

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
HARGA (*PRICE*) SUSIN DI KABUPATEN SINJAI
(Studi Kasus di Desa Gunung Perak)**

**Wahyudir Kadir¹, Jumriah Syam², Basir Paly², Andi Suarda²,
Khaerani Kiramang²**

¹ Alumni Jurusan Ilmu Peternakan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Alauddin Makassar

² Dosen Jurusan Ilmu Peternakan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Alauddin Makassar

Email : wahyudirkadir@rocketmail.com

ABSTRACT

This research was a case study that aims to determine: 1) the level of customer satisfaction of Sinjai's dairy products (Susin), 2) Attributes (element) Sinjai's milk (susin) was preferred by consumers. The experiment was conducted in the Perak Mountain village, West Sinjai, Sinjai Regency. The research method is a field survey by questionnaire survey instrumentation. Numbers of samples were determined by Skinov formula. Sampling purposive by 80 respondents had used. The results showed that: 1) The level of customer satisfaction with the product and price (2P) in the Perak Mount village Sinjai, consumers expressed satisfaction on all attributes of the products and prices of susin, 2) Consumer susin at Perak Mountain Village Sinjai priority susin flavor attributes of the product with the highest quantitative by 4.5811.

Keywords: Satisfaction, Customer, Product and Price of Sinjai's Milk (Susin).

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama dunia usaha pada saat ini. Banyaknya usaha yang bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan baik yang sejenis maupun yang tidak sejenis. Oleh karena itu, pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba, sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, dan mengadakan promosi.

Sub sektor peternakan merupakan salah satu bagian dari sektor pertanian yang memegang peranan penting dalam perekonomian nasional. Sub sektor peternakan memiliki peranan penting dalam penyediaan produksi daging, telur, dan susu untuk

memenuhi permintaan masyarakat akan sumber protein hewani yang bernilai gizi yang tinggi dan lengkap (Kotler, 2005).

Beberapa peranan penting sub sektor peternakan adalah penyedia produksi daging, telur dan susu untuk memenuhi permintaan masyarakat akan sumber protein hewani yang bernilai gizi tinggi dan sebagai bahan baku industri. Sub sektor peternakan khususnya komoditi susu merupakan salah satu sumber gizi yang diminati selain daging dan telur, karena susu mempunyai kandungan gizi yang lengkap yang dibutuhkan oleh manusia untuk peningkatan kecerdasan, pertumbuhan, dan kekuatan fisik.

Komoditas susu memiliki prospek untuk dikembangkan karena komoditas susu dibutuhkan oleh semua kalangan masyarakat. Susu sebagai salah satu produk peternakan memiliki peran yang sangat besar bagi peningkatan kualitas sumberdaya manusia melalui pemenuhan kebutuhan protein dan mineral. Hal ini juga didukung dengan kampanye minum susu yang dicanangkan oleh pemerintah sejak tahun 1970 (Irwan, 2008).

Kemajuan teknologi mempengaruhi kecenderungan masyarakat dalam gaya hidup dan pola konsumsinya, saat ini pola kecenderungan konsumen dalam mengkonsumsi susu lebih memilih produk olahan susu dibanding susu segar. Hal ini disebabkan karena produk susu olahan dirasa lebih praktis, tahan lama, memiliki pilihan rasa yang disukai konsumen, terbatasnya jangkauan susu segar dalam pemasaran karena bersifat *perishable food* serta harga susu segar relatif lebih mahal dari pada susu olahan (Astawan, 2005).

Koperasi peternakan di Provinsi Sulawesi Selatan hanya berada di Kabupaten Sinjai dan Kabupaten Enrekang, dimana kedua daerah ini merupakan tempat pengembangan sapi perah dan menghasilkan susu yang didukung oleh pemerintah dan juga kondisi iklim atau lokasinya yang baik untuk pengembangan sapi perah. Koperasi Susu Sintari yang merupakan satu-satunya koperasi peternakan sapi perah yang terdapat di Dusun Batu Leppa, Desa Gunung Perak, Kecamatan Sinjai Barat, Kabupaten Sinjai yang produksi susunya diolah menjadi minuman khas Susin. Masalah yang dialami oleh Koperasi Susu Sintari ini tidak berdampak negatif pada semua petani/peternak lainnya, disebabkan karena mereka masih ingin meningkatkan pendapatannya yang dimana petani/peternak merasa masih kurang dalam pendapatan rumah tangganya dari hasil bertani, oleh karena itu koperasi peternakan khususnya pada peternakan sapi perah memang memberikan suatu penghasilan yang cukup memuaskan bagi petani/peternak khususnya pada produk susu sapi yang telah memberikan kontribusi yang cukup tinggi, susu sapi tersebut dapat dijual ke koperasi terkait dengan harga yang ditetapkan oleh koperasi itu sendiri (Anonim, 2012).

Dari sekian banyak merek susu yang ada, konsumen biasanya menggunakan faktor-faktor seperti kemasan, rasa, variasi rasa dan harga sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian produk susu. Kemasan yang menarik akan mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian, hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen secara psikologis yang mengatakan bahwa seorang konsumen akan melakukan pengamatan terhadap barang yang akan dibeli dan digunakan oleh konsumen. Kemasan produk yang menarik akan mendorong seorang konsumen untuk memberikan kemudahan bagi konsumen dalam penggunaan maupun penyimpanan sehingga konsumen merasa puas.

Desain yang unik, ukuran yang bermacam-macam, warna, bentuk dan informasi yang diberikan pada kemasan akan semakin mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan produk. Faktor kepuasan ini menjadi faktor terpenting untuk menciptakan loyalitas konsumen. Seorang konsumen akan memberikan kepercayaannya terhadap sebuah produk atau merek jika ia merasa puas terhadap produk yang dikonsumsinya.

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli - Agustus tahun 2013 di Desa Gunung Perak Kecamatan Sinjai Barat Kabupaten Sinjai

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh objek yang dimaksud untuk diteliti. Populasi dibatasi sebagai sejumlah subjek atau individu yang paling sedikit memiliki satu sifat yang sama (Sugiyono, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk susu sinjai (susin) yang penduduknya usia produktif di Desa Gunung Perak Kecamatan Sinjai Barat Kabupaten Sinjai yang berjumlah 500 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang merupakan penduduk yang jumlahnya kurang dari populasi. Sampel harus mempunyai paling sedikit satu sifat yang sama

(Sugiyono, 2006). Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan cara purposive sampling dan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus skinov:

$$n = N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q / D^2$$

Keterangan :

n = Perkiraan besar sampel

N = Jumlah Populasi (500 orang)

Z = Nilai standar deviasi normal (1,96)

P = Proporsi kejadian

Q = 1 – P = (1- 0,06)

D = Tingkat ketelitian (0,1) atau $\alpha = 90 \%$

Berdasarkan rumus ini di peroleh jumlah responden sebanyak 80 responden pada taraf keyakinan 90 %.

C. Materi Penelitian

Materi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur dan wawancara mendalam dengan menggunakan kuisioner. Untuk menguji validitas instrumen yang digunakan menggunakan rumus metode korelasi *product moment* (Husein, 2003).

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

rxy = koefisien korelasi *product moment*

n = jumlah sampel

$\sum X$ = jumlah total skor item

$\sum Y$ = jumlah total dari nilai skor total

$\sum XY$ = jumlah hasil kali skor item dengan skor total

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat skor total

Untuk menentukan instrumen itu valid atau tidak maka ketentuannya adalah sebagai berikut :

- a. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ dengan taraf keyakinan 90 %, maka instrumen tersebut dikatakan valid.
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ dengan taraf keyakinan 90 %, maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid

D. Prosedur Penelitian

1. Penentuan Sampel

Adapun penentuan sampel dalam penelitian kali ini adalah dengan menggunakan rumus skinov dengan taraf keyakinan 90%.

2. Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pengumpulan data penelitian dilakukan secara studi literatur dan wawancara mendalam dengan menggunakan kuisioner.

E. Analisis Data

Analisis data menggunakan kualitatif (deskriptif) menggunakan skala linkert. Skala Linkert penggunaannya dengan skala 1-5 dengan pernyataan sangat setuju, setuju, biasa, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Atribut (elemen) yang di analisis adalah atribut pada produk (kemasan, ukuran, merek, aroma, rasa dan variasi rasa) dan harga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan variabel Harga, hasil analisis data dapat di tunjukkan pada Tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Hasil Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Harga Produk

No	Frekuensi Responden	Tingkat Kepuasan		Persentase (%)
		Kualitatif	Kuantitatif	
1.	48 Orang	Sangat Puas	5	60
2.	25 Orang	Puas	4	31
3.	6 Orang	Biasa	3	8
4.	1 Orang	Tidak Puas	2	1
5.	Tidak Ada	Sangat Tdk Puas	1	0
Total : 80 Orang		100		

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2013

Berdasarkan Tabel 1, bahwa sebagian besar responden menjatuhkan pilihan pada tingkat kepuasan konsumen termasuk dalam skala sangat puas dengan jumlah responden 48 orang. Kemudian responden memilih pada tingkat kepuasan konsumen dengan skala puas dengan jumlah responden 25 orang. Kemudian tingkat kepuasan konsumen dengan skala biasa dengan jumlah 6 orang dan untuk skala tidak puas dan sangat tidak puas responden yang memilih pada skala tidak puas 1 orang sedangkan tidak ada responden yang memilih skala sangat tidak puas untuk variabel harga. Hal ini menunjukkan bahwa responden menyatakan puas dengan harga produk susin dengan nilai kuantitatif pada variabel harga dengan nilai rata-rata sebesar Rp 4.490,00.

Responden merasa puas terhadap variabel harga sesuai dengan apa yang telah produsen per 1 produk. Harga dari produk susin sesuai dengan pendapatan per bulan masyarakat Desa Gunung Perak. Sekitar 50 % pendapatan per bulan masyarakat desa gunung perak berada pada kisaran Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 . Hal ini sesuai dengan pendapat Lupiyoadi (2001), bahwa ada lima faktor yang perlu di perhatikan dengan kaitannya dengan kepuasan konsumen yang salah satunya adalah harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

Pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula, demikian pula sebaliknya, pada tingkat harga tertentu, nilai barang dan jasa akan meningkat seiring dengan meningkatnya manfaat yang dirasakan. Menurut Tjiptono (2001), Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi di mana Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau *utilitas* tertinggi yang diharapkan konsumen berdasar daya belinya. Sedangkan peran informasi dari harga yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor- faktor produk seperti kualitas. Pada variabel harga hasil rata-rata menunjukkan hasil 4.490 yang termasuk ke dalam skala puas.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian kali ini adalah:

1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap *product and price* (2P) Susin di Desa Gunung Perak Kabupaten Sinjai, konsumen menyatakan puas terhadap semua atribut mengenai produk dan harga dari produk susin.
2. Konsumen susin di desa gunung perak kabupaten sinjai memberikan nilai terhadap atribut Harga dari produk susin dengan nilai kuantitatif 4.490

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2011. *Kepuasan Konsumen*. http://www.google.com/kepuasan_konsumen (diakses 20 Mei 2013).
- Irwan, H. 2008. *Susu Fermentasi Bermerek*. Majalah Marketing, 2008 Edisi 08/VIII/Agustus/2008/Sept 01.00.
- Kotler, 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 2. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Sugiyono. 2006. *Statistika Untuk Penelitian*. CV Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, F. .2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Cetakan 5. Andi, Yogyakarta.