

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan negara yang sebagian besar penduduknya berprofesi di sektor pertanian karena Indonesia adalah negara Agraris. Sektor pertanian menjadi sektor yang sangat dominan dan berperan sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. Salah satu hasil pertanian yang khas dengan Indonesia adalah singkong. Singkong (*Manihot esculenta*) adalah pohon tahunan tropika dan subtropika dari keluarga Euphorbiaceae. (Suryatama, 2014) menyatakan bahwa tanaman ketela pohon atau singkong termasuk tanaman umbi-umbian yang mengandung karbohidrat, serat dan zat gizi lainnya yang tinggi. Umbinya dikenal sebagai makanan pokok penghasil karbohidrat dan cocok menjadi pengganti beras mengingat tingkat konsumsi beras di Indonesia yang tinggi. Produk singkong di Indonesia juga sudah banyak yang terkenal, diantaranya keripik singkong dan gaplek. Walaupun sudah banyak produk singkong yang terkenal, produk-produk tersebut belum mampu untuk bersaing di era industri saat ini. Terdapat banyak kendala dalam mengembangkan komoditas tersebut seperti produksi dan luas areal yang menurun, harga yang rendah, pemasaran yang sulit, dan teknologi pengolahan yang belum memadai. Berdasarkan data dari (pertanian), 2016), produksi ubi kayu di Indonesia dari tahun 2012-2016 mengalami peningkatan sebesar 2,85%. Namun ubi kayu memiliki sifat yang mudah rusak dan busuk (Hosea, 2022). Selain itu ubi kayu memiliki nilai jual yang rendah. Berdasarkan hal tersebut dapat dijadikan salah satu peluang yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengolah ubi kayu menjadi produk yang memiliki umur simpan lebih lama dan nilai jual yang tinggi, salah satunya yaitu dijadikan tepung mocaf.

Mocaf (*Modifed cassava flour*) merupakan produk turunan dari tepung singkong dengan prinsip modifikasi partikel singkong secara

fermentasi menggunakan Bakteri Asam Laktat (Arsyad, 2016). Tepung mocaf mempunyai daya kembang setara dengan tepung terigu protein sedang (Arsyad, 2016). Oleh karena itu dapat menggantikan penggunaan tepung terigu walaupun tidak 100% untuk produk tertentu yang membutuhkan tingkat kekenyalan yang lebih tinggi, sehingga diharapkan penggunaan tepung mocaf ini dapat mengganti atau sebagai bahan substitusi tepung terigu. Kebutuhan gandum di Indonesia sangat tinggi, pada tahun 2009 Indonesia mengimpor gandum 6.408 ton pada bulan Januari dan terus mengalami peningkatan hingga bulan Desember mencapai 8.572 ton. Karena harga gandum yang terus naik maka hal tersebut memberatkan negara. Oleh karena itu perlu adanya pemanfaatan sumber daya lokal salah satunya ubi kayu guna mensubstitusi gandum. Tepung mocaf memiliki keunggulan dibanding tepung-tepung lainnya, (1) Kandungan serat terlarut lebih tinggi daripada tepung gaplek, (2) Kandungan kalsium lebih tinggi dibanding padi dan gandum, (3) Mempunyai daya kembang setara dengan gandum tipe II (kadar protein menengah), (4) Daya cerna lebih tinggi dibandingkan dengan tapioka gaplek (BKP3 Bantul, 2012).

PT Rumah Mocaf Indonesia merupakan produsen penghasil tepung mocaf yang berada di Kabupaten Banjarnegara yang mampu memberdayakan 452 petani dan juga pengrajin singkong di seluruh Banjarnegara. PT Rumah Mocaf Indonesia, rata-rata mampu memproduksi 10 ton tepung mocaf selama satu bulan. Sedangkan kebutuhan singkong mencapai 21 ton yang dipenuhi dari beberapa kelompok tani di Banjarnegara. PT Rumah Mocaf Indonesia sudah dapat mengelola kebun singkong dengan jumlah luasan kurang lebih 95 hektar. Jumlah tersebut tersebar di 5 kecamatan di kabupaten Banjarnegara yaitu Purwonegoro, Bawang, Pagedongan, Rakit dan Punggelan. Beberapa penelitian telah mengkaji bahwa tepung mocaf dapat menggantikan secara teknis 100% tepung terigu sebagai bahan baku pada pembuatan brownies, kue basah dan kue kering (Subagio, 2017) , sedangkan menurut (Hosea, 2022) dapat

menggantikan 75% tepung terigu sebagai bahan baku pembuatan kue nastar dan untuk donat, bolu kukus, *butter cakes* sebesar 50%. PT Rumah Mocaf Indonesia memiliki produk turunan seperti mie mocaf, *cookies* mocaf, dan lain lain. Produk tersebut juga sudah dijual ke masyarakat. Hanya saja masih belum banyak masyarakat yang menanggapi adanya produk mocaf ini. Untuk itu pengenalan tentang produk mocaf ini harus terus ditingkatkan.

Salah satu produk unggulan dari PT Rumah Mocaf Indonesia adalah *Cookies*. *Cookies* merupakan salah satu jenis kue kering dengan bahan baku terigu. Tepung terigu merupakan tepung atau bubuk yang berasal dari biji gandum. Dalam upaya meningkatkan pemanfaatan tepung mocaf, maka perlu diaplikasikan pada produk pangan, perlu dilakukan penganekaragaman dalam pengolahannya. Salah satu alternatifnya adalah substitusi parsial tepung terigu menggunakan tepung mocaf pada pembuatan *cookies*. *Cookies* dapat dibuat dengan tepung yang memiliki kandungan gluten <1 % (Hidayati, 2014). Gluten adalah protein yang terdapat di produk sebagian jenis sereal. Gandum/terigu, havermoth/oat, dan barley memiliki protein yang secara alami yang tidak terdapat di bahan pangan lain disebut gluten (Ikhwana, 2018). Tidak semua orang dapat mengkonsumsi dan mencerna gluten dengan baik. Individu yang memiliki alergi terhadap gluten, penyandang celiac disease dan penyandang autism spectrum disorder (ASD) harus menghindari gluten agar tidak timbul dampak buruk pada tubuh (Yustisia, 2013). Maka dari itu dibuatlah *cookies* mocaf dengan kandungan gluten yang rendah.

PT Rumah Mocaf Indonesia mampu menembus pasar makanan yang telah ada dan mengembangkan usahanya, artinya permintaan konsumen meningkat terhadap produk olahan di PT Rumah Mocaf Indonesia ini. PT Rumah Mocaf Indonesia memunculkan inovasi-inovasi baru seperti pembuatan produk turunan dari tepung mocaf yaitu seperti *cookies* mocaf dan mie mocaf. Perusahaan sudah melakukan upaya-upaya yang dapat digunakan untuk mengembangkan usahanya, dari segi harga, lokasi, rasa, kemasan, kualitas pelayanan, serta daya tahan produk. Akan tetapi, produk

*cookies* mocaf yang ditawarkan oleh PT Rumah Mocaf Indonesia belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Penyebabnya dikarenakan orang-orang masih banyak yang belum tau lebih dalam mengenai tepung mocaf beserta produk turunannya. Bahkan ketika konsumen membeli produk *cookies* mocaf ini, baik dari pihak PT Rumah Mocaf Indonesia maupun para konsumen yang lain belum mengetahui bagaimana tingkat kepuasan masing-masing konsumen tersebut. Oleh karena itu perlu analisis lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen terhadap produk *cookies* mocaf ini. Adapun dimensi-dimensi yang dapat diukur dalam kepuasan konsumen yang terdapat pada *cookies* mocaf PT Rumah Mocaf Indonesia antara lain seperti harga, lokasi, rasa, kemasan, pelayanan, dan daya tahan produk.

Harga *cookies* mocaf di PT Rumah Mocaf Indonesia dapat dikatakan kurang terjangkau. Adapun alasan mengapa harga *cookies* mocaf PT Rumah Mocaf Indonesia lebih tinggi dibandingkan dengan harga *cookies* lainnya dikarenakan PT Rumah Mocaf Indonesia belum mendapatkan subsidi dari pemerintah, jika tepung mocaf sudah mendapat subsidi, harga *cookies* mocaf dapat turun sesuai dengan seberapa besar subsidi. Jika dilihat dari segi lokasi, lokasi PT Rumah Mocaf Indonesia masih cukup terjangkau dari para konsumen. Hal tersebut dikarenakan lokasi PT Rumah Mocaf Indonesia menempati daerah kota dari Kabupaten Banjarnegara, yaitu didekat Alun-Alun Banjarnegara. Jika dilihat dari segi rasa, perusahaan sudah memberikan rasa *cookies* mocaf yang umum yaitu coklat dan *berry*. Jika dilihat dari segi kemasan, kemasan *cookies* mocaf sudah mewakili isinya, serta dapat menarik konsumen dengan warnanya yang *colorfull*. Jika dilihat dari segi pelayanan, pelayanan dari pihak PT Rumah Mocaf Indonesia sudah sangat baik, yaitu seperti pelayanan yang ramah, cepat tanggap, serta komunikatif. Jika dilihat dari segi daya tahan produk, *cookies* mocaf memiliki daya tahan yang kuat dibandingkan produk *cookies* lainnya, yaitu seperti tidak mudah rapuh dan hancur, memiliki masa simpan yang cukup lama, dan lainnya.

Konsumsi bukanlah aktifitas tanpa batas, melainkan juga terbatas oleh sifat kehalalan dan keharaman yang telah digariskan oleh syara', sebagaimana firman Allah dalam Alquran. Al-Mā'idah ayat 87:

“ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”

”Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”

Ayat-ayat Al-Qur'an di atas dapat dijadikan dasar dan rujukan dalam membangun teori konsumen (secara umum) dan kepuasan konsumsi serta rasionalitas konsumsi (khusus) dalam Islam.

Kualitas produk makanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga akan lebih baik bila dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk makanan sebagai dasar strategi pemasaran (Kurniati, 2016). Kemasan menjadi daya tarik produk yang dapat membantu konsumen dalam mempertimbangkan suatu produk. Kemasan yang menarik akan bekerja secara efektif ketika konsumen dihadapkan pada pilihan produk yang luas. Kemasan yang bermanfaat dalam menanamkan persepsi tertentu dalam benak konsumen (Kurniati, 2016).

Konsumen yang merasa puas cenderung akan melakukan pembelian ulang dan dapat menjadi pelanggan dengan loyalitas yang tinggi. Sebaliknya, apabila konsumen tidak puas atau tidak dapat terpenuhi harapannya, maka cenderung tidak akan melakukan pembelian ulang serta menyebarkan berita negatif ke orang lain. Rendahnya tingkat kepuasan konsumen dalam mengonsumsi suatu produk tertentu akan sangat merugikan produsen produk tersebut, karena dengan rendahnya tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk yang dikonsumsi maka

konsumen akan segera beralih mengkonsumsi produk lain yang sejenis atau dengan kata lain konsumen tidak loyal terhadap produk tersebut.

PT Rumah Mocaf Indonesia memiliki pelanggan *cookies* yang cukup banyak tersebar di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan *cookies* merupakan makanan yang dapat dikonsumsi oleh berbagai kalangan usia. Akan tetapi, selama ini PT Rumah Mocaf Indonesia belum pernah melakukan riset lebih lanjut mengenai kepuasan konsumen terhadap produk *cookies*nya, sedangkan data kepuasan konsumen sangat penting untuk keberlanjutan usaha terutama untuk evaluasi terhadap produk *cookies* mocaf ini. Selain untuk perusahaan, data kepuasan konsumen ini juga berguna bagi para konsumen *cookies* mocaf untuk mengetahui lebih dalam informasi mengenai *cookies* mocaf buatan PT Rumah Mocaf Indonesia. Maka dari itu, berdasarkan latar belakang permasalahan yang dialami oleh PT Rumah Mocaf Indonesia, sebetulnya bagaimana kepuasan konsumen serta faktor-faktor apa saja yang berhubungan dengan kepuasan konsumen terhadap produk *cookies* mocaf di PT Rumah Mocaf Indonesia.

## **B. Tujuan**

1. Mendeskripsikan kepuasan konsumen terhadap produk *cookies* mocaf di PT Rumah Mocaf Indonesia.
2. Mendeskripsikan faktor-faktor yang berhubungan dengan kepuasan konsumen terhadap produk *cookies* mocaf di PT Rumah Mocaf Indonesia.

## **C. Kegunaan**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

Bagi masyarakat :

1. Dapat menjadi bahan referensi, serta dapat bermanfaat sebagai informasi dan menambah pengetahuan tentang kepuasan konsumen terhadap produk *cookies* mocaf di PT Rumah Mocaf Indonesia.

Bagi perusahaan :

2. Sebagai bahan evaluasi produk *cookies* mocaf nya di PT Rumah Mocaf Indonesia.

Bagi mahasiswa :

3. Dapat menjadi bahan referensi terutama dalam hal kepentingan atau keperluan studi.

Bagi peneliti :

4. Dapat menjadi referensi untuk peneliti atau sebagai sumber penambah wawasan.