

**KEPUASAN TERHADAP PRODUK OLAHAN SAGU
DI DESA LEBANI KECAMATAN BELOPA UTARA
KABUPATEN LUWU
(STUDI KASUS WARUNG MAKAN SAGENA)**

**ARWIS
1302405035**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS COKROAMINOTO PALOPO
2021**

**KEPUASAN TERHADAP PRODUK OLAHAN SAGU
DI DESA LEBANI KECAMATAN BELOPA UTARA
KABUPATEN LUWU
(STUDI KASUS WARUNG MAKAN SAGENA)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian
pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Cokroaminoto Palopo

**ARWIS
1302405035**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS COKROAMINOTO PALOPO
2021**

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Kepuasan terhadap Produk Olahan Sagu di Desa
Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu
(Studi Kasus Warung Makan Sagena)
Nama : Arwis
NIM : 1302405035
Program Studi : Agribisnis
Tanggal Ujian : 10 Februari 2020

Menyetujui,

Pembimbing II,



Dharma Fidyansari, S.Pi, M.M.

Pembimbing I,



Dr. Suaedi, S.Pd., M.Si.

Mengesahkan,

Ketua Program Studi Agribisnis,



Abdul Rais, S.Si., M. Ling
Tanggal 31-5-2021

Dekan Fakultas Pertanian,



Rahmatullah, S.P., M.Si.
Tanggal 02 Juni 2021



ABSTRAK

Arwis. 2020. Kepuasan terhadap Produk Olahan Sagu di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu (Studi Kasus Warung Makan Sagena) (Dibimbing oleh Suaedi dan Dharma Fidyansari)

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui kepuasan terhadap produk olahan sagu pada Warung Makan Sagena di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen produk olahan sagu di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu yang berjumlah sebanyak 300 orang. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 30 orang atau 10% dari jumlah populasi, yang diambil secara sengaja (*purposive sampling*). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert's Summated Rating* (SLR). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan terhadap produk olahan sagu, yaitu Tidak Puas sebesar 2,1%, Kurang Puas sebesar 15,9%, Puas sebesar 56,9% dan Sangat Puas sebesar 25,1%. Mayoritas responden puas terhadap makanan dan minuman, pelayanan serta harga produk olahan sagu di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu (Studi Kasus Warung Makan Sagena).

Kata kunci: Produk olahan sagu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. karena atas rahmat-Nyalah sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Kepuasan terhadap Produk Olahan Sagu di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu (Studi Kasus Warung Makan Sagena)”.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan hingga saat ini akan sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini karena banyaknya tantangan baik dari segi kemampuan penulis, bahasa, literatur maupun waktu yang tersedia. Akan tetapi, berkat petunjuk dan arahan dari pembimbing serta pihak-pihak yang mendukung penulis, maka skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Hanafie Mahtika, M.S., Rektor Universitas Cokroaminoto Palopo.
2. Bapak Rahman Hairuddin, S.P., M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Cokroaminoto Palopo.
3. Ibu Dharma Fidyansari, S.Pi, M.M., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Cokroaminoto Palopo sekaligus sebagai Pembimbing II yang selalu memberikan kritik dan saran dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Suaedi, S.Pd., M.Si, selaku Pembimbing I atas segala saran dan kritikan guna pengembangan isi skripsi ini.
5. Semua dosen dan staf Universitas Cokroaminoto Palopo yang telah memberikan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan selama ini.
6. Kedua orang tua atas segala perhatian, pengorbanan, kasih sayang serta doa restunya yang luar biasa buat penulis selama ini.
7. Keluarga tercinta yang telah membantu penulis dengan do'a dan dukungan dalam berbagai hal.
8. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Cokroaminoto Palopo yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan dukungan selama perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi.

9. Kepada semua pihak yang tidak sempat penulis sebut namanya satu per satu, terima kasih atas bantuan kalian.

Semoga arahan, motivasi dan bantuan yang telah diberikan menjadi amal ibadah bagi keluarga, bapak dan rekan-rekan sehingga memperoleh balasan yang lebih baik dari Allah. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi atau tulisan penulis berikutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca serta dapat dijadikan sebagai sumbangan pikiran untuk perkembangan pendidikan, khususnya Agribisnis Pertanian.

Palopo, Februari 2020

Arwis

RIWAYAT HIDUP



Arwis, lahir di Desa Ulusalu Kecamatan Latimojong Kabupaten Luwu pada tanggal 15 Oktober 1994, merupakan anak kedua dari enam bersaudara dari pasangan Bapak Drs. Pahri dan Ibu Mariani. Penulis menempuh pendidikan dasar di SDN 230 Ulusalu pada tahun 2001 dan lulus pada tahun 2007. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan di MTs Ulusalu dan lulus pada tahun 2010. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan Madrasah Aliyah Ulusalu dan lulus tahun 2013. Kemudian di tahun yang sama, penulis melanjutkan studi pada salah satu perguruan tinggi di Palopo, yaitu Universitas Cokroaminoto Palopo pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
RIWAYAT HIDUP.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Kajian Teori	5
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	14
2.3 Kerangka Pikir	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	18
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	18
3.3 Populasi dan Sampel	18
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.5 Teknik Analisis Data.....	19
3.6 Definisi Operasional.....	20
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	21
4.2 Pembahasan	28
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	32
5.2 Saran	32

DAFTAR PUSTAKA	33
LAMPIRAN	35

DAFTAR TABEL

No		Halaman
1	Jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur dan jenis kelamin di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu (2019).....	22
2	Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu.....	23
3	Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu.....	24
4	Luas lahan dan penggunaannya di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu.....	24
5	Kondisi Sarana dan Prasarana di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu.....	25
6	Klasifikasi Responden Menurut Umur di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu.....	26
7	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu.....	26
8	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu.....	27
9	Klasifikasi Responden Berdasarkan Status Perkawinan di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu.....	27
10	Kepuasan terhadap Produk Olahan Sagu.....	28

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara Agraris, artinya pertanian masih memegang peranan penting pada seluruh sistem perekonomian nasional, untuk itu pembangunan pertanian menjadi salah satu hal penting yang harus dilakukan. Menurut Hadisapoetra (2008), pembangunan pertanian dapat diartikan sebagai suatu proses yang ditujukan untuk selalu menambah produksi pertanian untuk tiap-tiap konsumen, yang sekaligus mempertinggi pendapatan dan produktivitas usaha tiap petani dengan jalan menambah modal dan skill untuk meningkatkan peran manusia di dalam perkembangan tumbuh-tumbuhan dan hewan. Pembangunan sektor pertanian sudah selayaknya tidak hanya berorientasi pada produksi atau terpenuhinya kebutuhan pangan saja tetapi juga harus mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat petani.

Sektor pertanian merupakan pilar utama pembangunan perekonomian Indonesia karena hampir seluruh kegiatan perekonomian terpusat pada sektor tersebut. Pertanian menjadi penting karena adanya pengolahan hasil pertanian dengan berbagai pertimbangan, seperti dapat meningkatkan nilai tambah, meningkatkan kualitas hasil, meningkatkan penyerapan tenaga kerja, meningkatkan keterampilan dan pendapatan produsen. Tanaman sagu termasuk salah satu komoditi bahan yang banyak mengandung karbohidrat, sehingga sagu merupakan bahan makanan pokok untuk beberapa daerah di Indonesia.

Penyebaran sagu di Indonesia antara lain di Papua, Maluku, Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Selatan, Kalimantan Selatan, Kalimantan Barat, Jambi, Sumatera Barat (Mentawai) dan Kepulauan Riau. Hampanan Sagu terluas ada di Bumi Cendrawasih Papua seluas 1,3 Juta Ha yang terdiri dari Hutan Sagu (Alami) dan Budidaya (Apriani, 2016).

Di Sulawesi Selatan sendiri, berdasarkan data Badan Ketahanan Pangan, terdapat sekitar 10 ribu hektar lahan yang berpotensi untuk ditanami sagu. Akan tetapi, hanya 4,1 ribu hektar lahan yang telah digunakan untuk penanaman sagu. Dengan demikian, terdapat sekitar 5,9 ribu hektar yang belum ditanami.

Sagu merupakan salah satu komoditas pasar yang cukup dicari oleh masyarakat khususnya di Kabupaten Luwu. Kehadirannya memosisikan diri sebagai bagian kedua setelah beras. Oleh karena itu, sagu menjadi bagian terpenting dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari masyarakat Luwu khususnya di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara. Seperti kita ketahui, sagu memiliki berbagai variasi jenis olahan yang digunakan oleh manusia untuk pemenuhan kebutuhan mereka. Melihat minat dan permintaan masyarakat terhadap sagu yang cukup meningkat dari tahun ke tahun, hipotesis akan harga, cara perolehannya, cara pengolahannya, serta manfaatnya mungkin lebih baik dari pada sagu. Produk olahan sagu merupakan makanan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

Di Kabupaten Luwu terdapat berbagai macam agroindustri yang berskala rumah tangga seperti industri olahan sagu. Industri sagu di Kabupaten Luwu mempunyai jumlah unit usaha rumah tangga yang cukup banyak, seperti industri olahan sagu (kapurung). Kapurung adalah salah satu makanan khas tradisional di Sulawesi Selatan yang banyak diminati oleh masyarakat khususnya masyarakat daerah Luwu. Kapurung dimasak dengan campuran ikan atau daging ayam dan aneka sayuran sehingga rasa dari kapurung ini berbeda dengan kapurung yang biasa kita jumpai, sehingga mengundang konsumen untuk mencoba. Dengan ini dapat meningkatkan pendapatan bagi produsen olahan sagu (kapurung).

Pesatnya perkembangan rumah makan kapurung tidak terlepas dari peran serta konsumennya. Konsumen yang puas tidak hanya kembali untuk membeli tetapi juga berbicara positif terhadap produk olahan kapurung kepada orang lain, begitupun dengan pelayanan yang buruk menjadi salah satu penyebab dari efek negatif bagi industri pengolahan. Perilaku konsumen dalam memilih warung makan tentunya memiliki pertimbangan-pertimbangan, salah satunya adalah warung makan tersebut memiliki ciri khas baik dari menu yang disajikan maupun tempatnya. Seperti halnya dengan Warung Makan Sagena di Desa Lebani yang menyajikan makanan tradisional yaitu kapurung asal Daerah Luwu dengan rasa dan aroma yang khas.

Warung Makan Sagena harus berfokus pada konsumen, karena konsumen adalah bagian terpenting dari usaha tersebut. Oleh karena itu, Warung Makan

Sagena perlu mengerti bagaimana konsumennya berperilaku. Perilaku konsumen melibatkan interaksi antara pengaruh (afeksi) dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar. Untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran warung makan Sagena harus memahami apa yang dipikirkan (kognisi), apa yang dirasakan (afeksi) dan apa yang mereka lakukan serta kejadian sekitar yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa, dan dilakukan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Perilaku Konsumen terhadap Produk Olahan Sagu di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu (Studi Kasus Warung Makan Sagena)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat ditarik rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana kepuasan terhadap makanan dan minuman produk olahan sagu di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu (Studi Kasus Warung Makan Sagena)?
2. Bagaimana kepuasan terhadap pelayanan produk olahan sagu di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu (Studi Kasus Warung Makan Sagena)?
3. Bagaimana kepuasan terhadap harga produk olahan sagu di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu (Studi Kasus Warung Makan Sagena)?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Mengetahui kepuasan terhadap makanan dan minuman produk olahan sagu di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu (Studi Kasus Warung Makan Sagena).

2. Mengetahui kepuasan terhadap pelayanan produk olahan sagu di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu (Studi Kasus Warung Makan Sagena).
3. Mengetahui kepuasan terhadap harga produk olahan sagu di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu (Studi Kasus Warung Makan Sagena).

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan sesuatu yang diharapkan ketika sebuah penelitian sudah selesai. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi pemerintah Kabupaten Luwu dalam penyusunan kebijakan di bidang pertanian dan upaya penyediaan kebutuhan pangan masyarakat khususnya sagu.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola industri rumah tangga dalam perencanaan produksi.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan informasi bagi peneliti lain yang akan meneliti masalah yang sama atau penelitian lanjutan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

1. Perilaku Konsumen

a. Pengertian perilaku konsumen

Menurut Hasan (2013), perilaku konsumen adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau mengatur produk, jasa, idea atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Sumarwan (2012) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

Menurut Sunyoto (2012), perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dalam penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Perilaku konsumen memiliki kepentingan khusus bagi orang yang dengan berbagai alasan berhasrat untuk mempengaruhi atau mengubah perilaku tersebut, termasuk orang yang kepentingan utamanya adalah pemasaran. Tidak mengherankan jika studi tentang perilaku konsumen ini memiliki akar utama dalam bidang ekonomi terlebih lagi dalam pemasaran.

Sopiah dan Sangadji (2013) menyimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah:

- 1) Disiplin ilmu yang mempelajari perilaku individu, kelompok atau organisasi dan proses-proses yang digunakan konsumen untuk menyeleksi, menggunakan produk, pelayanan, pengalaman (ide) untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, dan dampak dari proses-proses tersebut pada konsumen dan masyarakat.
- 2) Tindakan yang dilakukan oleh konsumen guna mencapai dan memenuhi kebutuhannya baik dalam penggunaan, pengonsumsi, dan penghabisan barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan yang menyusul.

- 3) Tindakan atau perilaku yang dilakukan konsumen yang dimulai dengan merasakan adanya kebutuhan dan keinginan, kemudian berusaha mendapatkan produk yang diinginkan, mengonsumsi produk tersebut, dan berakhir dengan tindakan-tindakan pasca pembelian, yaitu perasaan puas atau tidak puas.

b. Model perilaku konsumen

Model perilaku konsumen terdapat tiga dimensi, yaitu stimulus pemasaran dan stimulus lain, kotak hitam konsumen, respons konsumen.

- 1) Stimulus ganda (stimulus pemasaran dan stimulus lain)

Stimulus yang dijalankan produsen atau pemasar, bisa berupa strategi bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi), dan stimulus lain yang berupa kondisi ekonomi, politik, teknologi, budaya yang dirancang oleh pemasar untuk memengaruhi dan memotivasi perilaku konsumen agar mau melakukan pembelian produk.

- 2) Kotak hitam konsumen

Dimensi kedua dari model perilaku konsumen adalah kotak hitam konsumen, yang mencakup (a) karakteristik konsumen dan (b) proses pengambilan keputusan konsumen. Contoh karakteristik konsumen adalah jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, penghasilan, kelas sosial, budaya, dan sebagainya. Proses pengambilan keputusan konsumen dimulai dengan dirasakannya beberapa masalah, yaitu kebutuhan dan keinginan yang belum terpuaskan, pencarian informasi, pengevaluasian, pembuatan keputusan pembelian, dan diakhiri dengan tindakan pasca pembelian.

- 3) Respons konsumen

Dimensi ketiga dari model perilaku konsumen adalah respons konsumen terhadap stimulus produsen/pemasar. Respons konsumen bisa berupa tindakan membeli atau tidak membeli produk yang ditawarkan produsen atau pemasar.

c. Tipe-tipe perilaku konsumen

Menurut Simamora (2011) bahwa ada 4 (empat) tipe perilaku pembelian konsumen berdasarkan pada tingkat keterlibatan pembeli dan tingkat perbedaan di antara merek sebagai berikut :

- 1) Perilaku membeli yang rumit

Perilaku membeli yang rumit membutuhkan keterlibatan tinggi dalam pembelian. Perilaku ini menyingkapkan adanya perbedaan-perbedaan yang jelas

di antara merek-merek yang ada. Perilaku membeli ini terjadi pada waktu membeli produk-produk yang mahal, tidak sering dibeli, berisiko dan dapat mencerminkan dari pembelinya, seperti mobil, televisi, pakaian, jam tangan, komputer pribadi, dan lain-lain. Biasanya konsumen tidak tahu terlalu banyak tentang kategori produk dan harus belajar untuk mengetahuinya, sehingga pemasar harus menyusun strategi untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang atribut produk, kepentingannya, tentang merek perusahaan, dan atribut penting lainnya.

2) Perilaku membeli untuk mengurangi ketidakcocokan

Perilaku membeli mempunyai keterlibatan yang tinggi dan konsumen menyadari hanya sedikit perbedaan antara berbagai merek. Perilaku membeli ini terjadi untuk pembelian produk yang mahal, tidak sering dilakukan, berisiko, dan membeli secara relatif cepat karena perbedaan merek tidak terlihat. Contoh, karpet, keramik, pipa PVC, dan lain-lain. Pembeli biasanya mempunyai respons terhadap harga atau yang memberikan kenyamanan. Konsumen akan memperhatikan informasi yang mempengaruhi keputusan pembelian.

3) Perilaku membeli berdasarkan kebiasaan

Dalam hal ini, konsumen membeli suatu produk berdasarkan kebiasaan, bukan berdasarkan kesetiaan terhadap merek. Konsumen memilih produk secara berulang bukan karena merek produk, tetapi karena konsumen sudah mengenal produk tersebut. Setelah membeli produk tersebut konsumen tidak mengevaluasi kembali mengapa mereka membeli produk tersebut. Perilaku ini biasanya terjadi pada produk-produk seperti gula, garam, air mineral dalam kemasan, deterjen, dan lain-lain. Pemasar dapat membuat keterlibatan antara produk dan konsumennya, misalnya dengan menciptakan produk yang melibatkan situasi atau emosi personal melalui iklan.

4) Perilaku membeli yang mencari keragaman

Perilaku ini memiliki keterlibatan yang rendah, namun masih terdapat perbedaan merek yang jelas. Konsumen berperilaku dengan tujuan mencari keragaman dan bukan kepuasan. Jadi merek dalam perilaku ini bukan merupakan suatu yang mutlak. Sebagai market leader, pemasar dapat melakukan strategi seperti menjaga agar jangan sampai kehabisan stok atau dengan promosi-promosi yang dapat mengingatkan konsumen akan produknya. Perilaku pembeli yang

mencari keragaman biasanya terjadi pada produk-produk yang sering dibeli, harganya murah dan konsumen sering mencoba merek-merek baru.

2. Produk Olahan Sagu

a. Deskripsi tanaman sagu

Tanaman sagu (*Metroxylon spp*) secara taksonomi masuk ke dalam ordo *spadiciflora*, *family palmae*, *genus Metroxylon*, *spesies Metroxylon spp*. Kata *Metroxylon* berasal dari bahasa Yunani, yaitu *Metro* berarti isi batang dan *xylon* yang berarti *xylem* (Tenda, 2009). Menurut Bintoro (2010) sagu dari genus *Metroxylon* dapat digolongkan dalam dua golongan besar. Pertama, sagu yang berbunga atau berbuah dua kali (*Pleomanthic*) dengan kandungan pati rendah dan kedua, tanaman sagu yang berbunga atau berbuah sekali (*Hepaxanthic*) yang mempunyai kandungan pati tinggi sehingga bernilai ekonomis untuk diusahakan. Golongan yang pertama terdiri atas spesies *Metroxylon filarae* dan *Metroxylon elatum*, sedang golongan yang kedua terdiri atas 5 spesies penting yaitu *M.rumphii* (sagu tuni), *M.sagus* (sagu molat), *M.siivester* (sagu ihur), *M.longispinum* (sagu makanaru) dan *M.microcantum* (sagu rotan). Sagu ihur, tuni dan molat adalah spesies sagu yang memiliki arti ekonomi untuk diusahakan.

Menurut Syakir dan Karmawati (2013) dari segi morfologi, sagu tumbuh dalam bentuk rumpun, terdiri atas 1-8 batang sagu yang pada pangkal tanaman tumbuh 5-7 batang anakan. Pada kondisi liar rumpun sagu akan melebar dengan jumlah anakan yang banyak dalam berbagai tingkat pertumbuhan. Tajuk pohon terbentuk dan pelepah yang berdaun sirip dengan ketinggian pohon dapat mencapai 8-17 m tergantung jenis dan tempat tumbuh.

Menurut Maherawati (2011) batang sagu merupakan bagian yang terpenting dari tanaman ini karena merupakan gudang penyimpan aci atau karbohidrat yang lingkup penggunaannya dalam industri sangat luas seperti industri pangan, pakan, alkohol dan industri lainnya. Batang sagu berbentuk silinder tingginya dapat mencapai 10-15 m dengan diameter 35-50 cm bahkan dapat lebih besar. Umumnya bagian bawah batang bentuknya lebih besar dari yang atas dan kandungan pati lebih tinggi. Pada waktu panen berat batang sagu dapat mencapai lebih dari 1 ton, kandungan acinya berkisar antara 15-30 % (berat basah), sehingga satu pohon sagu mampu menghasilkan 150 sampai 300 kg aci basah (Tirta, 2013).

Bentuk daun memancang (*lanceolatus*), agak lebar dengan tulang daun di tengah. Pada tulang daun terdapat banyak daun dengan ruas-ruas daun yang mudah patah. Daun sagu mirip dengan daun kelapa tetapi mempunyai pelepah seperti daun pinang. Pada waktu muda pelepah tersusun berlapis tetapi pada waktu dewasa akan terlepas. Pada tanaman dewasa sagu memiliki 18 tangkai daun dengan panjang sekitar 5 sampai 7 meter. Dalam setiap tangkai terdapat 50 pasang daun dengan panjang 60 sampai 180 cm dan lebar sekitar 5 cm. Pada tanah liat dengan penyinaran baik, daun sagu yang terbentuk pada waktu muda berwarna hijau tua, kemudian menjadi coklat kemerah-merahan apabila sudah tua (Syakir dan Karmawati, 2013).

Tanaman sagu berbunga pada umur antara 10-15 tahun tergantung jenis dan lingkungan tempat tumbuh dan sesudah itu pohonnya akan mati. Awal fase berbunga dimulai dengan keluarnya daun bendera yang berukuran lebih pendek dari daun sebelumnya (Syakir dan Karmawati, 2013). Hasil pengamatan Flach, bunga sagu bercabang banyak terdiri dari cabang primer, sekunder dan tersier. Pada cabang tersier terdapat sepasang bunga jantan dan betina, namun bunga jantan tepung sarinya punah sebelum bunga betina mekar. Oleh karenanya tanaman sagu dikategorikan dengan tanaman menyerbuk silang sehingga tanaman yang tumbuh sendiri jarang sekali membentuk buah. Syakir dan Karmawati (2013) menyatakan buah sagu bentuknya bulat kecil, bersisik dan berwarna coklat kekuning-kuningan, tersusun pada tandan seperti pada tanaman kelapa. Waktu bunga mulai muncul sampai fase pembentukan buah berlangsung dua tahun (Tirta, 2013).

Sagu tumbuh baik di daerah khatulistiwa, di tepi pantai, sepanjang aliran sungai dan pada tanah bergambut. Tempat tumbuh sagu berkisar antara 10° LU dan 10° LS dengan ketinggian sampai 700 meter di atas permukaan laut. Pertumbuhan sagu yang baik, dengan curah hujan antara 2000-4000 mm per tahun dan tersebar merata sepanjang tahun dengan temperatur 24°C sampai 30°C (Syakir dan Karmawati, 2013). Menurut Bintoro (2010) sagu merupakan tanaman potensial untuk dikembangkan di daerah pasang surut karena produktivitasnya sangat tinggi.

Lingkungan yang baik untuk pertumbuhan sagu adalah daerah yang berlumpur, dimana akar napas tidak terendam, kaya mineral dan bahan organik,

air tanah berwarna coklat dan bereaksi agak asam. Selanjutnya dikatakan habitat yang demikian cocok untuk pertumbuhan mikroorganisme yang sangat berguna bagi pertumbuhan sagu. Pada tanah-tanah yang tidak cukup mengandung mikroorganisme pertumbuhan sagu kurang baik. Selain itu pertumbuhan sagu juga dipengaruhi oleh adanya unsur hara yang disuplai dari air tawar terutama unsur P, K, Ca, dan Mg. Apabila akar napas sagu terendam terus menerus, maka pertumbuhan sagu terhambat dan pembentukan aci atau karbohidrat dalam batang juga terhambat (Tirta, 2013).

Sagu juga dapat tumbuh pada tanah-tanah organik akan tetapi sagu yang tumbuh pada kondisi tanah demikian menunjukkan berbagai gejala kekahatan beberapa unsur hara tertentu yang ditandai dengan kurangnya jumlah daun dan umur sagu akan lebih panjang yaitu sekitar 15 sampai 17 tahun. Sagu banyak juga yang tumbuh dengan baik secara alamiah pada tanah liat yang berwarna dan kaya akan bahan-bahan organik seperti di pinggir hutan mangrove atau nipah. Selain itu, sagu juga dapat tumbuh dengan tanah vulkanik, latosol, andosol, podsolik merah kuning, alluvial, hidromorfik kelabu dan tipe-tipe tanah lainnya (Tirta, 2013).

b. Manfaat dan Pengolahan Sagu

Komponen yang paling dominan dalam aci sagu adalah pati. Pati merupakan karbohidrat yang dihasilkan oleh tumbuhan untuk persediaan bahan makanan. Pati merupakan butiran kecil yang disebut granula di dalam sel tanaman. Ukuran dan bentuk dari granula pati berbeda untuk setiap jenis tanaman. Granula pati tidak larut di dalam air dingin. Bentuk granula pati sagu adalah oval, elips dan kadang-kadang bulat, komponen yang besar sering membentuk kerucut dengan ujung yang datar dan mempunyai ukuran diameter 15-65 mm. Pati sagu akan terlihat seperti terpotong pada bagian ujung, apabila berasal dari pohon sagu yang sudah masuk fase generatif, hal ini menunjukkan penggunaan pati untuk keperluan fase tersebut.

Pemanfaatan sagu secara tradisional sudah lama dikenal oleh penduduk di daerah-daerah penghasil sagu. Produk-produk tradisional sagu di daerah Maluku antara lain kapurung, sagu lempeng, buburne, sinoli, bagea, serut, sagu tumbuh, kue sagu dan lain sebagainya. Selain sebagai bahan pangan, sagu dapat digunakan sebagai bahan baku berbagai macam industri, industri pangan, industri perekat,

industri kosmetika dan berbagai macam industri kimia. Dengan demikian pemanfaatan dan pendayagunaan sagu dapat menunjang berbagai macam industri, baik industri kecil, menengah maupun industri teknologi tinggi (Timisela, 2009).

Pemanfaatan sagu yang dilakukan saat ini umumnya masih bersifat tradisional dan mayoritas dilakukan oleh masyarakat desa, sehingga kualitas maupun kuantitasnya terutama rendemennya masih relatif rendah. Dengan demikian walaupun ada kelebihan produksi, belum dapat dipasarkan dengan baik, sehingga hanya terjadi perdagangan antar desa, dan ada yang dipasarkan ke ibukota propinsi, sedangkan untuk diekspor ke luar negeri belum dapat dilakukan karena kualitas dan kuantitasnya belum memenuhi syarat yang ditentukan (Timisela, 2009).

Pemanfaatan dan pendayagunaan sagu oleh masyarakat pedesaan masih rendah disebabkan oleh berbagai kendala. Budidaya sagu yang telah diterapkan petani masih berlatarbelakang subsisten, hal ini berkaitan dengan kebutuhan pangan pokok dan belum mengarah pada sistem komersial. Selain itu banyak aspek teknik belum ditangani secara sistematis dan tuntas serta penggunaan teknologi yang masih sangat sederhana. Teknologi yang digunakan umumnya secara manual tradisional dan sebagian kecil secara semi mekanis. Hal demikian menyebabkan masih banyak tepung sagu yang terbuang karena proses ekstraksi yang kurang efisien, sehingga produktivitas rendah serta mutu tepung sagu yang dihasilkan rendah (Timisela, 2009).

Pada dasarnya, tepung sagu dibuat dari empulur batang sagu. Tahapan proses pembuatan tepung sagu secara umum meliputi: penebangan pohon, pemotongan dan pembelahan, penokokan atau pamarutan, pemerasan, penyaringan, pengendapan dan pengemasan. Ditinjau dari cara dan alat yang digunakan, pembuatan tepung sagu yang dilakukan di daerah-daerah penghasil sagu di Indonesia saat ini dapat dikelompokkan atas cara tradisional, semi-mekanis dan mekanis (Fadila, 2010).

1) Pembuatan tepung sagu secara tradisional

Pada umumnya cara ini banyak dijumpai di Maluku, Papua, Sulawesi dan Kalimantan. Pengambilan tepung sagu secara tradisional umumnya diusahakan oleh penduduk setempat, dan digunakan sebagai bahan makanan pokok sehari-hari. Pelarutan tepung sagu dilakukan dengan cara peremasan dengan tangan, atau

diinjak dengan kaki dan dibantu dengan penyiraman air, yang berasal dari rawa-rawa yang ada di lokasi tersebut. Tepung sagu yang terlarut kemudian dialirkan dengan menggunakan kulit batang sagu yang telah diambil empulurnya. Tepung sagu ini kemudian diendapkan, dan dipisahkan dari airnya.

Tepung yang diperoleh dari cara tradisional ini masih basah, dan biasanya dikemas dalam anyaman daun sagu yang disebut tampin (Riau), tumang (Maluku dan Papua), balabba (Sulawesi Selatan) dan basung (Kendari). Sagu yang sudah dikemas ini kemudian disimpan dalam jangka waktu tertentu sebagai persediaan pangan rumah tangga dan sebagian lainnya dijual. Sagu yang sudah dikemas masih basah, maka penyimpanan hanya dapat dilakukan selama beberapa hari. Biasanya, cendawan atau mikroba lainnya akan tumbuh, dan mengakibatkan tepung sagu berbau asam setelah beberapa hari penyimpanan.

2) Pembuatan tepung sagu secara semi-mekanis

Pembuatan tepung sagu secara semi-mekanis pada prinsipnya sama dengan cara tradisional. Perbedaannya hanyalah pada penggunaan alat atau mesin pada sebagian proses pembuatan sagu dengan cara semi-mekanis ini. Perbedaan tersebut misalnya pada proses penghancuran empulur digunakan mesin pamarut; pada proses pelarutan tepung sagu digunakan alat berupa bak atau tangki yang dilengkapi dengan pengaduk mekanik; dan pada proses pemisahan tepung sagu digunakan saringan yang digerakkan dengan motor diesel. Cara semi-mekanis ini banyak digunakan oleh penghasil sagu di daerah Luwu Sulawesi Selatan, dan daerah Riau, khususnya di daerah Selat Panjang (Kabupaten Meranti).

3) Pembuatan tepung sagu secara mekanis

Pada pembuatan tepung sagu secara mekanis ini, urutan prosesnya sama dengan cara semi-mekanis. Pembuatan tepung sagu dilakukan melalui suatu sistem yang kontinyu, dan biasanya dalam bentuk sebuah pabrik pengolahan. Untuk mempercepat prosesnya pada pabrik-pabrik yang sudah modern, seperti di Sarawak Malaysia, proses pengendapan tepung dilakukan dengan menggunakan alat centrifuge atau spinner; dan pengeringannya dilakukan dengan menggunakan alat pengering buatan. Produk tepung sagu yang dihasilkan dari pabrik-pabrik pengolahan ini adalah berupa tepung kering, sehingga memiliki daya simpan yang lebih lama.

c. Produk olahan sagu (kapurung)

Papeda merupakan bentuk makanan khas Maluku, Irian dan beberapa di daerah Sulawesi yang bentuknya menyerupai gel atau pasta. Di Sulawesi Selatan, khususnya di kalangan suku Luwu bentuk makanan ini dikenal dengan nama Pogalu atau Kapurung. Prinsip pembuatan kapurung ini adalah dengan memanaskan suspensi aci sagu sampai terjadi gelatinasi. Aci sagu diaduk dalam sedikit air dingin sampai berbentuk suspensi dengan kekentalan tertentu, yaitu kekentalan yang masih dapat diaduk dengan mudah. Suspensi tersebut kemudian disiram dengan air panas (air mendidih) sambil diaduk sehingga mengental dan terjadi perubahan warna. Pengadukan dilakukan sampai warna gel/pasta yang terbentuk merata.

Sifat-sifat fisik kapurung biasanya transparan, berbentuk batali dan keabuan, tergantung dari acinya. Bentuk batali menyerupai tali. Jika kapurung diangkat dengan cara khusus, maka bagian dari gel tidak mudah putus karena memiliki ikatan yang kuat. Umumnya sifa batali inilah yang disenangi masyarakat yang makanan pokoknya adalah sagu. Sifa batali kapurung hilang apabila pada proses penyaringan aci dalam pengolahan sagu terlalu bersih, sehingga empelur halus ikut terbawa air melalui saringan. Kapurung biasanya dimakan dengan lauk-pauk berupa ikan, daging, kelapa, sayur-sayuran dan jenis lainnya yang memiliki gizi tinggi. Penggunaan sagu seperti ini terdapat di Maluku, Irian jaya dan sebagian penduduk Sulawesi.

Di Sulawesi, khususnya dikalangan suku Luwu, kapurung yang berupa gel masih dicetak bulat-bulat kecil. Alat pencetaknya terdiri dari buah tangkai yang menyerupai gelas pengaduk atau sumpit yang terbuat dari bambu yang panjangnya sekitar 20 cm. Ujung kedua tangkai dimasukkan kedalam bubur sau kapurung lalu diputar membentuk bulatan-bulatan dan langsung dimasukkan kedalam air masak dingin, agar bulatan-bulatan yang terbentuk tidak lengket kembali. Kadang-kadang air matang dingin diganti dengan kuah sayur atau daging yang sudah didinginkan, selanjutnya ditambahkan lauk-pauk yang berfungsi sebagai bumbu, seperti sayur-sayuran, ikan, daging dan sebagainya (Haryono dan Panglilo, 2012).

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan merupakan penelitian yang terdahulu digunakan sebagai acuan dan pembanding penelitian yang dilakukan. Penelitian ini bukanlah penelitian yang awal, terbukti dengan telah adanya penelitian yang lain yang sejenis dengan ini dalam materi yang berbeda. Dengan demikian penelitian ini bersifat meneruskan penelitian sebelumnya untuk bisa memberikan beberapa manfaat pada dunia pertanian. Diantara penelitian yang telah ada, yaitu:

1. Dasipah (2010) yang berjudul Analisis perilaku konsumen dalam pembelian produk sayuran di pasar modern Kota Bekasi. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam membeli produk sayuran, konsumen mempunyai selera yang berbeda-beda dalam memilih sayuran yang diinginkan serta mempertimbangkan harga dan kualitas sayur di pasar modern.
2. Fidyansari, Dharma dan Sri Nur Aprilia (2018) yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk olahan sagu (kapurung) di Kota Palopo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan mewawancarai 30 orang konsumen sebagai responden dengan bantuan kuesioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling dengan menetapkan kriteria yang dibutuhkan oleh peneliti. Data dianalisis dengan menggunakan program pengolahan data statistik SPSS dengan uji asumsi klasik, uji regresi linear dan uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor perilaku konsumen yang meliputi budaya, sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen hal ini didasarkan dari hasil uji F dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($159,187 > 2,76$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.
3. Herawati (2013), yang berjudul Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Nasi Timbel Saung Merak Bogor. Analisis tingkat kepentingan dan kinerja yang menunjukkan atribut yang relatif dinilai penting namun pelaksanaan atau kinerja atribut masih rendah oleh konsumen yaitu Harga Produk, Penataan Ruangan, Kebersihan dan Kerapihan (Kuadran I). Atribut-atribut yang relatif dianggap penting dan memiliki kinerja yang baik serta mampu memberikan kepuasan adalah Kehalalan, Kecepatan Merespon

Keluhan Pengunjung, Keramahan dan Kesopanan, dan Penampilan Pramusaji (Kuadran II). Sedangkan atribut yang dinilai kurang penting namun pelaksanaan atau kinerja berlebihan yaitu Rasa, Ukuran/porsi, Kesigapan Pramusaji, Keamanan dan Kenyamanan, serta Areal Parkir. Pengunjung Rumah Makan Nasi Timbel Saung Merak Bogor secara keseluruhan menunjukkan bahwa indeks kepuasan pengunjung Rumah Makan Nasi Timbel Saung Merak Bogor terhadap atribut-atribut yang dianalisis adalah puas yaitu sebesar 68 persen.

4. Iskandar (2015) yang berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Makanan pada Rumah Makan Masakan Padang di Daerah Boyolali. Hasil analisis diperoleh variabel faktor budaya nilai t hitung 2,054 dengan signifikansi $0,043 < 0,05$. Hasil analisis variabel faktor sosial memiliki nilai t hitung sebesar 2,136 dengan tingkat signifikansi $0,035 < 0,05$. Hasil analisis variabel faktor pribadi memiliki nilai t hitung sebesar 2,288 dengan tingkat signifikansi $0,024 < 0,05$. Hasil analisis variabel faktor psikologis memiliki nilai t hitung sebesar 2,682 dengan tingkat signifikansi $0,009 < 0,05$. Sehingga keempat faktor berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai Adjusted R square diperoleh sebesar 0,361 atau 36,1%.
5. Putra (2016) yang berjudul Preferensi dan Perilaku Konsumen Mahasiswa Teknologi Hasil Pertanian Universitas Lampung Terhadap Dodol Coklat. Penelitian dilakukan dengan metode survei menggunakan kuisioner dan wawancara sebagai metode untuk mengumpulkan data. Kemudian data tersebut dianalisis secara deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa konsumen membeli dan mengkonsumsi dodol diawali dengan trial (coba-coba). Dodol THP merupakan produk unggul jika dibandingkan dengan produk komersial dalam hal ukuran kemasan, kemudahan saat mengkonsumsi, komposisi produk dan desain kemasan. Terlebih lagi, konsumen lebih menyukai dodol THP dibandingkan dengan pesaingnya dalam hal tekstur, warna, aroma, rasa dan penerimaan keseluruhan.

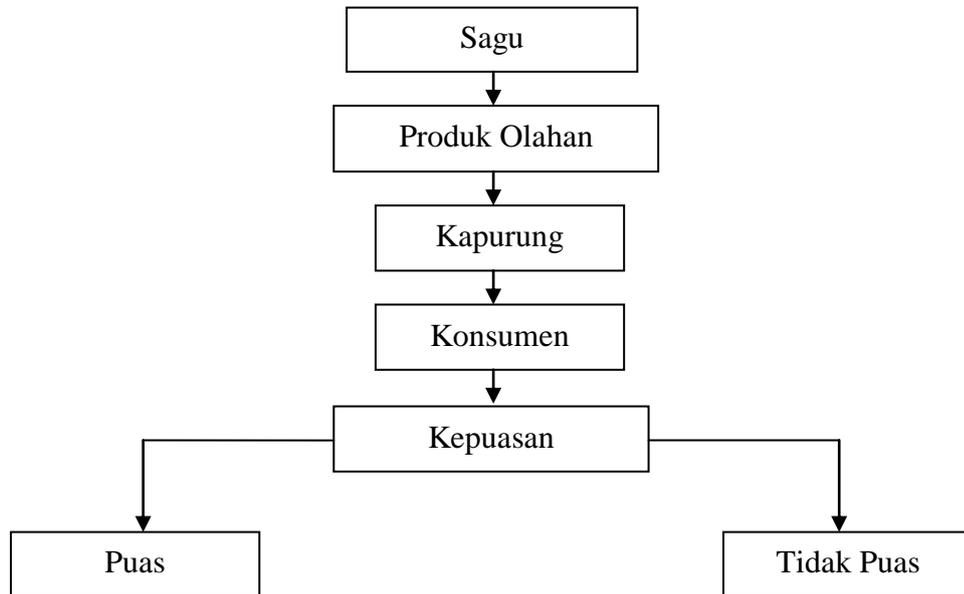
2.3 Kerangka Pikir

Sagu merupakan bagian terpenting dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari masyarakat Luwu setelah beras, khususnya di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara. Seperti kita ketahui, sagu memiliki berbagai variasi jenis olahan yang digunakan oleh manusia untuk pemenuhan kebutuhan mereka. Produk olahan sagu merupakan makanan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung, salah satunya adalah kapurung.

Kapurung adalah salah satu makanan khas tradisional di Sulawesi Selatan yang banyak diminati oleh masyarakat khususnya masyarakat daerah Luwu. Kapurung dimasak dengan campuran ikan atau daging ayam dan aneka sayuran sehingga rasa dari kapurung ini berbeda dengan kapurung yang biasa kita jumpai, sehingga mengundang konsumen untuk mencoba. Dengan ini dapat meningkatkan pendapatan bagi produsen olahan sagu (kapurung).

Pesatnya perkembangan rumah makan kapurung tidak terlepas dari peran serta konsumennya. Perilaku konsumen dalam memilih warung makan tentunya memiliki pertimbangan-pertimbangan, salah satunya adalah warung makan tersebut memiliki ciri khas baik dari menu yang disajikan maupun tempatnya. Konsumen yang puas tidak hanya kembali untuk membeli tetapi juga berbicara positif terhadap produk olahan kapurung kepada orang lain, begitupun dengan pelayanan yang buruk menjadi salah satu penyebab dari efek negatif bagi industri pengolahan.

Berdasarkan atas kajian teori sebelumnya maka pada penelitian ini akan digambarkan alur penelitian dalam sebuah kerangka pikir sebagaimana akan digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang hanya menggambarkan atau memaparkan variabel-variabel yang diteliti tanpa menganalisa hubungan antar variabel. Data hasil penelitian disajikan dalam bentuk deskriptif agar data tersebut dapat dipahami dengan mudah (Dharma, 2011).

Desain penelitian adalah metode yang digunakan peneliti untuk melakukan suatu penelitian yang memberikan arah terhadap jalannya penelitian (Dharma, 2011). Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Dalam riset yang menggunakan metode ini, dilakukan pemeriksaan longitudinal yang mendalam terhadap suatu keadaan atau kejadian yang disebut sebagai kasus dengan menggunakan cara-cara yang sistematis dalam melakukan pengamatan, pengumpulan data, analisis informasi, dan pelaporan hasilnya. Sebagai hasilnya, akan diperoleh pemahaman yang mendalam tentang mengapa sesuatu terjadi dan dapat menjadi dasar bagi riset selanjutnya. Studi kasus dapat digunakan untuk menghasilkan dan menguji hipotesis.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu pada bulan Desember 2019. Penelitian ini di Warung Makan Sagena, warung ini merupakan satu-satunya warung makan di Desa Lebani yang menyajikan khusus makanan hasil olahan sagu berupa kapurung.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan sumber data yang diperlukan dalam suatu penelitian (Saryono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen produk olahan sagu di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu saat dilaksanakan penelitian sebanyak 30 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti (Hidayat, 2009). Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 30 orang yang dijumpai saat dilaksanakan penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut :

1. Wawancara yaitu mengumpulkan data dengan menggunakan panduan berupa daftar pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti. Kuisisioner tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan yang relevan dengan variabel yang diamati, yakni mengenai perilaku konsumen terhadap produk olahan sagu di Desa Lebani.
2. Observasi yaitu cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap sasaran penelitian untuk mendapatkan data-data yang berhubungan dengan perilaku konsumen terhadap produk olahan sagu di Desa Lebani.
3. Dokumentasi, teknik ini dilakukan melalui teknik pencatatan data yang diperlukan baik dari responden maupun dari instansi terkait yang ada hubungannya dengan penelitian ini, dokumentasi berupa foto-foto pada waktu diadakan penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Pada penelitian kuantitatif, setelah data dikumpulkan tahap yang harus dilakukan adalah menganalisis data. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan memberikan skoring menggunakan Skala Likert. Menurut Djaali (2011), skala Likert adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena. Salah satu contoh pemberian skoring menurut Djaali (2011), yaitu jika jawabannya Sangat Puas (diberi skor 4), jika jawabannya Puas (diberi skor 3), jika jawabannya Kurang Puas (diberi skor 2) dan jika jawabannya Tidak Puas (diberi skor 1). Hasil skor jawaban yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan program komputer.

Pembobotan yang telah diterapkan antara 1 hingga 4 dibuat rentang skala. Rentang skala dapat dibuat dengan rumus (Suliyanto, 2011):

$$\begin{aligned} \text{Rentang Skala} &= \frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Besar Skala}} \\ \text{Rentang Skala} &= \frac{(4 \times 13) - (1 \times 13)}{4} \\ \text{Rentang Skala} &= \frac{52 - 13}{4} \\ &= 9,75 \end{aligned}$$

Hasilnya diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Sangat puas : skor yang diperoleh 42,26 – 52,00
2. Puas : skor yang diperoleh 32,51 - 42,25
3. Kurang puas : skor yang diperoleh 22,76 – 32,50
4. Tidak puas : skor yang diperoleh 13,00 - 22,75

3.6 Definisi Operasional

1. Produk olahan sagu adalah produk yang dihasilkan dari tepung atau olahan yang diperoleh dari teras batang rumbia atau pohon sagu.
2. Konsumen adalah setiap orang yang menggunakan/mengonsumsi produk olahan sagu.
3. Kepuasan adalah kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang diterima konsumen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

1. Gambaran Lokasi Penelitian

Warung makan Sagena merupakan warung makan yang didirikan oleh Bapak Harianto di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu pada tahun 2015. Bapak Harianto lahir pada tahun 1969 (51 tahun), pendidikan SD, status menikah, jumlah anak 4 orang. Pendapatan rata-rata per bulan antara Rp2.500.000 – Rp3.000.000. Menu makanan yang ada di Warung Makan Sagena yaitu kapurung, ayam lalapan, soto ayam dan bakso. Sedangkan menu minumannya adalah es cendol + tape, pop ice, kopi hitam, sarbba, kopi susu dan es buah. Jumlah karyawan yang dipekerjakan sekarang ini sebanyak 4 orang, dengan gaji karyawan antara Rp 500.000 – Rp 800.000 per bulan.

2. Keadaan Penduduk

Penduduk adalah orang-orang yang berada didalam suatu wilayah yang terikat oleh aturan-aturan yang berlaku dan saling berinteraksi satu sama lain secara terus menerus. Dalam sosiologi, penduduk adalah sekumpulan manusia yang menempati wilayah geografi dan ruangan tertentu. Keadaan penduduk Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu dapat dilihat pada tabel berikut.

a. Keadaan Penduduk Berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin

Keadaan penduduk berdasarkan umur dan jenis kelamin yaitu mengklasifikasikan penduduk yang ada di Desa Lebani berdasarkan umur dan jenis kelamin sehingga dapat diketahui jumlah penduduk berdasarkan umur dan jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin. Untuk melihat jumlah penduduk di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu yang diklasifikasikan berdasarkan umur dan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur dan jenis kelamin di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu (2019)

No	Kelompok Umur (Tahun)	Pria (Jiwa)	Wanita (Jiwa)	Total
1	0-4	95	75	170
2	5-9	105	155	260
3	10-14	122	102	224
4	15-24	245	260	505
5	25-49	255	270	525
6	50-54	155	108	263
7	54 ke atas	115	92	207
Jumlah		1.092	1.062	2.154

Sumber: Kantor Desa Lebani (2019)

Tabel diatas menunjukkan bahwa penduduk Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu berjumlah 2.154 jiwa yang terdiri dari 1.092 berjenis kelamin laki-laki dan 1.062 berjenis kelamin perempuan. Pada tabel diatas terlihat pula bahwa jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dibandingkan penduduk berjenis kelamin perempuan.

b. Keadaan Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Pendidikan adalah investasi vital untuk pembangunan sumber daya manusia dan ekonomi serta memiliki dampak penting pada pembangunan lingkungan hidup, perkembangan teknologi, pola dasar kerja, dan posisi dalam perbandingan global, serta seluruh kebijakan didapat sebagai hasil dari pendidikan secara keseluruhan (Tambunan, 2015).

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam. Akan tetapi Indonesia sendiri memiliki tingkat sumber daya manusia yang masih rendah sehingga belum mampu untuk mengelola sumber daya alam yang ada secara maksimal. Hal tersebut sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Julisn Lincon Simon yang berargumen bahwa sumber daya utama sebuah bangsa bukanlah sumber daya alam akan tetapi sumber daya manusia. Penduduk Indonesia akan menjadi sumber daya utama dalam pembangunan bila diinvestasi dengan sebaik-baiknya utamanya melalui pendidikan (Tambunan, 2015).

Data berikut ini menunjukkan keadaan penduduk di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu dari segi tingkat pendidikan masyarakat dapat dilihat pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)
1	Belum/tidak sekolah	576
2	Tamat SD	784
3	Tamat SMP/Sederajat	323
4	Tamat SMA/Sedrajat	375
5	Sarjana	99
Jumlah		2.154

Sumber: Kantor Desa Lebani (2019)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa tingkat pendidikan tertinggi yang dicapai oleh penduduk adalah sarjana walaupun dengan jumlah yang tidak begitu banyak yaitu 99 orang, meski memiliki jumlah yang kecil, kondisi tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan masyarakat akan pentingnya pendidikan semakin tinggi. Di sisi lain, data diatas juga menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang tingkat pendidikannya tamat SD sebanyak 784 orang, tamat SMP/ sederajat sebanyak 323 orang dan tingkat pendidikan tamat SMA/ sederajat sebanyak 375 orang.

c. Keadaan Penduduk Berdasarkan Jenis Mata Pencaharian

Mata pencaharian yang umumnya disebut dengan pekerjaan merupakan hal yang sangat vital bagi seseorang, masyarakat, bangsa dan negara karena berkaitan langsung dengan tingkat pendapatan dan kesejahteraan seseorang. Sebagai Negara agraris dengan bentangan alam yang luas mulai dari Sabang sampai Merouke dan memiliki sumber daya alam yang melimpah, sebagian besar masyarakat Indonesia menggantungkan hidup pada alam sekitar dengan mengolahnya menjadi lahan pertanian dan perkebunan yang bisa menghasilkan sumber daya pangan guna untuk mencukupi kebutuhan hidup (Elfindri, 2012).

Demikian juga di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu. sebagian besar mata pencaharian penduduknya adalah sebagai petani. Hal ini dikarenakan sebagian besar wilayah yang ada di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu merupakan areal persawahan dan perkebunan. Secara rinci, keadaan penduduk berdasarkan jenis mata pencaharian di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu

No	Jenis Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)
1	Wiraswasta	154
2	Petani	443
3	Peternak	48
4	PNS	34
5	TNI/Polri	16
6	Pedagang	186
7	Pengrajin	24
8	Pensiunan	13
9	Buruh	438
10	Belum bekerja	798
Jumlah		2.154

Sumber: Kantor Desa Lebani (2019)

Berdasarkan pada tabel diatas, mayoritas penduduk di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu mata pencahariannya adalah dalam bidang pertanian sejumlah 443 jiwa dan jumlah penduduk belum/tidak bekerja adalah 798 yang merupakan anak-anak, pelajar dan mahasiswa serta orang tua lansia non-produktif.

3. Luas Wilayah dan Penggunaan lahan

Wilayah adalah ruang dimana sekelompok masyarakat hidup dan berdiam disuatu tempat yang memiliki ciri-ciri tertentu yang membedakannya dengan yang lain, baik secara administratif maupun fungsional. Penggunaan lahan di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu merupakan wilayah pertanian yang luas dimana mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani. Salah satu komoditi pertanian yang banyak dikembangkan adalah tanaman padi dan kelapa sawit. Secara rinci luas wilayah dan penggunaan lahan di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu dapat dilihat pada tabel 4 berikut.

Tabel 4. Luas lahan dan penggunaannya di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu.

No	Jenis Penggunaan Lahan	Luas (Ha)
1	Sawah	179
2	Ladang/Kebun	229
3	Pemukiman/Perumahan	86
Jumlah		494

Sumber: Kantor Desa Lebani (2019)

Berdasarkan tabel 4, luas lahan keseluruhan Desa Lebani Kecamatan Bone Bone Kabupaten Luwu adalah 494 ha. Sebagian besar wilayahnya didominasi

oleh lahan perkebunan seluas 229 ha, persawahan 179 ha dan lahan pemukiman/perumahan warga yaitu seluas 86 ha.

4. Sarana dan Prasarana

Indonesia terus berbenah dan terus berkembang terutama dalam pembangunan sarana dan prasarana umum, serta program-program lain yang bertujuan untuk membangun sektor-sektor pendidikan. Ketersediaan sarana dan prasarana dipedesaan baik sarana ibadah, kesehatan, pendidikan dan yang lainnya menjadi salah satu faktor penentu dalam upaya membangun masyarakat Indonesia yang lebih baik.

Demikian pula di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu sebagai salah satu desa yang memiliki jumlah penduduk yang cukup besar mendapatkan perhatian serius dari pemerintah sehingga membangun infrastruktur, sarana dan prasarana terus berjalan. Kondisi sarana dan prasarana dapat dilihat pada tabel 5 berikut:

Tabel 5. Kondisi Sarana dan Prasarana di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu.

No	Jenis Sarana dan Prasarana	Jumlah	Keterangan
1	Jalan Desa	1	Baik
2	Sekolah	4	Aktif
3	Posyandu	2	Aktif
4	Pustu	1	Aktif
5	Kantor Desa	1	Aktif
6	Tempat Ibadah	7	Aktif
Jumlah		16	

Sumber: Kantor Desa Lebani (2019)

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari segi ketersediaan sarana dan prasarana, keadaan Desa Lebani cukup baik. Tersedia 7 tempat ibadah yaitu 1 bangunan masjid, 5 bangunan mushola dan 1 gereja, tersedia 4 sarana pendidikan yaitu 1 bangunan TK, 2 bangunan SD/MI, dan 1 Bangunan Mts, tersedia pula sarana kesehatan, sarana pemerintahan dan akses jalan yang baik.

5. Identitas Responden

Identitas adalah segala hal yang melekat pada diri seseorang. Berkaitan dengan penelitian ini, maka identitas yang dimaksudkan yaitu meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan dan status perkawinan.

a. Umur

Hasil pengolahan data penelitian mengenai umur responden dapat dilihat pada tabel 6 berikut.

Tabel 6. Klasifikasi Responden Menurut Umur di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu.

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	0-14	0	0
2	15-64	30	100
3	≥ 65	0	0
Jumlah		30	100

Sumber: Data setelah diolah (2019)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa responden yang berumur antara 0-14 tahun dan ≥ 65 tahun tidak ada atau 0% dari seluruh jumlah responden. Sedangkan responden yang berumur 15-64 tahun (produktif) sebanyak 30 orang atau 100% dari seluruh jumlah responden. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan produk olahan sagu di Desa Lebani berada pada usia produktif.

b. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, jenis kelamin responden dapat digolongkan atas 2 yaitu laki-laki dan perempuan. Hasil pengolahan data mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel 7 berikut.

Tabel 7. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu.

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	16	53,3
2	Perempuan	14	46,7
Jumlah		30	100

Pada tabel 7 dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 16 orang dengan persentase sebesar 53,3% dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 14 orang dengan persentase 46,7%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan produk olahan sagu di Desa Lebani berjenis kelamin laki-laki.

c. Tingkat Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian, tingkat pendidikan formal responden dapat digolongkan atas empat tingkatan yaitu SD, SMP, SMA dan Sarjana. Hasil

pengolahan data mengenai tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada tabel 8 berikut.

Tabel 8. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu.

No	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SMA	26	86,7
2	Sarjana	4	13,3
	Jumlah	30	100

Sumber: Data setelah diolah (2019)

Pada tabel 8 dapat diketahui bahwa pendidikan responden tingkat SMA sebanyak 26 orang dengan persentase sebesar 86,7% dan responden yang mengenyam pendidikan tingkat sarjana sebanyak 4 orang dengan persentase 13,3%.

d. Status Perkawinan

Hasil pengolahan data mengenai status perkawinan responden dapat dilihat pada tabel 9 berikut.

Tabel 9. Klasifikasi Responden Berdasarkan Status Perkawinan di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu

No	Status Perkawinan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Menikah	13	43,3
2	Belum Menikah	17	56,7
	Jumlah	30	100

Sumber: Data setelah diolah (2019).

Berdasarkan data pada tabel 9 di atas dapat dilihat bahwa responden yang berstatus sudah menikah berjumlah 13 orang atau sekitar 43,3% dari seluruh jumlah responden dan responden yang belum menikah berjumlah 17 orang atau sekitar 56,7% dari seluruh jumlah responden.

6. Perilaku Konsumen terhadap Produk Olahan Sagu

Berikut merupakan data mengenai perilaku konsumen terhadap produk olahan sagu yang diperoleh dari pengisian koesioner yang diberikan kepada pelanggan Warung Sagena di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Kepuasan terhadap Produk Olahan Sagu

No	Pernyataan	TP	KP	P	SP
1	Kepuasan terhadap rasa makanan yang disajikan oleh Warung Sagena.	0	2	19	9
2	Kepuasan terhadap minuman yang disajikan oleh Warung Sagena.	1	1	20	8
3	Kepuasan terhadap komposisi makanan yang disajikan oleh Warung Sagena.	0	9	16	5
4	Kepuasan terhadap porsi makanan yang disajikan oleh Warung Sagena.	0	7	11	12
5	Kepuasan terhadap kebersihan makanan yang disajikan oleh Warung Sagena.	0	0	15	15
6	Kepuasan terhadap kecepatan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Warung Sagena.	0	3	22	5
7	Kepuasan terhadap keramahan dan kesopanan karyawan Warung Sagena.	1	7	18	4
8	Kepuasan terhadap kesiapan dan kesediaan karyawan dalam mendengarkan setiap keluhan konsumen.	0	1	23	6
9	Kepuasan pada kebersihan perlengkapan dan peralatan (meja, kursi, lantai, wastafel, kamar mandi, dan WC) di Warung Sagena.	1	4	16	9
10	Kepuasan terhadap penyajian makanan dan minuman di Warung Sagena.	4	16	7	3
11	Kepuasan terhadap tarif makanan produk olahan sagu di Warung Sagena.	0	2	19	9
12	Kepuasan terhadap tarif minuman di Warung Sagena.	1	1	20	8
13	Kepuasan dengan diskon yang diberikan kepada para pelanggan di Warung Sagena.	0	9	16	5
Jumlah		8	62	222	98
Persentase		2,1	15,9	56,9	25,1

Sumber: Data setelah diolah (2019)

Berdasarkan tabel 10 di atas menunjukkan bahwa kepuasan terhadap produk olahan sagu, yaitu Tidak Puas sebesar 2,1%, Kurang Puas sebesar 15,9%, Puas sebesar 56,9% dan Sangat Puas sebesar 25,1%.

4.2 Pembahasan

1. Kepuasan terhadap makanan dan minuman

Pernyataan mengenai kepuasan terhadap rasa makanan yang disajikan oleh Warung Sagena, responden memberikan jawaban sangat puas sebanyak 9 orang, puas sebanyak 19 orang, kurang puas 2 orang dan tidak puas tidak ada. Hal ini

menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas terhadap rasa makanan yang disajikan oleh Warung Sagena. Pernyataan mengenai kepuasan terhadap minuman yang disajikan oleh Warung Sagena, responden memberikan jawaban sangat puas sebanyak 8 orang, puas sebanyak 20 orang, kurang puas 1 orang dan tidak puas 1 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas terhadap minuman yang disajikan oleh Warung Sagena. Pernyataan mengenai kepuasan terhadap komposisi makanan yang disajikan oleh Warung Sagena, responden memberikan jawaban sangat puas sebanyak 5 orang, puas sebanyak 16 orang, kurang puas 9 orang dan tidak puas tidak ada. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas terhadap komposisi makanan yang disajikan oleh Warung Sagena. Pernyataan mengenai kepuasan terhadap porsi makanan yang disajikan oleh Warung Sagena, responden memberikan jawaban sangat puas sebanyak 12 orang, puas sebanyak 11 orang, kurang puas 7 orang dan tidak puas tidak ada. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa sangat puas terhadap terhadap porsi makanan yang disajikan oleh Warung Sagena. Pernyataan mengenai kepuasan terhadap kebersihan makanan yang disajikan oleh Warung Sagena, responden memberikan jawaban sangat puas sebanyak 15 orang, puas sebanyak 15 orang, kurang puas tidak ada dan tidak puas tidak ada. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas terhadap terhadap kebersihan makanan yang disajikan oleh Warung Sagena.

2. Kepuasan terhadap pelayanan

Pernyataan mengenai kepuasan terhadap kecepatan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Warung Sagena, responden memberikan jawaban sangat puas sebanyak 5 orang, puas sebanyak 22 orang, kurang puas 3 orang dan tidak puas tidak ada. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas terhadap kecepatan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Warung Sagena. Pernyataan mengenai kepuasan terhadap keramahtamahan dan kesopanan karyawan Warung Sagena, responden memberikan jawaban sangat puas sebanyak 4 orang, puas sebanyak 18 orang, kurang puas 7 orang dan tidak puas 1 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas terhadap keramahtamahan dan kesopanan karyawan Warung Sagena. Pernyataan mengenai

kepuasan terhadap kesiapan dan kesediaan karyawan dalam mendengarkan setiap keluhan konsumen, responden memberikan jawaban sangat puas sebanyak 6 orang, puas sebanyak 23 orang, kurang puas 1 orang dan tidak puas tidak ada. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas terhadap kesiapan dan kesediaan karyawan dalam mendengarkan setiap keluhan konsumen. Pernyataan mengenai kepuasan pada kebersihan perlengkapan dan peralatan (meja, kursi, lantai, wastafel, kamar mandi, dan WC) di Warung Sagena, responden memberikan jawaban sangat puas sebanyak 9 orang, puas sebanyak 16 orang, kurang puas 4 orang dan tidak puas 1 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas pada kebersihan perlengkapan dan peralatan (meja, kursi, lantai, wastafel, kamar mandi, dan WC) di Warung Sagena. Pernyataan mengenai kepuasan terhadap penyajian makanan dan minuman di Warung Sagena, responden memberikan jawaban sangat puas sebanyak 3 orang, puas sebanyak 7 orang, kurang puas 16 orang dan tidak puas 4 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa kurang puas terhadap penyajian makanan dan minuman di Warung Sagena.

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai maupun karyawan perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh sikap pemilik dan karyawan Warung Sagena dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Bagi mereka dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, maka dapat menarik minat konsumen untuk kembali membeli kapurung di warung tersebut pada kemudian hari.

Kebersihan lokasi warung, peralatan dan makanan yang disajikan dapat menjadi nilai tambah bagi Warung Sagena dalam mempromosikan usahanya tersebut. Hal tersebut berdampak terhadap kunjungan konsumen yang terus bertambah setiap harinya. Selain itu juga kenyamanan dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau jasa serta mudah mendapatkan jasa produk memberikan nilai tersendiri bagi kepuasan pelanggan.

3. Kepuasan terhadap harga

Pernyataan mengenai kepuasan terhadap tarif makanan produk olahan sagu di Warung Sagena, responden memberikan jawaban sangat puas sebanyak 9 orang, puas sebanyak 19 orang, kurang puas 2 orang dan tidak puas tidak ada. Hal

ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas terhadap tarif makanan produk olahan sagu di Warung Sagena. Pernyataan mengenai kepuasan terhadap tarif minuman di Warung Sagena, responden memberikan jawaban sangat puas sebanyak 8 orang, puas sebanyak 20 orang, kurang puas 1 orang dan tidak puas 1 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas terhadap tarif minuman di Warung Sagena. Pernyataan mengenai kepuasan dengan diskon yang diberikan kepada para pelanggan di Warung Sagena, responden memberikan jawaban sangat puas sebanyak 5 orang, puas sebanyak 16 orang, kurang puas 9 orang dan tidak puas tidak ada. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas dengan diskon yang diberikan kepada para pelanggan di Warung Sagena.

Biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik. Di Warung Sagena ini harga kapurung lumayan murah dan rasa kapurungnya pun enak. Selain itu juga tarif minuman yang dijual pun tidak terlalu mahal. Hal inilah yang menyebabkan sebagian besar responden merasa puas dengan tarif yang dipatok. Di Warung Sagena ini juga diberlakukan diskon dengan memesan 4 porsi maka akan mendapatkan 5 porsi. Hal ini bertujuan untuk menarik minat pembeli datang ke Warung Sagena sebagai upaya mempromosikan warung tersebut.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu sebagai berikut: mayoritas konsumen di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu puas terhadap produk olahan sagu. Kepuasan terhadap produk olahan sagu, yaitu Tidak Puas sebesar 2,1%, Kurang Puas sebesar 15,9%, Puas sebesar 56,9% dan Sangat Puas sebesar 25,1%.

1. Mayoritas responden puas terhadap makanan dan minuman produk olahan sagu di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu.
2. Mayoritas responden puas terhadap pelayanan produk olahan sagu di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu.
3. Mayoritas responden puas terhadap harga produk olahan sagu di Desa Lebani Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka penulis merekomendasikan berupa saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi pemilik rumah makan kapurung sebaiknya lebih memperhatikan faktor-faktor perilaku konsumen yang meliputi faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi yang mempunyai pengaruh nyata terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk olahan sagu (kapurung) di rumah makan kapurung yang ada di Desa Lebani.
2. Untuk peneliti selanjutnya, hendaknya memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang hal-hal yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, Isnenti. 2016. *Hasil Hutan yang Diabaikan: Sagu Nasibmu Kini*. Intip Hutan Forest Watch Indonesia.
- Bintoro, H.M.H. 2010. *Sagu di Lahan Gambut*. Bogor: IPB Press.
- Dasipah, Euis. 2010. *Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Sayuran di Pasar Modern Kota Bekasi*. jurnal.unismabekasi.ac.id
- Dharma, Kusuma Kelana. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Trans Info Media.
- Djaali. 2011. *Skala Likert*. Pustaka Utama. Jakarta.
- Fadila, I. 2010. *Potensi Sagu Dalam Upaya Disverifikasi Pangan*. Universitas Terbuka. Tangerang.
- Fidyansari, Dharma dan Sri Nur Aprilia. 2018. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Olahan Sagu (Kapuring) di Kota Palopo*. Jurnal Perbal Volume 6 No. 3.
- Hadisapoetra. 2008. *Pembangunan Pertanian*. Yogyakarta: UGM.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Herawati, Netti B. 2013. *Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Nasi Timbel Saung Merak Bogor*. Jurnal Publikasi Institut Pertanian Bogor.
- Hidayat, Alimul AA. 2009. *Metode Penelitian dan Teknik Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika.
- Iskandar, Umar Zein. 2015. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Makanan pada Rumah Makan Masakan Padang di Daerah Boyolali*. Jurnal Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Maherawati, R.B. 2011. *Karakteristik Pati dari Batang Sagu Kalimantan Barat Pada Tahap Pertumbuhannya yang Berbeda*. Agritech Fakultas Teknologi Pertanian UGM, Vol. 31 No. 1.
- Saryono. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Nuha Medika.
- Simamora, Bilson. 2011. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sopiah dan Sangadji. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Sumarwan, Ujang. 2012. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS.

- Syakir, M dan E. Karmawati. 2013. *Potensi Tanaman Sagu (Metroxylon spp.) sebagai Bahan Baku Bioenergi*. Perspektif. Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan, Vol. 12 No. 2.
- Tenda, E.T. 2009. *Sagu Tanaman Perkebunan Penghasil Bahan Bakar Nabati*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan.
- Timisela, N.R. 2009. *Analisis Usaha Sagu Rumah tangga dan Pemasarannya*. Agroforestri. Fakultas Pertanian Unpatti Ambon, Vol. 1 No. 3.
- Tirta, P.W.W.K. 2013. *Potensi Tanaman Sagu (Metroxylon sp.) dalam Mendukung Ketahanan Pangan di Indonesia*. Pangan, Vol. 22 No. 1.

**FORMAT PENGUMPULAN DATA
(LEMBAR KUISIONER)**

**KEPUASAN TERHADAP PRODUK OLAHAN SAGU
DI DESA LEBANI KECAMATAN BELOPA
UTARA KABUPATEN LUWU
(STUDI KASUS WARUNG MAKAN SAGENA)**

A. Identitas Responden

1. Nama (Inisial) :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
4. Pendidikan : SD SMP SMA Sarjana
5. Status : Menikah Belum Menikah

B. Kepuasan terhadap produk Olahan Sagu

Petunjuk: Berilah tanda check list (v) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan pilihan anda.

Keterangan:

- SP** : Sangat Puas
P : Puas
KP : Kurang Puas
TP : Tidak Puas

No	Pertanyaan	SP	P	KP	TP
Kepuasan terhadap Makanan dan Minuman					
1	Apakah anda puas terhadap rasa makanan yang disajikan oleh Warung Sagena?				
2	Apakah anda puas terhadap minuman yang disajikan oleh Warung Sagena?				
3	Apakah anda puas terhadap komposisi makanan yang disajikan oleh Warung Sagena?				
4	Apakah anda puas terhadap porsi makanan yang disajikan oleh Warung Sagena?				
5	Apakah anda puas terhadap kebersihan makanan yang disajikan oleh Warung Sagena?				
Kepuasan terhadap Pelayanan					

6	Apakah anda puas terhadap kecepatan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Warung Sagena?				
7	Apakah anda puas terhadap keramah tamahan dan kesopanan karyawan Warung Sagena?				
8	Apakah anda puas terhadap kesiapan dan kesediaan karyawan dalam mendengarkan setiap keluhan konsumen?				
9	Apakah anda puas pada kebersihan perlengkapan dan peralatan (meja, kursi, lantai, wastafel, kamar mandi, dan WC) di Warung Sagena?				
10	Apakah anda puas terhadap penyajian makanan dan minuman di Warung Sagena?				
Kepuasan terhadap Harga					
11	Apakah anda puas terhadap tarif makanan produk olahan sagu di Warung Sagena?				
12	Apakah anda puas terhadap tarif minuman di Warung Sagena?				
13	Apakah anda puas dengan diskon yang diberikan kepada para pelanggan di Warung Sagena?				

Frequency Table

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	10	33,3	33,3	33,3
	20-35 tahun	18	60,0	60,0	93,3
	> 35 tahun	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	16	53,3	53,3	53,3
	Perempuan	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	26	86,7	86,7	86,7
	Sarjana	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menikah	13	43,3	43,3	43,3
	Belum Menikah	17	56,7	56,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Perilaku Konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	11	36,7	36,7	36,7
	Puas	17	56,7	56,7	93,3
	Kurang Puas	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Perilaku Konsumen 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Puas	2	6,7	6,7	6,7
	Puas	19	63,3	63,3	70,0
	Sangat Puas	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Perilaku Konsumen 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Puas	1	3,3	3,3	3,3
	Kurang Puas	1	3,3	3,3	6,7
	Puas	20	66,7	66,7	73,3
	Sangat Puas	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Perilaku Konsumen 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Puas	9	30,0	30,0	30,0
	Puas	16	53,3	53,3	83,3
	Sangat Puas	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Perilaku Konsumen 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Puas	7	23,3	23,3	23,3
	Puas	11	36,7	36,7	60,0
	Sangat Puas	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Perilaku Konsumen 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Puas	15	50,0	50,0	50,0
	Sangat Puas	15	50,0	50,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Perilaku Konsumen 6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Puas	3	10,0	10,0	10,0
	Puas	22	73,3	73,3	83,3
	Sangat Puas	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Perilaku Konsumen 7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Puas	1	3,3	3,3	3,3
	Kurang Puas	7	23,3	23,3	26,7
	Puas	18	60,0	60,0	86,7
	Sangat Puas	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Perilaku Konsumen 8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Puas	1	3,3	3,3	3,3
	Puas	23	76,7	76,7	80,0
	Sangat Puas	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Perilaku Konsumen 9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Puas	1	3,3	3,3	3,3
	Kurang Puas	4	13,3	13,3	16,7
	Puas	16	53,3	53,3	70,0
	Sangat Puas	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Perilaku Konsumen 10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Puas	4	13,3	13,3	13,3
	Kurang Puas	16	53,3	53,3	66,7
	Puas	7	23,3	23,3	90,0
	Sangat Puas	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	



Gambar 1. Wawancara dengan anak pemilik Warung Sagena



Gambar 2. Konsumen Warung Sagena



Gambar 3. Lokasi Warung Sagena



Gambar 4. Konsumen Warung Sagena