP sejumlah 1,3 juta ton. Sebagaimana diketahui, bantuan Pangan Beras ini telah terlaksana sejak awal tahun 2023 dalam 2 tahapan dan kemudian dilanjutkan lagi pada tahun 2024. Bantuan pangan beras di 2024 disalurkan mulai Januari sampai Maret dan dapat diperpanjang dari April sampai Juni dengan catatan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) masih memungkinkan. Sebagai operator pelaksana program ini adalah Perum Bulog melalui penugasan dari Badan Pangan Nasional. Dalam pendistribusian ke seluruh wilayah Indonesia, Bulog bekerjasama dengan PT Pos Indonesia (POS), PT Jasa Prima Logistik (JPL) yang juga merupakan anak perusahaan Bulog, dan PT Yasa Artha Trimanunggal (YAT).

2.3 Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan yang merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen

berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen (Bitner dan Zeithmal, 2003). Kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*) adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2002). Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu apabila kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas (Kotler dan Gary, 2012). Kepuasan konsumen merupakan label yang digunakan oleh konsumen untuk meringkas suatu tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa. Kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan Jasa atau produk tersebut (Bachtiar, 2011), Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005). Kepuasan pelanggan dapat ditentukan oleh persepsi pelanggan atas kinerja produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapannya terlampaui. Tingkat kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) atau Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP). CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur (Syukri, 2014).

Kepuasan Konsumen dihitung menggunakan metode CSI dengan tahap menghitung Weighted Factor, Weighting Score, Weighted Total, dan Customer Satisfaction Index (Amran dan Ekadeputra, 2010). Menurut (Novel *et al.*, 2013) interpretasi nilai CSI yaitu apabila $X \leq 70\%$ maka masih tergolong dalam kategori poor, apabila $71\% \leq X \leq 79\%$ tergolong dalam kategori rata-rata, dan apabila $X \geq 80\%$ maka sudah tergolong dalam kategori baik.

2.4 *Importance Performance Analysis*

Importance Performance Analysis (IPA) adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu atribut layanan atau produk dianggap penting oleh pelanggan dan bagaimana kinerja aktual dari atribut tersebut menurut persepsi pelanggan. Metode ini diperkenalkan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dan telah banyak digunakan dalam berbagai bidang seperti pemasaran, manajemen layanan, pendidikan, dan pariwisata (Wahono *et al.*, 2017). *Importance Performance Analysis* pertama kali diperkenalkan dalam artikel "*Importance-Performance Analysis*" oleh Martilla dan James pada jurnal *Journal of Marketing*. Metode ini berkembang dan digunakan dalam berbagai konteks sebagai alat bantu dalam pengambilan keputusan strategis. IPA telah terbukti berguna dalam mengidentifikasi area kekuatan dan kelemahan dari suatu produk atau layanan dengan cara yang mudah dipahami oleh manajemen.

Tujuan utama dari *Importance Performance Analysis* adalah untuk membantu organisasi dalam mengidentifikasi atribut-atribut yang memerlukan prioritas perbaikan dan atribut yang perlu dipertahankan. Dengan membandingkan antara

tingkat kepentingan dan kinerja suatu atribut, organisasi dapat mengalokasikan sumber daya secara lebih efisien. Manfaat lainnya termasuk meningkatkan kepuasan pelanggan, memperbaiki kualitas layanan, dan mendukung perencanaan strategis yang berbasis data. Pelaksanaan Importance Performance Analysis meliputi penentuan atribut-atribut yang relevan dengan produk atau layanan yang akan dianalisis. Mengumpulkan data persepsi pelanggan terhadap tingkat kepentingan dan kinerja dari masing-masing atribut melalui kuesioner atau wawancara. Menghitung nilai rata-rata untuk setiap atribut berdasarkan data yang dikumpulkan. Memetakan nilai-nilai tersebut ke dalam empat kuadran dalam diagram kartesius dan yang terakhir menentukan prioritas perbaikan berdasarkan posisi atribut dalam kuadran-kuadran tersebut (Indrajaya, 2018).

2.5 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan merupakan pemenuhan dari harapan konsumen atau kebutuhan konsumen yang digunakan untuk membandingkan hasil dengan harapan dan menentukan apakah konsumen sudah menerima layanan yang berkualitas dan sesuai keinginan. Kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2014). Kualitas layanan sangat bergantung pada tiga hal, yaitu: sistem, teknologi dan manusia, tetapi faktor manusia memegang kontribusi terbesar sehingga kualitas layanan lebih sulit ditiru dibandingkan dengan kualitas produk dan harga. Berdasarkan konsep ini, kualitas layanan diyakini memiliki lima dimensi yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan

tangible (Sitinjak *et al.*, 2004). Menurut Tjiptono (2002) sepuluh dimensi kualitas pelayanan yang ada sebelumnya dapat dirangkum menjadi lima dimensi pokok yang meliputi: bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*). Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Gary (2012) lima dimensi kualitas pelayanan jasa yang harus dipenuhi yaitu *tangibility*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*.

Dimensi pertama dari kualitas pelayanan yang menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan menurut konsep *Servqual* adalah *tangible* karena, suatu *service* tidak bisa dilihat (Irawan, 2009). *Tangibility* (bukti langsung) merupakan dimensi yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi (Darfin, 2014). *Reliability* (kehandalan) adalah kemampuan untuk memenuhi kualitas pelayanan yang telah dijanjikan secara tepat dan dapat dipercaya (Yuswohady, 2005). Menurut Tjiptono (2014) kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan layanan dengan segera, akurat, konsisten dan memuaskan. *Responsiveness* (ketanggapan) adalah kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik. Daya Tanggap merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan. Pada pelayanan, kemampuan untuk segera mengatasi kegagalan secara profesional dapat memberikan persepsi yang positif terhadap kualitas pelayanan (Rangkuti, 2006). *Assurance* merupakan pengetahuan dan sopan santun dari karyawan serta kemampuan untuk memberikan rasa aman dan percaya kepada pelanggan. Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf mengenai janji yang

diberikan bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan (Tjiptonio, 2014). *Emphaty* (empati) adalah rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta kemudahan untuk dihubungi. Dimensi *emphaty* adalah dimensi kelima dari kualitas pelayanan yang umumnya dipersepsi kurang penting dibandingkan dimensi *reliability* dan *responsiveness* di mata pelanggan (Irawan, 2009).

Berdasarkan 5 dimensi kualitas layanan tersebut, maka kepuasan pelanggan dapat diukur dan dijadikan sebagai suatu evaluasi untuk peningkatan kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan yang baru pertama kali maupun pelanggan yang sudah berulang-ulang menggunakan jasa tersebut (Tjiptono, 2014). Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian diadopsi dari penelitian (Andrida *et al.*, 2011) yang menjelaskan bahwa kepuasan konsumen dapat dilihat dari 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibility* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati).

2.6 Karakteristik Kelompok Penerima Manfaat

Kelompok penerima manfaat merupakan bagian dari upaya pemerintah dalam menjamin ketahanan pangan bagi masyarakat yang tergolong miskin dan rentan. Program ini menyasar rumah tangga miskin (RTM) yang terdaftar dalam Data Terpadu Kesejahteraan Sosial (DTKS) yang dikelola oleh Kementerian Sosial. Setiap rumah tangga penerima manfaat (KPM) berhak mendapatkan bantuan berupa beras yang didistribusikan secara rutin oleh Perum Bulog. Kriteria penerima

manfaat diprioritaskan untuk keluarga yang memiliki pendapatan di bawah garis kemiskinan dan yang menghadapi kesulitan dalam memenuhi kebutuhan pangan dasar. Program ini juga mencakup rumah tangga dengan anggota keluarga yang rentan seperti lansia, anak-anak, dan penyandang disabilitas (Muharir, 2022). Jumlah beras yang diterima oleh setiap KPM biasanya sebesar 10 kg/bulan, meskipun ada kemungkinan penyesuaian jumlah tergantung pada kebijakan terbaru. Program Bantuan Pangan Beras berperan dalam menstabilkan harga beras di pasar dengan mengurangi permintaan dari kelompok masyarakat yang paling rentan. Dalam pelaksanaannya, terdapat tantangan seperti memastikan ketepatan sasaran penerima dan menjaga kualitas beras yang didistribusikan. Pemerintah terus berupaya untuk mengatasi kendala tersebut melalui perbaikan data dan mekanisme distribusi yang lebih efektif. Program Bantuan Pangan Beras Bulog diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam upaya penanggulangan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di Indonesia.

2.7. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dan dijadikan rujukan pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Metode	Hasil
Faizah <i>et al.</i> , (2023)	Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Layanan, dan Ruang Tunggu Yang Nyaman Terhadap Kepuasan	Penelitian ini menggunakan penelitian Ex Post Facto. Umumnya, sampel penelitian meliputi sejumlah elemen atau	Hasil penelitian menunjukkan layanan, dan ruang tunggu yang nyaman secara simultan berpengaruh terhadap

(Lanjutan) Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Metode	Hasil
	Masyarakat Penerima Bantuan Pangan Non Tunai Di Desa Maradekaya Kec. Bajeng Kab. GOWA	responden yang lebih besar dari persyaratannya atau minimal 30 elemen atau responden. Adapun metode pengambilan sampel yang akan digunakan, yaitu metode slovin, dimana teknik pengambilan sampel yang akan digunakan, yaitu metode slovin, dimana teknik pengambilan sampel jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.	kepuasan masyarakat penerima bantuan di kantor desa Maradekaya hal ini menunjukkan bahwa implementasi secara bersama-sama kualitas layanan, prosedur layanan, dan ruang tunggu yang nyaman telah berjalan optimal pada kantor desa Maradekaya dan mempengaruhi kepuasan masyarakat penerima bantuan.
Pawennari, <i>et al.</i> , (2021).	Analisis Kualitas Layanan Bank Syariah Dengan Menggunakan Metode <i>Servqual</i> Dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) Di Makassar	Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian adalah Observasi, Analisis dengan Metode <i>Servqual</i> serta <i>Importance Performance Analysis</i> Setelah dilakukan identifikasi permasalahan, maka dilakukan analisa kualitas pelayanan jasa menggunakan metode <i>serquel</i> dan <i>importance</i>	Dengan melihat hasil perhitungan, sebagian besar atribut bernilai negatif, ini menunjukkan bahwa yang harus dipertahankan kinerja perusahaan sehingga dapat menjaga loyalitas nasabah yaitu; membantu nasabah dalam melakukan transaksi, membantu nasabah yang mengalami kesulitan tanpa dimintai bantuan, memberikan pelayanan

(Lanjutan) Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Metode	Hasil
		performance analysis bank syariah di Makassar dengan responden yang akan diberikan kuesioner sebagai instrumen penelitian.	yang cepat kepada nasabah ketika melakukan transaksi, tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam transaksi, memiliki pengetahuan yang baik terhadap jenis layanan dan produk bank
Putri <i>et al.</i> , (2021)	Analisis Kepuasan Penerima Bantuan Program Sembako Terhadap Pelayanan dan Harga Produk Bantuan Program Sembako di Kota Banda Aceh	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Cara pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara langsung melalui kuesioner dengan Keluarga Penerima Manfaat (KPM) bantuan di Kecamatan Ulee Kareng. Metode analisis data menggunakan CSI (Customer Satisfaction Index). Pengujian instrumen dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas.	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan yaitu dari perhitungan dengan menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) nilai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan kualitas harga produk bantuan di Kota Banda Aceh pada beras dan telur diperoleh hasil CSI yang menyatakan sebanyak 68 responden puas. Hal tersebut dikarenakan para penerima bantuan Program Sembako juga merupakan masyarakat kurang mampu yang sangat membutuhkan bantuan.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu dalam fokus kajian yang meneliti pengaruh dimensi kualitas pelayanan dalam mengukur kepuasan suatu program. Beberapa penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kuantitatif dengan skala Likert untuk mengukur variabel serta

menerapkan analisis *Customer Satisfaction Index*. Terdapat beberapa perbedaan signifikan yang membedakan penelitian ini dari penelitian sebelumnya. Perbedaan utama terletak pada objek penelitian, penelitian ini dilakukan di Perum BULOG Kancab Cirebon. Penelitian ini menggunakan analisis tambahan yaitu *Importance-Performance Analysis* yang memungkinkan eksplorasi lebih mendalam mengenai dimensi-dimensi yang memengaruhi kepuasan Kelompok Penerima dalam konteks Program Bantuan.