

PENGARUH KUALITAS DAN HARGA BERAS PANDANWANGI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WILAYAH PEMASARAN CIANJUR

Oleh:

Moh. Risqi Faisal, SP. dan Ir. Endah Lisarini, SE., MM***

ABSTRAK

Beras merupakan salah satu convenience product sekaligus bahan pangan pokok sebagian besar masyarakat Indonesia sehingga seolah konsumen berperilaku indifferen dalam mengkonsumsi beras. Pada kenyataannya terdapat banyak jenis beras dengan kualitas yang beragam, salah satunya adalah Pandanwangi. Pandanwangi merupakan beras aromatic dengan kualitas super dan harga di atas rata-rata. Oleh karena itu sangat disayangkan apabila konsumen tidak merasakan adanya kepuasan bila mengkonsumsinya. Berdasarkan hal itu, dilakukan penelitian guna mengkaji pengaruh kualitas dan harga beras Pandanwangi terhadap kepuasan konsumen di wilayah pemasaran Cianjur. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif dan data diperoleh dari 135 responden serta diolah menggunakan analisis jalur. Yang menjadi responden adalah konsumen yang selama ini telah mengkonsumsi Pandanwangi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas produk yaitu butir beras utuh dan butir beras tidak utuh berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimensi harga yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen adalah harga yang sesuai dengan kualitas dan adanya potongan harga.

Kata kunci :Dimensi kualitas, dimensi harga, kepuasan konsumen Pandanwangi

ABSTRACT

Rice is one of convenience products at once staple food of most Indonesian people so that consumers behave as indifference in consuming rice . In fact there are many kinds of rice with diverse qualities , one of which is Pandanwangi . Pandanwangi an aromatic rice with super quality and price above average. Therefore it is very unfortunate if the consumer does not feel any satisfaction when consumed. Based on the research conducted in order to assess the effect of the quality and price of rice Pandanwangi to consumer satisfaction . Research conducted with quantitative descriptive method and the data obtained from 135 respondents and processed using path analysis . Respondents were consumers who had been taking Pandanwangi. The results showed that the dimensions of the quality of the product is whole grain brown rice and not whole grain rice are significant effect on customer satisfaction . Dimensions price significantly influence consumer satisfaction is price according to the quality and the price cuts .

Key words :Quality dimension, price dimension, consumer satisfaction on Pandanwangi

** Alumni Fakultas Pertanian UNSUR*

*** Dosen Fakultas Pertanian UNSUR*

PENDAHULUAN

Dengan semakin banyaknya jenis beras yang ditawarkan, akan semakin tinggi daya tawar pembeli dalam mengkonsumsi beras. Di lain pihak daya beralih ke pemasok beraspun bagi konsumen sangat tinggi sehingga konsumen diuntungkan dengan kondisi ini. Karena beras sebagai bahan pangan pokok yang sudah sangat biasa dikonsumsi sehari-hari, maka ada kecenderungan masyarakat berperilaku indifferen dalam mengkonsumsi beras. Pandanwangi yang

merupakan beras aromatic berkualitas super dengan harga di atas rata-rata tentunya disayangkan apabila tidak memberikan kepuasan bagi pelanggan yang mengkonsumsinya. Walaupun secara alami Pandanwangi berkarakteristik unggul, akan tetapi tetap dituntut untuk memiliki daya saing tinggi yang diawali dengan penggunaan benih bermutu (bersertifikat). Hal inilah yang melatarbelakangi perlunya pengkajian pengaruh dimensi kualitas dan dimensi harga terhadap kepuasan konsumen Pandanwangi.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas beras merupakan suatu kombinasi dari karakteristik fisik dan kimia yang dibutuhkan untuk penggunaan tertentu oleh pengguna tertentu. Karakteristik fisik beras giling meliputi : derajat sosoh, warna putih, tembus cahaya, panjang butir/biji, beras kepala, benda asing, ada bagian berwarna putih seperti kapur. Sementara karakteristik kimia meliputi : kandungan amilosa, konsistensi gel, suhu gelatinisasi (Yuliningsih, 2012). Jenis padi varietas lokal Cianjur yang menghasilkan beras Cianjur asli Pandanwangi termasuk varietas Javonica atau biasa dikenal sebagai padi bulu, mempunyai keunggulan rasa sangat enak, pulen dan beraroma wangi pandan, selain itu nama Pandanwangi merupakan nama jaminan kualitas beras yang merupakan kelas eksklusif dengan harga jual yang cukup tinggi sehingga dikatakan varietas unggul tahan harga (VUTH). Kualitas Pandanwangi yang menjadi pertimbangan konsumen di antaranya butir utuh. Butir utuh adalah butir-butir beras baik sehat maupun cacat, yang utuh tidak ada yang patah sama sekali. Keutuhan butir berhubungan dengan volume nasi saat ditanak. Beras yang tidak banyak patahnya akan menjadi lebih banyak saat ditanak. Warna sejak awal telah menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih beras sehingga atribut warna dari beras yang dikonsumsi responden dinilai kinerjanya baik. Warna yang putih dianggap penting karena lebih meningkatkan selera makan (Balai Besar Padi, 2012). Beras aromatic dikenal karena aroma, cita rasa dan kepulenannya. Senyawa 2-asetil-1-pirolina yang berkontribusi pada aroma pandan beras aromatic. Salah satu beras aromatic adalah beras Pandanwangi (Tarigan dan Kusbiantoro, 2011).

Selain kualitas produk, bauran pemasaran lainnya yang dapat memberikan nilai bagi konsumen adalah harga produk bersangkutan. Harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk. Bagi konsumen yang sensitif biasanya harga

murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi (Hasan, A., 2013).

Nilai bagi konsumen dapat diungkapkan dalam kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang (Kotler and Keller, 2012).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di GPO Nyi.Sri Kecamatan Cianjur Kabupaten Cianjur. Dasar pemilihan tempat penelitian adalah karena GPO Nyi.Sri tempat GAPOKTAN yang senantiasa memproduksi Pandanwangi secara terus-menerus. Populasi dalam penelitian ini yaitu Konsumen beras Pandanwangi di GPO Nyi.Sri sebanyak 135 sampel yang berada di Kabupaten Cianjur, Kota Sukabumi dan DKI Jakarta. Menurut Solimun (2002) penentuan besarnya sampel sebanyak 5-10 kali jumlah parameter yang ada di dalam model. Jumlah variable dalam penelitian ini ada 3 dengan masing-masing indikator variable dan parameternya 3, sehingga terdapat 27 indikator variable. Apabila diambil ketentuan besarnya sampel sebesar 5 kali keseluruhan indikator variable, maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 135 sampel. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* di tempat-tempat penjualan beras Pandanwangi. Data dikumpulkan melalui pengisian kuesioner oleh 135 responden. Data pelengkap baik data primer maupun sekunder diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan petani yang tergabung di GPO Nyi Sri Cianjur. Variabel penelitian, konsep variable, indikator variable dan skala pengukurannya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Variabel penelitian dan operasional variable

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Produk Beras Pandanwangi (X1)	Warna sejak awal telah menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih beras sehingga atribut warna dari beras yang dikonsumsi responden dinilai kinerjanya baik, warna beras yang putih dianggap penting karena meningkatkan selera makan. Sedangkan, butir utuh adalah butir-butir beras baik sehat maupun cacat, yang utuh tidak ada yang patah sama sekali (Balai Besar Padi, 2012). Beras aromatik (<i>scanted rice</i>) adalah beras dari beberapa varietas lain yang mempunyai aroma yang kuat dibandingkan beras tradisional (Indrasari, dkk., 2010).	1.1 Apakah beras Pandanwangi harus memiliki aroma khas wangi pandan	Interval
		1.2 Apakah warna beras Pandanwangi harus berwarna putih bening	
		1.3 Apakah butir yang tidak utuh minimal harus dibawah 5%.	
Harga beras Pandanwangi (X2)	Harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk Bagi konsumen yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan <i>value for money</i> yang tinggi (Hasan, 2013).	2.1. Apakah harga sesuai dengan kualitas 2.2. Apakah harga yang ditetapkan terjangkau . 2.3. Apakah beras pandanwangi harus ada potongan harga.	Interval
Kepuasan konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah mengungkapkan bahwa kepuasan merupakan hasil evaluasi pasca konsumsi, bahwa sesuatu yang dipilih melebihi atau tidak melebihi harapannya Engel et al., (1994 dalam Endang 2008)	3.1. Apakah harga beras pandanwangi sesuai dengan yang di harapkan konsumen 3.2. Apakah mutu beras pandanwangi yang diberikan sudah baik. 3.3. Penjelasan tentang produk beras Pandanwangi yang diberikan sudah jelas.	Interval

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari data yang diperoleh, selanjutnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap

data kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen. Hasil yang didapat berturut-turut ditunjukkan pada Tabel 2., Tabel 3., Tabel 4 dan Tabel 5

Tabel 2. Hasil uji validitas kualitas produk

Item	<i>Corrected Correlation</i>	<i>Item-Total R_{tabel}</i>	Hasil Uji Validitas
X11	0,749	0,254	Valid
X14	0,752	0,254	Valid
X15	0,263	0,254	Valid

Data dimensi kualitas produk (X1) yang dinyatakan valid adalah aroma beras (X11), butir

beras tidak utuh (X14) dan butir beras utuh (X15). Sementara itu dimensi harga (X2) yang

dinyatakan valid adalah harga Pandanwangi sesuai kualitas (X21), konsumen tidak keberatan membayar lebih mahal (X22), harga beras

Pandanwangi terjangkau oleh semua kalangan (X24), potongan harga beras Pandanwangi (X25).

Tabel 3. Hasil uji validitas harga

Item	<i>Corrected Item-Total</i>		Hasil Uji Validitas
	<i>Correlation</i>	R_{tabel}	
X21	0,575	0,254	Valid
X22	0,575	0,254	Valid
X24	0,322	0,254	Valid
X25	0,528	0,254	Valid

Tabel 4. Hasil uji validitas kepuasan konsumen

Item	<i>Corrected Item-Total</i>		Hasil Uji Validitas
	<i>Correlation</i>	R_{tabel}	
Y2	0,384	0,254	Valid
Y3	0,914	0,254	Valid
Y4	0,560	0,254	Valid
Y5	0,662	0,254	Valid

Data kepuasan konsumen (Y) yang dinyatakan valid adalah kualitas beras Pandanwangi sesuai dengan yang diharapkan konsumen (Y2), mutu beras Pandanwangi yang diberikan sudah baik (Y3), informasi yang didapat mengenai beras Pandanwangi sesuai (Y4), dan mendapatkan

beras Pandanwangi dengan mudah (Y5). Hasil uji reliabilitas terhadap ke 3 variabel menunjukkan reliable (Tabel 5) sehingga dapat dilanjutkan ke pengujian pengaruh simultan variable X1 dan X2 terhadap kepuasan konsumen (Y).

Tabel 5. Hasil uji reliabilitas kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	t_{tabel}	Hasil Uji Reliabilitas
Kualitas Produk (X1)	0,736	0,600	Reliabel
Harga (X2)	0,708	0,600	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,759	0,600	Reliabel

Untuk mengetahui pengaruh simultan dari variable bebas terhadap variable terikat dilakukan uji F, sedangkan untuk mengetahui

pengaruh parsial masing-masing variable bebas terhadap variable terikat dilakukan uji t. Hasil masing-masing uji tampak pada Tabel 6 dan Tabel 7 berturut-turut.

Tabel 6. Hasil uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54.492	6	9.082	96.427	.000 ^a
	Residual	12.056	128	.094		
	Total	66.548	134			

a. Predictors: (Constant), X25, X22, X11, X15, X14, X24

b. Dependent Variable: Y

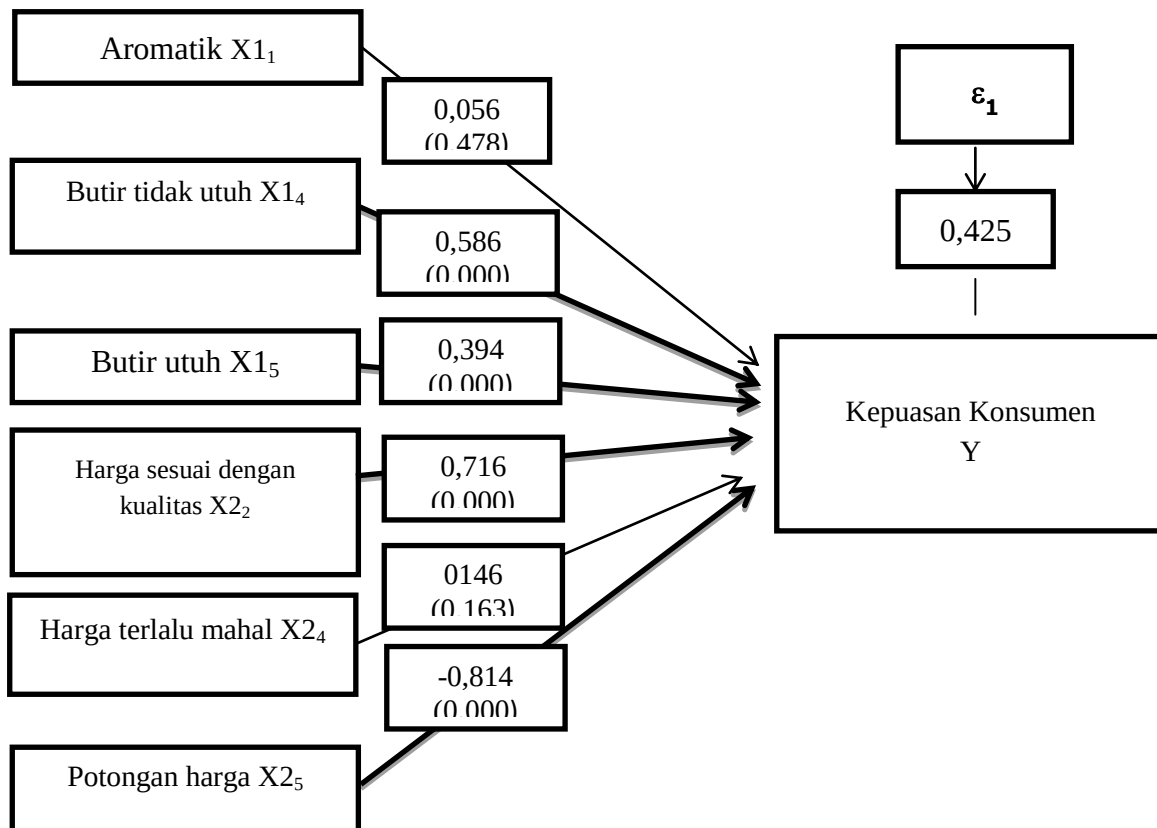
Tabel 7. Hasil uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.984	.434		2.268	.025
	X1 ₁	.045	.063	.052	.712	.478
	X1 ₄	.507	.088	.586	5.737	.000
	X1 ₅	.457	.074	.394	6.180	.000
	X2 ₂	1.094	.087	.716	12.567	.000
	X2 ₄	.222	.158	.146	1.405	.163
	X2 ₅	-1.457	.138	-.841	-10.591	.000

a. Dependent Variable: Y

Hasil uji F menunjukkan bahwa pengaruh secara simultan signifikan. Hal ini menjelaskan bahwa konsumen beras Pandanwangi merasa puas karena kualitas beras dan harga beras secara bersama-sama memenuhi harapan konsumen. Sementara dari hasil uji t dapat dijelaskan bahwa variable bebas yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen adalah butir beras tidak utuh (X14), butir beras utuh (X15), harga sesuai dengan kualitas (X22) dan adanya potongan harga (X25).

Model analisis jalur secara keseluruhan mempunyai eror model sebesar 0,425. Besarnya nilai determinan (R²) adalah 0,8194. Hal ini menandakan bahwa sebesar 82% model dipengaruhi oleh variable-variabel yang diteliti dan 18% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti sehingga eror model sebesar 0,425. Analisis jalur yang terbentuk dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Analisis Jalur Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

KESIMPULAN

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen beras Pandanwangi secara bersama-sama adalah kualitas produk dan harga produk. Pengaruh signifikan secara parsial variable bebas terhadap variable terikat adalah pengaruh dari butir beras tidak utuh, butir beras utuh, harga sesuai dengan harapan dan adanya potongan harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Balai Besar Penelitian Tanaman Padi. 2012. Karakterisasi dan Standarisasi Mutu Gabah-beras.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Indrasari, S.D., E.Y. Purwani, S. Widowati, Djoko S.D. 2010. Peningkatan Nilai

Tambah Beras Melalui Mutu Fisik, Citarasa dan Gizi. Balai Besar Penelitian Tanaman Padi, Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Pasca Panen Pertanian, Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan.

- Kotler, P., Kevin L. Keller, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, Chin Tiong Tan. 2012. *Marketing Management. An Asian Perspective*. Pearson Education South Asia Pte Ltd.
- Solimun. 2002. *Multivariate Analysis. Structural Equation Model*, Lisrel dan Amos. Universitas Brawijaya. Malang.
- Tarigan & Kusbiantoro. 2011. Pengaruh Derajat Sosoh dan Pengemas Terhadap Mutu Beras Aromatik Selama Penyimpanan. Balai Besar penelitian Tanaman Padi.
- Yulianingsih, R. 2012. Pengujian Mutu Beras. Balai Besar Penelitian Tanaman Padi. Sukamandi