

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Ubi Kayu dan Produk Turunannya

Ubi kayu (*Manihot utilissima*) merupakan tanaman yang tumbuh di daerah tropis. Secara umum tanaman ini tidak menuntut iklim yang spesifik untuk pertumbuhannya. Umbi ubi kayu memiliki bentuk bulat memanjang dan daging umbi mengandung zat pati. Setiap tanaman ubi kayu dapat menghasilkan 5-10 umbi (Rukmana, 1997).

Pemanfaatan umbi dapat digunakan baik segar maupun dengan proses pengeringan. Pemanfaatan ubi kayu dalam bentuk segar dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan dan dalam bentuk kering untuk bahan makanan baik industri maupun makanan siap saji (Departemen Pertanian, 2014).

Ubi kayu memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi dengan komposisi yang lengkap. Kandungan gizi ubi kayu per 100 gram dijelaskan selengkapnya pada Tabel 4.

Tabel 4. Kandungan gizi ubi kayu per 100 gram.

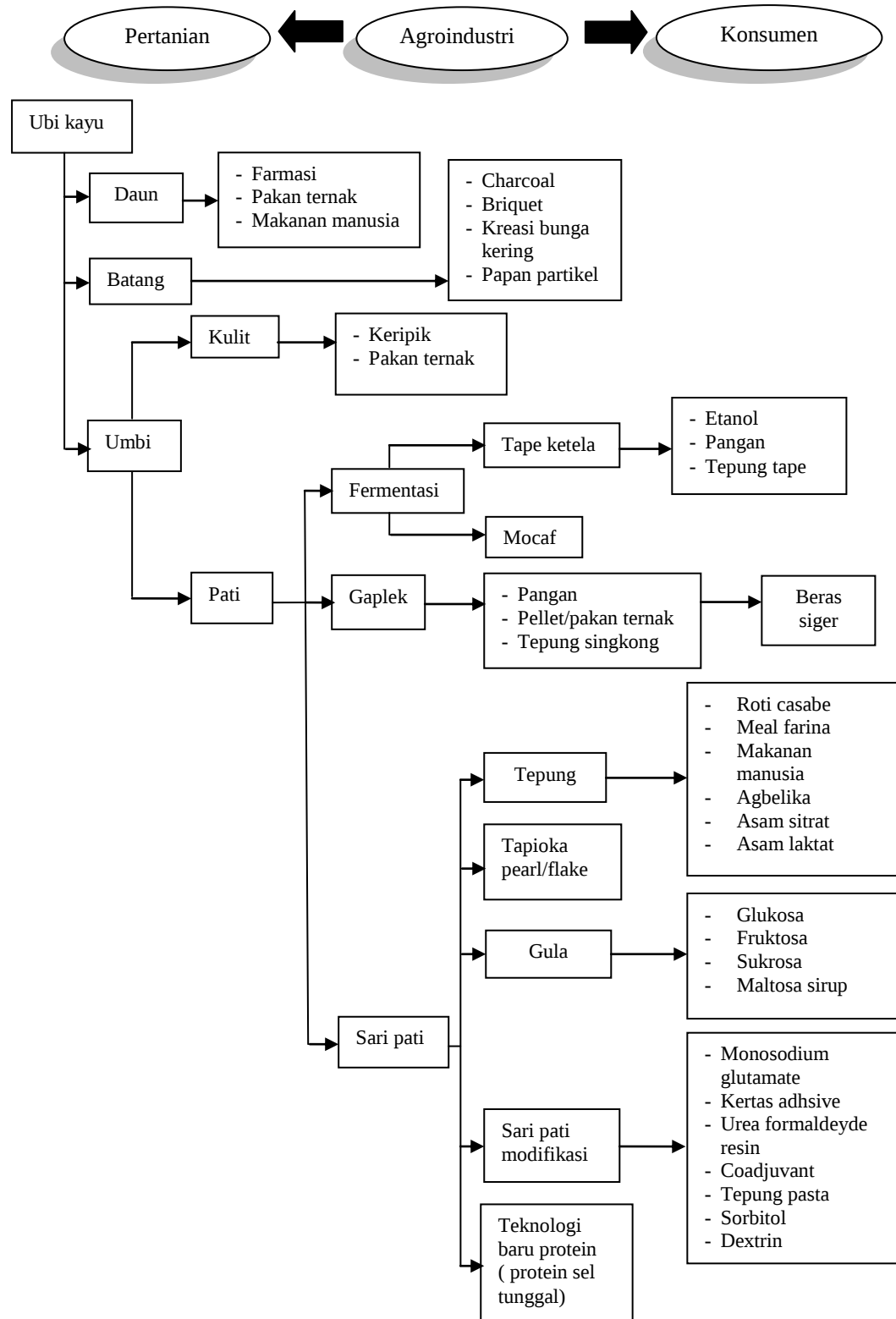
Komponen	Kadar
Kalori (kal)	146
Protein (gr)	1,2
Lemak (gr)	0,3
Karbohidrat (gr)	34,7
Kalsium (mg)	33
Fosfor (mg)	40
Besi (mg)	0,7
Vitamin B1 (mg)	0,06
Vitamin C (mg)	30
Air (gr)	62,5
BDD (%)	75

Sumber : Departemen Kesehatan RI (1992)

Pada awalnya, pemanfaatan ubi kayu untuk diambil umbinya dan digunakan sebagai bahan pangan. Lebih lanjut ubi kayu saat ini juga dimanfaatkan sebagai bahanpakan dan industri. Selain dapat dikonsumsi langsung dalam berbagai jenismakanan, yakni ubi kayu rebus, ubi kayu kukus, ubi kayu bakar, ubi kayugoreng, kolak, keripik, kerupuk, opak, tape, lemet, dan lain-lain. Umbi ubi kayu dapatdiolah menjadi produk antara (*intermediate product*), seperti tepung oyek, tepung gaplek, tepung singkong, tepung kasava dantepung tapioka (Rukmana, 1997).

Ubi kayu sebagai bahan baku industri dapat diolah menjadi berbagai produk antara lain tapioka, dekstrin, maltodekstrin, fruktosa, sorbitol, *High Fructose Syrup* (HFS), alkohol, etanol, asam sitrat (*citric acid*), dan *Monosodium Glutamate*(MSG).Dekstrin digunakan antara lain pada industri tekstil,kertas perekat *plywood* dan farmasi/kimia. Asam sitrat digunakan sebagaipemberi rasa asam dalam pembuatan makanan kaleng,

minuman, jelly, obat-obatan dan dapat pula digunakan sebagai pemberi rasa asam pada sirup, kembang gula dan saus tembakau. MSG digunakan sebagai penyedap makanan. Sorbitol (produk akhir ubi kayu) dibuat dari tapioka cair berwarna putih bening seperti gel/putih mengkilat digunakan antara lain pada industri kembang gula/permen dan minuman instan yang produknya mempunyai nilai jual yang tinggi, serta dapat dimanfaatkan sebagai bahan pemanis untuk pasta gigi, kosmetik, dan cat minyak (Hafsah, 2003). Pohon industri ubi kayu dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pohon industri dalam agribisnis ubi kayu.

Sumber : Staff Ahli Bappenas Bidang Revitalisasi Perdesaan, Pertanian, dan Agroindustri, 2009.

2. Beras Siger

Beras siger adalah produk beras singkong yang mengadopsi proses pembuatan tiwul tetapi dengan warna yang relatif lebih putih. Warna beras siger yang relatif lebih putih, direkayasa pada tahap penyiapan tepung dengan cara mempersingkat waktu pengeringannya (Badan Ketahanan Pangan Daerah Provinsi Lampung, 2013). Meskipun beras siger diolah dengan bahan baku yang sama dengan beras tiwul yaitu singkong, tetapi beras siger memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan beras tiwul. Berikut adalah perbedaan antara beras siger dan beras tiwul.

a) Perbedaan karakteristik warna

Beras siger memiliki warna yang relatif lebih putih dibandingkan tiwul. Warna yang lebih putih ini disebabkan proses pengeringan selama proses pembuatannya dilakukan dalam waktu yang singkat sehingga meminimalisasi terjadinya pembentukan warna menyimpang akibat pertumbuhan mikroba maupun reaksi-reaksi enzimatis dan non-enzimatis.

b) Perbedaan karakteristik bau

Beras siger memiliki bau khas singkong, sedangkan pada produk tiwul seringkali tercium adanya bau asam, bau apek, maupun bau-bau menyimpang lainnya. Proses pengeringan yang relatif singkat selama proses pembuatannya akan meminimalisasi pertumbuhan mikroba maupun reaksi-reaksi enzimatis yang menyebabkan timbulnya bau-bau menyimpang.

Dalam penyajiannya beras siger biasanya dihidangkan bersama lauk pauk atau barang pelengkap seperti tahu, tempe, teri, ikan asin, ikan laut, dan lain-lain sesuai selera. Fungsi dan kandungan beras siger hampir sama seperti nasi yang berasal dari beras padi, sehingga beras padi menjadi barang pengganti atau barang substitusi bagi beras siger.

Beras siger yang berbahan baku singkong juga baik bagi kesehatan. Beras siger mengandung serat tinggi dan senyawa glukoprotein sehingga memiliki nilai indeks glikemik (IG) yang rendah (Badan Ketahanan Pangan Daerah Provinsi Lampung, 2013). Nilai IG rendah artinya dengan mengkonsumsi beras siger tidak menyebabkan peningkatan kadar gula darah secara drastis sehingga baik untuk mencegah diabetes maupun bagi penderita diabetes, sehingga beras siger dikonsumsi bukan hanya untuk alasan kebutuhan makanan saja tetapi juga karena alasan kesehatan.

Proses pembuatan beras siger melalui beberapa tahapan. Secara umum, proses pembuatan beras siger, dilakukan melalui tahapan-tahapan berikut:

a) Pemilihan singkong

Bahan baku singkong yang digunakan pada proses pembuatan beras siger adalah singkong makan/konsumsi yang cukup tua (umur panen lebih dari 6 bulan) .

b) Pengupasan dan pencucian

Singkong dikupas, dicuci, dan ditiriskan 5 hingga 10 menit.

c) Pengirisan dalam bentuk sawut

Singkong selanjutnya diiris dalam bentuk sawut/irisan tipis menggunakan alat pengiris keripik mesin ataupun alat pengiris keripik manual. Pengirisan dalam bentuk sawut bertujuan untuk memperluas permukaan sehingga perendaman dan pengeringan dapat dilakukan dalam waktu singkat.

d) Perendaman

Proses perendaman dilakukan dengan merendam sawut dalam air yang telah diberi garam selama $\pm 5 - 8$ jam.

e) Pengeringan

Proses pengeringan dapat dilakukan secara alami menggunakan sinar matahari dan diupayakan dilakukan dalam waktu kurang dari 6 jam. Jika cuaca tidak memungkinkan pengeringan dilakukan menggunakan alat pengering kabinet pada suhu $50-60^{\circ}\text{C}$ selama 3 hingga 4 jam.

f) Penepungan

Proses penepungan dilakukan dengan cara penggilingan hingga diperoleh tepung singkong dengan ukuran ± 60 mesh (tidak perlu terlalu halus).

g) Pembentukan butiran

Proses pembentukan butiran beras dilakukan dengan cara penambahan air secukupnya dan diputar-putar (dikitir) proses pembentukan butiran dapat dilakukan secara manual menggunakan tampah ataupun menggunakan alat pengitir.

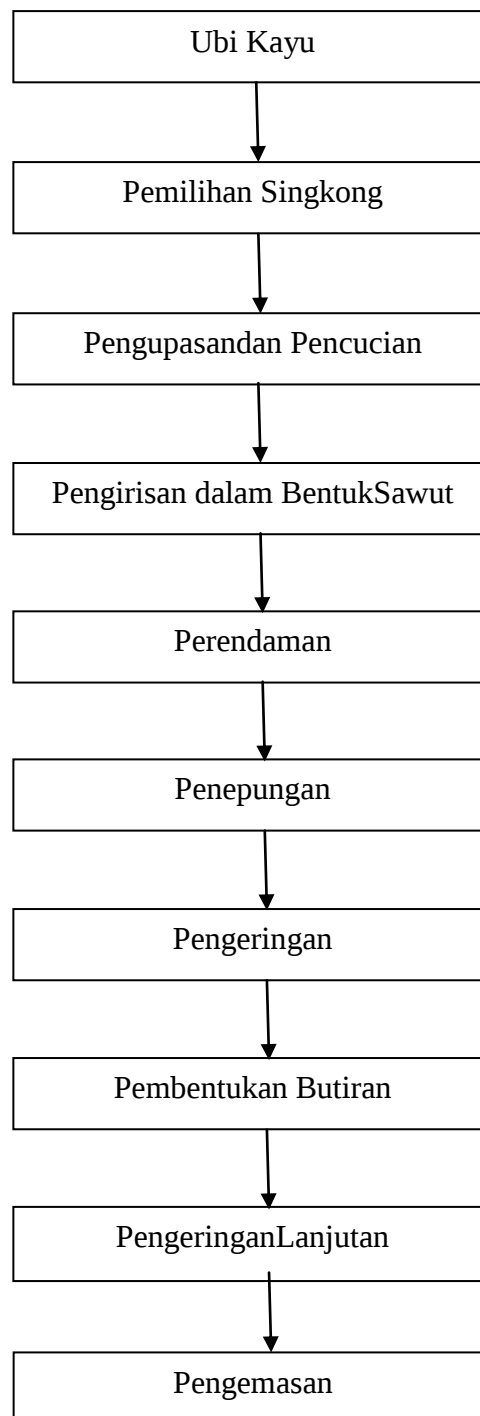
h) Pengeringan lanjutan

Proses pengeringan lanjutan dilakukan karena selama proses pembentukan butiran dilakukan penambahan air. Proses pengeringan ini dapat dilakukan secara alami ataupun menggunakan alat pengering. Jika menggunakan alat pengering kabinet, pengeringan dilakukan pada suhu 50-60°C selama ± 1 jam.

i) Pengemasan

Setelah menjadi beras siger, beras siger dapat dimasukkan ke dalam kemasan untuk dijual kepada masyarakat. Pengemasan haruslah rapi agar para konsumen tertarik untuk membeli.

Diagram alir pembuatan beras siger secara singkat diilustrasikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram alir pembuatan beras siger.
Sumber: Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung, 2013.

3. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen penting untuk dipelajari dan dipahami bagi produsen maupun pemasar sebagai petunjuk dalam mengembangkan produk baru, keistimewaan produk, harga, saluran pemasaran, dan elemen bauran pemasaran lainnya. Terdapat berbagai pengertian mengenai perilaku konsumen, diantaranya menurut Blackwell, Engel, dan Miniard (1994) perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan yang langsung dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.

Tindakan membeli terwujud pada pilihan-pilihan konsumen terhadap merek, jumlah produk, tempat, waktu, dan frekuensi pembelian.

Selanjutnya menurut Schiffman, Kanuk (2004) pengertian perilaku konsumen yaitu perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam pencarian akan pembelian, penggunaan, pengevaluasian dan penggantian produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhannya.

Menurut Swastha (1984), terdapat tiga hal pokok dalam perilaku konsumen yaitu:

- a) Proses pengambilan keputusan
merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui berbagai rangsangan yang ada baik intern maupun ekstern.

b) Kegiatan fisik

merupakan kegiatan dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa ekonomi.

c) Pengalaman

yaitu suatu penilaian atau anggapan terhadap suatu produk yang diakibatkan oleh pengalaman mengonsumsi produk tersebut di waktu lampau.

4. Pola Konsumsi Pangan

Pangan merupakan hal yang sangat penting dan strategis bagi keberlangsungan hidup umat manusia. Kebutuhan manusia akan pangan ialah hal yang sangat mendasar, sebab konsumsi pangan merupakan salah satu syarat utama penunjang kehidupan. Kebutuhan pangan harus terpenuhi secara ideal baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya konsumsi pangan harus memenuhi porsi yang sesuai dengan kebutuhan energi, sedangkan secara kualitas konsumsi pangan harus memiliki keberagaman, bergizi seimbang dan aman dikonsumsi (Badan Ketahanan Pangan Daerah Provinsi Lampung, 2014).

Konsumsi pangan merupakan faktor utama dalam hal memenuhi kebutuhan akan zat gizi. Zat gizi tersebut akan mempengaruhi kemampuan seseorang untuk melakukan pekerjaan dan waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pekerjaan tersebut. Zat gizi akan menyediakan tenaga bagi tubuh, mengatur proses pertumbuhan dan jaringan fungsi organ tubuh.

Kebutuhan zat gizi setiap orang berbeda tergantung pada jenis kelamin, umur, dan pekerjaan masing-masing individu (Suhardjo, 1989).

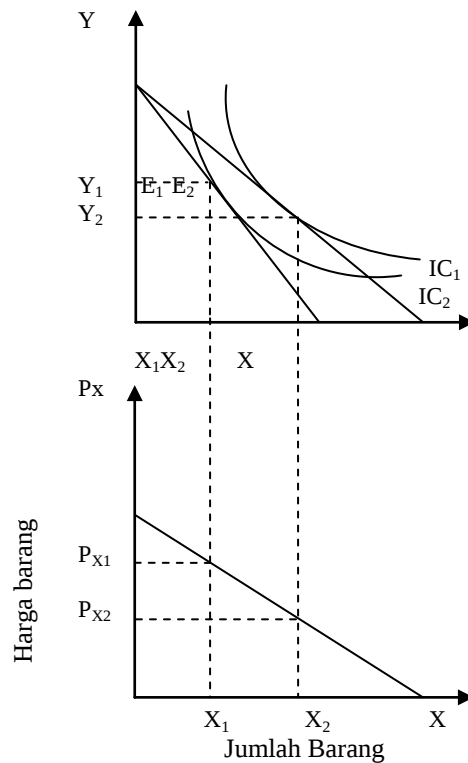
Produk yang dikonsumsi atau penggunaan produk bergantung pada frekuensi konsumsi, jumlah konsumsi, dan tujuan konsumsi. Frekuensi konsumsi menggambarkan seberapa sering suatu produk dipakai atau dikonsumsi, sedangkan jumlah konsumsi menggambarkan kuantitas produk yang digunakan oleh konsumen, dan tujuan konsumsi menggambarkan bagaimana suatu produk dapat berguna bagi konsumen dengan beragam tujuan. Penggambaran tiga hal tersebut menyatakan bahwa perilaku konsumsi merupakan suatu tindakan seseorang (konsumen) dalam menerima sumber-sumber yang digunakan sebagai informasi, menggunakan produk tersebut (tujuan), dan menentukan seberapa sering penggunaan suatu barang / jasa tersebut (Sumarwan, 2011).

5. Teori Permintaan

Menurut Daniel (2002), permintaan (*demand*) adalah jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada suatu pasar. Pasar adalah tempat terjadinya transaksi antara produsen dan konsumen atas barang-barang ekonomi. Selanjutnya menurut Rosyidi (2001), permintaan adalah jumlah barang-barang yang pembeli bersedia membelinya pada tingkat harga tertentu yang berlaku pada suatu pasar tertentu dan dalam waktu yang tertentu pula.

Harga dapat mempengaruhi permintaan pangan masyarakat karena fluktuasi harga mengakibatkan terjadinya pergantian (substitusi) barang yang dikonsumsi (Mubyarto, 1989). Hukum permintaan adalah harga dan kuantitas yang diminta, *ceteris paribus*, memiliki hubungan yang terbalik. Apabila harga mengalami kenaikan, maka kuantitas yang diminta oleh konsumen akan turun, demikian pula sebaliknya. Menurut Sukirno (2006), hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan “semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut”.

Berdasarkan teori di atas bahwa sifat permintaan konsumen, yaitu jika harga turun, *ceteris paribus*, permintaan bertambah dan jika harga naik permintaan berkurang, dapat diterangkan dengan menggunakan teori nilai guna. Selain dengan cara itu sifat permintaan konsumen dapat pula diterangkan dengan menggunakan analisis kurva indiferen (Sukirno, 2006). Cara menerangkan sifat permintaan konsumen dengan menggunakan analisis kurva indiferen disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Penurunan fungsi permintaan
Sumber: Joesron dan Fathorrazi, 2012.

Pada Gambar 3 dijelaskan bahwa mula-mula konsumen berada pada keseimbangan E_1 yang menunjukkan jumlah barang X yang dikonsumsi sebanyak X_1 dan barang Y yang dikonsumsi sebanyak Y_1 . Apabila harga barang X turun menyebabkan garis anggaran berputar berlawanan dengan arah jarum jam dan menyinggung kurva indifferen yang lebih tinggi pada E_2 . Pada posisi ini konsumen mempunyai kepuasan yang lebih tinggi karena adanya penurunan harga yang ditunjukkan oleh *Indifference Curve* 2 (IC_2), barang X yang dikonsumsi meningkat menjadi X_2 .

Berdasarkan gambar diatas tampak bahwa dengan semakin meningkatnya jumlah barang yang dikonsumsi sebagai akibat dari penurunan harga maka pada gambar tersebut dapat disusun fungsi permintannya, yang

menunjukkan hubungan antara harga (P) dan jumlah yang diminta (X). Pada harga P_1 barang yang dikonsumsi sebanyak X_1 , dan setelah harga turun menjadi P_2 tampak bahwa barang X yang dikonsumsi meningkat menjadi X_2 . Apabila kita tarik garis lurus pada koordinat (X_1, P_1) dan (X_2, P_2) kita bisa memperoleh kurva permintaan untuk barang X . Kurva permintaan yang diperoleh ini merupakan *Marshallian Demand Curve* atau *Ordinary Demand Curve*.

Kurva permintaan menggambarkan hubungan antar jumlah yang diminta dengan harga, dan semua variabel lainnya dianggap tetap (*ceteris paribus*). Kurva ini memiliki *slope* negatif, yang menunjukkan bahwa jumlah yang diminta (*the quantity demanded*) naik dengan turunnya harga. Di samping faktor harga, terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi permintaan suatu barang sehingga permintaan barang berfluktuasi. Faktor-faktor tersebut yaitu :

a) Harga barang itu sendiri

Permintaan suatu barang atau komoditi dipengaruhi oleh harga komoditi itu sendiri dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan atau *ceteris paribus*. Secara umum bila harga suatu komoditi tinggi, hanya sedikit orang yang mau dan mampu membelinya. Pengaruh harga terhadap perubahan kuantitas permintaan tergantung pada jenis barang. Terdapat beberapa jenis barang, yaitu barang normal, barang inferior, dan barang superior. Barang normal adalah barang-barang yang jumlah konsumsinya bertambah seiring dengan pendapatan konsumen yang meningkat.

Barang inferior adalah barang-barang yang jumlah konsumsinya akan menurun justru apabila pendapatan konsumen meningkat, sedangkan barang mewah (superior) adalah semakin tinggi pendapatan konsumen, maka konsumsinya terhadapnya menjadi semakin besar. Dorongan konsumsi terhadap barang superior dikarenakan barang ini mempunyai nilai prestis.

b) Harga barang lain

Permintaan terhadap suatu barang dapat dipengaruhi oleh harga barang-barang lain yang ada kaitannya seperti barang yang saling menggantikan (substitusi) dan barang yang saling melengkapi (komplementer). Suatu barang bersifat substitusi apabila memiliki fungsi yang sama dan kandungan yang sama dengan barang lain (Manurung dan Rahardja, 2002). Barang substitusi adalah suatu barang yang permintaannya, *ceteris paribus*, langsung dipengaruhi oleh harga barang lain. Apabila suatu barang mengalami kenaikan harga, maka permintaannya akan turun, sedangkan permintaan akan barang substitusi dari barang tersebut akan meningkat. Sedangkan barang komplementer adalah suatu barang yang permintaannya, *ceteris paribus*, dipengaruhi secara terbalik oleh barang lain (Miller dan Meiners, 1999).

c) Tingkat pendapatan

Tingkat pendapatan per kapita mencerminkan daya beli. Makin tinggi tingkat pendapatan, maka kemampuan daya beli akan menguat, sehingga permintaan terhadap suatu barang akan meningkat

pula (Mandala dan Prathama, 2008). Dalam hal ini hanya ada satu pengecualian yaitu yang disebut dengan *inferior goods* (juga disebut dengan *Giffengoods*) yaitu barang-barang yang permintaannya justru berkurang bila penghasilan konsumen naik.

d) Selera

Selera masyarakat mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk mengonsumsi barang atau jasa. Selera konsumen yang bermacam-macam terhadap suatu barang akan menimbulkan munculnya barang-barang lain di pasar melalui spesialisasi produk, yang mengakibatkan bentuk pangsa pasar tersendiri (monopolistik) bagi selera-selera tertentu.

e) Perkiraan harga di masa yang akan datang

Apabila terdapat perkiraan harga suatu barang akan naik di masa yang akan datang, akan mendorong para konsumen untuk membeli sebanyak-banyaknya barang pada saat yang sekarang, sehingga permintaan dalam jangka pendek akan meningkat.

f) Distribusi Pendapatan

Tingkat pendapatan per kapita bisa memberikan kesimpulan yang salah bila terdapat disparitas dalam substitusi pendapatan antar konsumen, sehingga hanya sebagian kecil kelompok masyarakat yang menguasai begitu besar porsi perekonomian, sehingga daya beli secara umum akan lemah, berakibat pada turunnya permintaan suatu barang.

g) Usaha-Usaha produsen meningkatkan penjualan

Dalam perekonomian yang modern, kemampuan produsen untuk membujuk akan meningkatkan permintaan akan barang itu.

6. Tingkat Kepuasan Konsumen

Kepuasan berasal dari bahasa latin “*satis*”, yang berarti cukup dan sesuatu yang memuaskan akan secara pasti memenuhi harapan, kebutuhan, atau keinginan, dan tidak menimbulkan keluhan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000).

Engel, et al (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli ketika alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan (Tjiptono, 2008) .

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antar harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dalam mempelajari perilaku konsumen berarti mempelajari bagaimana konsumen membuat keputusan untuk menggunakan sumberdaya yang dimilikinya untuk memperoleh dari apa yang mereka inginkan tentang produk maupun jasa. Perilaku konsumen secara sederhana mempelajari tentang apa yang dibeli konsumen, mengapa konsumen membelinya, kapan dan di mana mereka membelinya, seberapa sering mereka membelinya, dan seberapa sering mereka mengonsumsinya (Sumarwan, 2003).

Kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, di antaranya hubungan antarperusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 2008).

Menurut Kotler (2004), terdapat beberapa metode yang bisa digunakan perusahaan untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu :

a) Sistem keluhan dan saran

Saran, kritik, pendapat atau keluhan dari konsumen merupakan salah satu cara perusahaan dalam mengukur kepuasan pelanggan. Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan akses yang mudah serta nyaman supaya konsumen mendapat kesempatan untuk menyampaikan saran, pendapat, keluhan atau kritik. Media yang digunakan dapat meliputi kotak saran, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus (*customer hot line*).

Informasi yang didapat melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga bagi perusahaan sehingga memungkinkannya untuk merespons secara cepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul. Meskipun demikian, metode ini cenderung pasif, sehingga sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan.

b) *Ghost shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang

yang disebut *ghost shopper* untuk berperan sebagai pelanggan potensial produk perusahaan lain dan kemudian menilai cara perusahaan lain melayani permintaan spesifik konsumen, menjawab pertanyaan konsumen dan menangani setiap keluhan.

c) *Lost Customer Analysis*

Dengan metode ini perusahaan berusaha untuk menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau beralih ke produk lain atau pemakai jasa yang telah beralih ke pemasok lain. Melalui metode ini perusahaan mendapatkan informasi serta memahami mengapa hal tersebut dapat terjadi agar perusahaan dapat mengambil kebijakan perbaikan atau langkah selanjutnya yang harus diambil dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

d) *Survei kepuasan pelanggan*

Umumnya, penelitian mengenai kepuasan pelanggan banyak menggunakan metode ini, baik melalui pos, telepon, ataupun wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.

Metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, yaitu :

1) *Directly reported satisfaction*

Pengukuran yang dilakukan secara langsung melalui pertanyaan seperti apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

2) *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

3) *Problem analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok, yaitu masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.

4) *Importance performance analysis*

Analisis yang meminta responden meranking berbagai elemen atau atribut dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut dan juga meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen atau atribut tersebut.

B.Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan topik penelitian ini. Kajian penelitian terdahulu diperlukan sebagai bahan referensi bagi peneliti dalam menentukan metode analisis data yang digunakan dalam

pengolahan data serta sebagai pembanding dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Kajian penelitian terdahulu selengkapnya disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Kajian penelitian terdahulu.

No	Pengarang (Tahun)	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
1.	Bangun, Salmiah, dan Hutajulu. 2012	Analisis Pola Konsumsi Pangan dan Tingkat Konsumsi Beras di Desa Sentra Produksi Padi (Studi Kasus: Desa Dua Ramunia, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang)	- Analisis deskriptif - Analisis regresi berganda	- Pola konsumsi pangan masyarakat belum sesuai dengan pola konsumsi ideal. - Tingkat konsumsi beras di Desa Sidoarjo Dua Ramunia berada di atas tingkat konsumsi beras nasional dan Kabupaten Deli Serdang dan di bawah tingkat konsumsi beras Sumatera Utara. - Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi beras di Desa Sidoarjo Dua Ramunia adalah jumlah anggota keluarga dan tingkat pendapatan.
2.	Margareta dan Purwidiani. 2014	Kajian Tentang Pola Konsumsi Makanan Utama Masyarakat Desa Gunung Sereng Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan Madura	- Analisis deskriptif	- Pola konsumsi makan masyarakat Desa Gunung Sereng terdiri dari makanan pokok yaitu nasi jagung dan hidangan pelengkap berupa lauk pauk dan sayur. Selain itu, masyarakat sering membuat kudapan yang berbahan dari jagung seperti bubur jagung dan lepet jagung. - Faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumsi makan masyarakat Desa Gunung Sereng adalah faktor geografis, faktor budaya, faktor pengetahuan ibu rumah tangga, dan faktor pendapatan, dan pekerjaan keluarga.

Tabel 5. Lanjutan

3.	Harahap. 2012	Analisis Permintaan Beras di Sumatera Utara	- Analisis regresi linier berganda	- Secara keseluruhan permintaan beras di Sumatera Utara dipengaruhi oleh harga beras, harga jagung, jumlah penduduk, dan PDRB. - Kebutuhan akan beras sebagai bahan makanan pokok di propinsi Sumatera Utara belum tergantikan oleh komoditi lain seperti jagung, dan lain-lain.
4.	Eka dan Suparmini. 2013	Pola Konsumsi Ubi Kayu Sebagai Makanan Alternatif Pengganti Beras dan Ketahanan Pangan Rumah Tangga Di Desa Giriharjo Kecamatan Panggang	- Deskripsi kuantitatif - Tabulasi silang (<i>crosstab</i>)	- Kecenderungan konsumsi ubi kayu di dusun Banyumeneng I lebih tinggi (55,56%) daripada Panggang II (40,54%). - Pola konsumsimakanan pokok di Dusun Banyumeneng I dan Panggang II berbeda, di Dusun Banyumeneng I, ubi kayu masih banyak dikonsumsi sebagai makanan alternatif pengganti beras dengan frekuensi konsumsi lebih dari 3 kali dalam sehari. Konsumsi makanan pokok di Dusun Panggang I yang dominan adalah beras dengan frekuensi konsumsi lebih dari 3 kali dalam sehari.
5.	Nurmalinadan. Astuti.2011	Analisis Proses Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Terhadap Beras	- Analisis deskriptif - <i>Customer Index Satisfication</i> (CSI)	- Konsumsi beras oleh kelas atas mempertimbang-kan kualitas, ketersediaan, pelayanan, dan kenyamanan di tempat

Tabel 5. Lanjutan

	(Studi Kasus Di Kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur)	- <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	pembelian. Kelas menengah mempertimbangkan kualitas yang sesuai dengan harga, ketersediaan, informasi dan lokasi penjual beras. Kelas bawah sangat mempertimbangkan harga beras.
		-	- CSI dari ketiga kelas sosial berkisar 67,86 - 77,05 termasuk kategori puas. Atribut yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen namun kinerjanya belum memuaskan adalah atribut yang berada pada kuadran I.
6.	Sianturi, Putra, dan Ginarsa. 2013	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Beras Merah Organik di Kota Denpasar	- Analisis regresi linier berganda
			- Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap beras merah organik adalah faktor kemasan, faktor rasa, faktor aroma, faktor manfaat, faktor ketersediaan, faktor motivasi, dan faktor persepsi.
			- Tingkat kepuasan 45 responden terhadap beras merah organik di Kota Denpasar adalah, pada kategori tidak puas ada sebanyak 11 orang (24,45%), kategori puas 15 orang (33,33%), dan kategori sangat puas 19 orang (42,22%).

Tabel 5. Lanjutan

7.	Mauludyani, Martianto dan Baliwati. 2008	Pola Konsumsi dan Permintaan Pangan Pokok Berdasarkan Analisis Data Susenas 2005	- Analisis regresi log linear - Deskriptif kualitatif	- Beras memiliki pangsa pengeluaran terbesar diantara pangan pokok (14.99%). - Elastisitas harga pangan pokok nasional tidak elastis, kecuali jagung, terigu dan turunannya. - Untuk meningkatkan konsumsi pangan lokal, seperti jagung, ubi kayu, dan ubi jalar, perlu dilakukan peningkatan pengembangan agroindustri berbasis pangan lokal.
8.	Darsono dan Junaedi. 2011	Pengetahuan, Preferensi, Sikap, Niat Mencoba dan Berpindah Konsumsi Bahan Pangan Alternatif Selain Beras dan Gandum di Surabaya	- Analisis deskriptif - Analisis kluster - Tabulasi silang	- Pengetahuan masyarakat tentang keragaman bahan pangan selain beras dan gandum (singkong dan ubi jalar) cukup tinggi, - Responden beranggapan bahwa singkong dan ubi jalar memiliki kualitas yang diinginkan dan harga yang masih dapat dijangkau. - Bahan pangan alternatif mulai dari yang paling disukai hingga tidak disukai adalah jagung, pisang, singkong, ubi jalar, sagu, dan kelapa sawit. - Sikap responden terhadap konsumsi berbahan singkong dan ubi jalar adalah suka.

Tabel 5. Lanjutan

			-	- Responden ragu-ragu untuk berpindah konsumsi ke bahan pangan singkong, sedangkan untuk bahan pangan ubi jalar responden tidak berniat untuk berpindah konsumsi.
9.	Fransiska, Lubis, dan Ginting. 2013	Analisis Konsumsi Pangan Beras dan Pangan Non Beras(Studi Kasus : Desa Bagan Serdang Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang)	- Analisis regresi berganda - Analisis SWOT	- Faktor-faktor yang secara parsial memiliki pengaruh yang nyata dan positif terhadap konsumsi pangan rumah tangga adalah pendapatan rumah tangga, dan jumlah anggota rumah tangga. - Faktor-faktor yang secara parsial tidak memiliki pengaruh yang nyata terhadap konsumsi pangan rumah tangga adalah tingkat pendidikan ibu. - Strategi-strategi yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah dalam pencapaian diversifikasi adalah pemberdayaan kaum perempuan melalui peningkatan pendidikan dan ketrampilannya seperti pemanfaatan lahan pekarangan dan mengolah produk baru berbasis sumberdaya lokal sehingga dapat menambah lapangan pekerjaan, serta meningkatkan promosi pangan beragam dan bergizi.

Tabel 5. Lanjutan

10.	Rizky, Munandar, dan Adrianto. 2013	Analisis Persepsi Konsumen dan Strategi Pemasaran Beras Analog (<i>Analog rice</i>)	- Tabulasi silang - Analisis kluster - Analisis biplot	- Mayoritas konsumen menyatakan kesan suka terhadap beras analog dengan penilaian suka pada rasa, aroma, teksur dan bentuk serta penilaian cukup pada warna. - Tipe konsumsi yang cocok untuk beras analog adalah sebagai makanan selingan. - Lokasi pemasaran yang tepat untuk beras analog adalah melalui pasar modern dengan bentuk promosi melalui iklan di televisi. - Sebagian besar konsumen berminat mengkonsumsi kembali beras analog.
11	Hendaris, Zakaria, dan Kasymir. 2013	Pola Konsumsi dan Atribut- Atribut Beras Siger yang Diinginkan Konsumen Rumah Tangga di Kecamatan Nata, Kabupaten Lampung Selatan.	- Analisis kualitatif - Analisis konjoin	- Pola konsumsi beras siger konsumen rumah tangga di Kecamatan Natar, memiliki frekuensi konsumsi 1–5 kali per minggu (48.08%), cara pengonsumsi beras siger dicampur beras (90.38%) dengan jumlah konsumsi dalam seminggu kurang dari 1 kg (38.46%), dan alasan mengonsumsinya karena kebiasaan (57.70%). - Atribut-atribut beras siger yang menjadi pertimbangan konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi beras siger di Kecamatan Natar adalah harga per kg, warna, kekenyalan, aroma dan kemasan.

C. Kerangka Pemikiran

Kebutuhan akan pangan merupakan hal yang sangat penting dan strategis bagi keberlangsungan hidup umat manusia. Kebutuhan pangan harus terpenuhi secara ideal baik secara kuantitas maupun kualitas. Saat ini pemenuhan kebutuhan pangan menghadapi sejumlah tantangan. Penduduk Indonesia setiap tahun terus bertambah, namun perkembangan di sektor pertanian khususnya pangan cenderung menurun beberapa tahun terakhir. Salah satu komoditas pangan yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia adalah beras yang dikonsumsi lebih dari 90 % masyarakat Indonesia (Sinaga, 2010). Tingginya konsumsi beras tergambar dari besarnya alokasi pengeluaran. Dalam struktur pengeluaran keluarga, alokasi pengeluaran untuk beras cukup besar. Namun demikian, Indonesia ternyata masih mengimpor beras dari negara lain untuk mencukupi kebutuhan beras di dalam negeri. Dalam mengatasi hal tersebut maka diperlukan suatu langkah penganeekaragaman atau diversifikasi pangan agar ketersediaan pangan bisa tetap terjaga dengan memaksimalkan potensi sumber daya yang dimiliki.

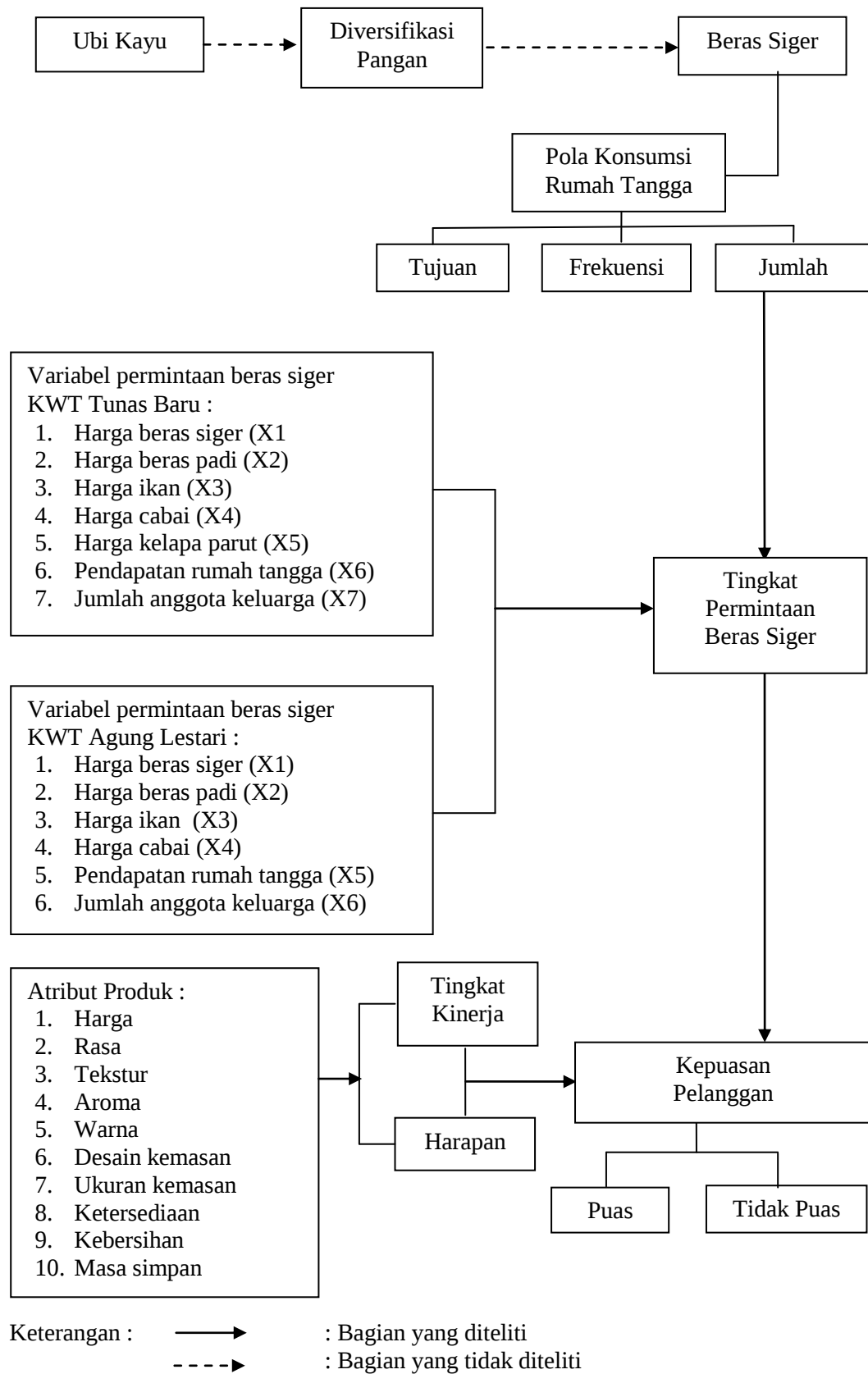
Menindaklanjuti hal tersebut Badan Ketahanan Pangan Daerah Provinsi Lampung berkomitmen untuk menyukseskan gerakan diversifikasi pangan melalui program Percepatan Penganeekaragaman Konsumsi Pangan (P2KP) dengan mengembangkan produk olahan dari ubi kayu menjadi tiwul modifikasi atau lebih dikenal dengan nama beras siger. Ubi kayu dipilih sebagai bahan baku olahan pangan lokal di Provinsi Lampung karena

Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi penghasil ubi kayu terbesar di Indonesia. Di Provinsi Lampung, beras siger diproduksi di dua tempat yaitu Kelurahan Pinang Jaya, Kecamatan Kemiling, Kota Bandarlampung dan Desa Pancasila, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan.

Harga beras siger masih lebih mahal dibandingkan dengan beras padi mengakibatkan permintaan terhadap beras siger menjadi tidak stabil. Dalam penelitian ini analisis permintaan beras siger diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menguji faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan beras siger yaitu harga beras siger, harga barang substitusi, harga barang komplementer, tingkat pendapatan rumah tangga, dan jumlah anggota keluarga.

Ketidakstabilan permintaan beras siger juga terkait dengan kepuasan yang dirasakan konsumen terhadap atribut-atribut yang melekat pada beras siger yaitu diantaranya atribut harga, rasa, tekstur, aroma, warna, desain kemasan, ukuran kemasan, ketersediaan, kebersihan dan masa simpan. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan terhadap produk/jasa dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000).

Untuk mengukur tingkat kepuasan rumah tangga terhadap beras siger, dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Kerangka pemikiran penelitian

D.Hipotesis

Hipotesis dibuat untuk menjawab tujuan ke dua pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan beras siger. Hipotesis yang diajukan adalah :

1. Diduga harga beras siger dan harga barang komplementer (harga ikan, harga cabai, harga kelapa parut) berpengaruh negatif terhadap permintaan beras siger.
2. Diduga harga beras padi, pendapatan rumah tangga, dan jumlah anggota keluarga berpengaruh positif terhadap permintaan beras siger.