

Analisis Kepuasan Konsumen Telur di Pasar Rakyat Teluk Kuantan Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi

Wita Wulandari^{1*}, Chezy WM Vermila², Nariman Hadi³
Agriculture Faculty Agribusiness Study Program
Kuantan Singingi Islamic University Teluk Kuantan 2019
witawulandari1705@gmail.com
chezywmvermila16@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap produk telur, untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap produk telur di Pasar Rakyat Teluk Kuantan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dan metode analisis *Important And Performance Analysis* (IPA) dan *Consumers Satisfaction Index* (CSI) atau indeks Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil dari perilaku konsumen terhadap produk telur ayam ras, telur ayam kampung, telur puyuh, dan telur bebek berada pada kategori puas, dengan jumlah 30 jiwa dari 30 responden dengan presentase 100%. Dari hasil perhitungan telur ayam ras secara keseluruhan nilai indeks kepuasan konsumen adalah 92,67%. Dimana nilai ini berada pada range indeks kepuasan konsumen 50%-100% yaitu kategori puas yang dimaksud sini adalah harga, kebersihan, kemasan dan ukuran. Telur ayam kampung nilai indeks kepuasan konsumen sebesar 92,70%. Hasil CSI secara keseluruhan berada pada kriteria puas yang dimaksud sini adalah harga, kebersihan, kemasan dan ukuran, Telur puyuh nilai indeks kepuasan konsumen adalah 92,00%. Berdasarkan hasil CSI secara keseluruhan berada pada kriteria puas yang dimaksud sini adalah harga, kebersihan, kemasan dan u.kuran. Telur bebek nilai indeks kepuasan konsumen adalah 89,30%. Berdasarkan hasil CSI secara keseluruhan berada pada kriteria puas yang dimaksud sini adalah harga, kebersihan, kemasan dan ukuran.

Kata kunci : *Kepuasan konsumen, produk telur, IPA. CSI.*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine consumer behavior towards egg products, to determine consumer satisfaction with egg products in the Pasar Kuantan Bay People's Market. The method used in this study is the Likert scale and the analysis method Important and Performance Analysis (IPA) and Consumers Satisfaction Index (CSI) or the Consumer Satisfaction index. Based on the results of the study obtained results from consumer behavior towards chicken eggs, village chicken eggs, quail eggs, and duck eggs are in the satisfied category, with a total of 30 people from 30 respondents with a percentage of 100%. From the results of calculation of chicken eggs as a whole the value of the consumer satisfaction index is 92.67%. Where this value is in the range of 50% -100% consumer satisfaction index, that is, the satisfied categories referred to here are price, cleanliness, packaging and

size. Kampung chicken eggs with a consumer satisfaction index value of 92.70%. CSI results as a whole are in the satisfied criteria referred to here are price, cleanliness, packaging and size, Quail eggs consumer satisfaction index value is 92.00%. Based on CSI results as a whole are on the criteria of satisfaction referred to here are price, cleanliness, packaging and size. Duck egg value of consumer satisfaction index is 89.30%. Based on CSI results as a whole are on the criteria of satisfaction referred to here are price, cleanliness, packaging and size.

Keywords : Consumer satisfaction, CSI, Egg products, IPA.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk atau jasa yang dipasarkan. Sedangkan kepuasan konsumen sejauh mana harapan para pembelian seorang konsumen dipenuhi atau bahkan dilebihi oleh sebuah produk, dan jika melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan, sehingga setiap perusahaan berusaha untuk mengoptimalkan segala faktor yang dapat meningkatkan nilai kepuasan konsumen tersebut. Seiring dengan perkembangan bisnis usaha telur, banyak pedagang yang bergerak dibidang ini dan menjual berbagai macam jenis telur.

Telur merupakan salah satu produk peternakan unggas yang memiliki kandungan gizi yang lengkap dan mudah dicerna. Serta merupakan salah satu sumber protein hewani disamping daging, ikan dan susu. Kandungan gizi pada telur ayam yaitu 162 kal energi; 12.80 gram protein; 11.50 gram lemak; 0.70 gram karbohidrat; 54.00 mg kalsium; 180 mg fosfor; 3.00 mg zat besi; 900 IU vitamin A; dan 0.10 mg vitamin B. Kandungan gizi pada telur bebek terdiri dari 189 kal energi; 13.10 gram protein; 14.30 gram lemak; 0.80 gram karbohidrat; 56.00 mg kalsium; 175 mg fosfor; 3.00 mg zat besi; 1230 IU vitamin A; dan 0.18 mg vitamin B.

Kandungan gizi pada telur puyuh yaitu 195 kal energi; 13.60 gram protein; 13.60 gram lemak; 140 gram karbohidrat 120.00 mg kalsium; 157 mg fosfor; 2.00 mg zat besi; 841 IU vitamin A; dan 0.28 mg vitamin B.

Dalam bidang pangan telur memiliki manfaat dalam memenuhi keperluan, antara lain sebagai berikut 1) Bahan penambah cita rasa (makanan, kerupuk). 2) Bahan pengembangan (roti, kerupuk). 3) Bahan pengempuk (gorengan). 4) Bahan pengental (Sup). 5) Bahan perekat/pengikat (makanan pekedel atau kue kering). 6) Bahan penambah unsur gizi, bahan penstabil suspense, dan bahan pengumpul.

Telur sangat baik dikonsumsi oleh anak-anak pada masa pertumbuhan, ibu hamil maupun menyusui, serta mereka yang sedang dalam masa penyembuhan dari suatu penyakit. Dengan demikian telur sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia. Namun, mereka belum mengetahui apakah telur tersebut memiliki kualitas yang baik atau tidak.

Telur yang dikonsumsi umumnya berasal dari unggas yang ditenakan. Jenis telur yang banyak dikonsumsi adalah telur ayam, telur itik, telur puyuh, telur penyu, telur kalkun, telur angsa, telur merpati dan telur unggas lainnya. Kepuasan konsumen merupakan label yang digunakan oleh konsumen untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa.

Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan itu timbul dari perilaku konsumen mulai dari faktor-faktor yang mempengaruhinya serta proses pengambilan keputusan konsumen untuk membeli produk, sehingga dalam pengukuran kepuasan konsumen kita juga harus mengetahui perilaku dari konsumen tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Kepuasan Konsumen Telur di Pasar Rakyat Teluk Kuantan Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi"

Rumusan Masalah

1. Bagaimana perilaku konsumen telur di Pasar Rakyat Teluk Kuantan Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen yang berbelanja di Pasar Rakyat Teluk Kuantan Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui perilaku konsumen telur pada di Pasar Rakyat Teluk Kuantan Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi.
2. Untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen yang berbelanja pada di Pasar Rakyat Teluk Kuantan Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Bagi produsen penelitian ini merupakan masukan untuk memperbaiki kinerja yang ada untuk kedepanya dapat

memuaskan konsumen yang berbelanja telur di Pasar Rakyat.

2. Bagi pembaca, semoga penelitian ini dapat menjadi tambahan informasi, wawasan dan pengetahuan serta sebagai referensi penelitian selanjutnya
3. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengalaman dan pengetahuan.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan yang dimulai pada bulan Februari sampai bulan Juli 2019. Terhadap konsumen telur yang berada di Pasar Rakyat Teluk Kuantan Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi.

Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dimana konsumen telur dipilih secara acak di Pasar Rakyat Teluk Kuantan Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi. Dalam penelitian ini, jumlah responden yang dijadikan sampel sebanyak 30 orang.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan skunder, dimana data primer diperoleh dari responden melalui wawancara dan penyebaran kuesioner.

Data primer antara lain terdiri dari :

- a. Karakteristik konsumen yaitu
- b. umur, pendidikan, pekerjaan, jumlah anggota keluarga, pendapatan keluarga.
- c. Kepuasan konsumen yang terdiri dari harga, kebersihan, kemasan, ukuran.

Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif di sajikan dalam uraian atau deskriptif, sedangkan data kuantitatif akan disajikan dalam bentuk tabulasi. Perhitungan data dilakukan menggunakan Microsoft Excel. Alat analisis yang digunakan menggunakan *Skala Likert, Important dan Performance Anaysis (IPA)*, dan metode indeks Kepuasan Pelanggan atau *Costumer Satisfaction Indeks (CSI)*

1. Metode Deskriptif Kualitatif

Metode Deskriptif Kuanlitatif adalah metode yang digunakan untuk menghitung karakteristik umum responden (konsumen) telur di Pasar

Rakyat. data kualitatif yang dihasilkan dari kuisisioner dan wawancara ditabulasikan dalam kerangka tabel kemudian dianalisis. Karakteristik umum responden yang dilihat dalam penelitian ini adalah umur, lama pendidikan, pekerjaan, jumlah anggota keluarga, pendapatan keluarga.

2. Metode Skala Likert's Summated Rating (SLR)

Sebagai indikator skala likert yang merupakan teknik pengukuran sikap dengan tingkat penggunaan paling luas, dimana tanggapan konsumen terhadap pilihan yang dibuat berjenjang mulai dari intensitas rendah sampai paling tinggi, dalam penelitian ini digunakan skala likert bertingkat tiga.

Tabel 1. Skor Konsumen di Pasar Rakyat Taluk Kuantan

No	Kategori	Skor
1	Puas	3
2	Kurang Puas	2
3	Tidak Puas	1

Analisis sikap untuk respondeng yaitu jumlah pertanyaan 3, dan skor tertinggi 3 dan skor terenda 1, maka besar kisaran penghitunganya adalah : dari total nilai skla tersebut

dikelompokkan menjadi 3 kategori yakni sangat puas, puas, tidak puas. untuk mendapatkan 3 kategori tersebut dilakukan dengan menggunakan Rumus :

Skor maksimum–Skor minimum-0,01

Jumlah Kategori

Analisis untuk sikap responden yaitu jumlah item indikator 3, skor

skor maksimum $4 \times 3 = 12$

skor minimum $4 \times 1 = 4$

Besar kisaranya : $\frac{12-4}{3} - 0,01 = 2,66$

Berdasarkan besar kisaran diatas, maka tingkat nilai pada responden mengenai kepuasan

tertinggi 3 dan skor terendah 1, maka besar kisaran hitunganya adalah :

konsumen terhadap telur dibagi menjadi 3 kategori yaitu :

Tabel 2. Indikator dan skor penilaian

Indikator	Skor Penilaian		
	Puas	Kurang Puas	Tidak Puas
	9,34-12	6,67-9,33	4-6,66

3. Metode *Importance dan Performance Anaysis (IPA)*

Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen, jika produk tersebut dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa. Sebaliknya, jika

produk tersebut memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa puas.

Tingkat kepentingan dari dimensi-dimensi bauran pemasaran adalah untuk mewakili tingkat kinerja yang diharapkan oleh konsumen. Untuk tingkat kinerja dan tingkat kepentingan diberi skor atau bobot sebagai berikut :

Tabel 4. Nilai Bobot Tingkat Kepentingan (y)

Tingkat Kinerja (y)	Skor (bobot)
Tidak Puas	1
Kurang Puas	2
Puas	3

Tabel 5. Nilai Bobot Tingkat Kepentingan (x)

Tingkat Kinerja (x)	Skor (bobot)
Tidak Puas	1
Kurang Puas	2
Puas	3

Dalam analisis data tersebut terdapat dua buah variable yang diwakili oleh huruf X dan Y, dimana X menunjukkan ranting kinerja suatu produk, sementara Y menunjukkan tingkat kepentingan konsumen. Bobot penilaian atribut produk setiap responden (X_i) dan bobot penilaian kepentingan setiap responden (Y_i) di

rata-rata dan di formulasikan dalam diagram kartesius. Atribut diposisikan dalam sebuah diagram, dimana skor rata-rata penilaian terhadap kinerja (\bar{X}) menunjukkan posisi suatu atribut pada sumbu X, sementara posisi atribut sumbu Y di tunjukan oleh skor rata-rata tingkat kepentingan atribut (\bar{Y}). Dengan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum y_i}{n}$$

Dimana :

\bar{X} = bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja atribut produk

\bar{Y} = bobot rata-rata penilaian kepentingan pelanggan

n = jumlah responden

Diagram kartesius yang dimaksud disini adalah suatu bangun yang dibagi menjadi empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotong tegak lurus pada suatu titik (X,Y). Nilai X dan Y digunakan sebagai pasangan koordinat titik-titik atribut

yang memposisikan suatu atribut terletak dimana pada diagram kartesius. Penjabaran diagram kartesius (Supranto, 2001). Rentan skala yang akan digunakan disesuaikan dengan rumus sebagai berikut:

$$R_s = \frac{(m-n)}{b}$$

Dimana :

R_s = Rentan Skala

M = Skor Tertinggi

N = Skor Terendah

B = Jumlah Kelas

Rentang skala pada tingkat kepentingan adalah :

Tabel 6. Skor Penilaian Tingkat Kepentingan Atribut :

Indikator	Skor Penilaian
Penting	90,66 – 75
Kurang Penting	74,66 – 59
Tidak Penting	58,66 – 43

Untuk rentang skala pada tingkat kinerja adalah :

Tabel 7. Skor Penilaian Tingkat Kinerja Atribut

Indikator	Skor Penilaian
Puas	90,66 – 81
Kurang Puas	80,66 – 71
Tidak Puas	70,66 – 61

4. Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan. Kepuasan

tertinggi dicapai bila CSI menunjukkan 100%. Rentang kepuasan berkisar dari 0-100% (Simamora, 2005), untuk membuat skala linier numerik pertama kita cari rentang skala (RS) dengan rumus :

$$RS = \frac{m-n}{b}$$

Dimana :

m = Skor Tertinggi

n = Skor Terenda

b = Jumlah kelas atau kategori yang akan dibuat

Untuk penelitian ini rentang skalanya adalah :

$$RS = \frac{100\% - 25\%}{3} = 25\%$$

Berdasarkan rentang skala diatas, maka criteria kepuasannya adalah sebagai berikut :

0 % < CSI ≤ 25 % = Tidak puas
 25 % < CSI ≤ 50 % = Kurang Puas
 50 % < CSI ≤ 75 % = Puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku Konsumen Terhadap Produk Telur

Berdasarkan hasil perhitungan skala likert perilaku konsumen terhadap telur ayam ras, telur ayam kampung, telur puyuh, dan telur bebek. Berada pada kategori puas yang

berada pada kriteria skor 9,34-12. Hal ini karena produk telur di Pasar Rakyat telah dapat memuaskan konsumennya mulai dari harga, kebersihan, kemasan, serta ukuran sudah memuaskan konsumen.

1. Indeks Kepuasan Konsumen atau CSI Telur Ayam Ras

Tabel 8. Indeks Kepuasan Konsumen (CSI) Telur Ayam Ras.

Atribut	MIS	MSS	WF	WS
Harga	3,00	2,93	0,26	0,76
Kebersihan	2,83	2,90	0,25	0,72
Kemasan	2,53	2,73	0,22	0,60
Ukuran	2,87	2,80	0,25	0,7
Total	11,23			
Weight Average Total (WAT)	2,78			
CSI	0,9267 = 92.67%			

Berdasarkan hasil Perhitungan secara keseluruhan nilai indeks kepuasan konsumen adalah 92,67%. Dimana nilai ini berada pada renge indeks kepuasan konsumen 50%-100%. Berdasarkan hasil CSI secara keseluruhan berada pada kriteria puas. Dimana konsumen sudah merasa puas akan atribut-atribut produk telur ayam ras seperti, harga yang mana harga disini dapat terjangkau oleh konsumen. Kebersihan yang mana kebersih, disini

dapat terjaga dan tidak terdapat kotoran hewan yang menempel. Kemasan yang mana kemasan yang terdapat di disini merupakan dari tatakan kotak/ tray sehingga konsumen merasa nyaman. Ukuran yang mana ukuran yang terdapat pada telur ayam ras ini pada saat konsumen membeli telur besar.

2. Indeks kepuasan konsumen atau CSI Telur ayam kampung

Tabel 9. Indeks Kepuasan Konsumen (CSI) Telur Ayam kampung.

Atribut	MIS	MSS	WF	WS
Harga	2,70	2.93	0.26	0.76
Kebersihan	2,57	2.87	0.25	0.71
Kemasan	2,37	2.70	0.23	0.62
Ukuran	2,63	2.77	0.25	0.69
Total	10,27			
Weight Average Total (WAT)	2,78			
CSI	0,927 = 92,70%			

Berdasarkan dari hasil perhitungan secara keseluruhan nilai indeks kepuasan konsumen adalah 92,70%. Dimana nilai ini berada pada range indeks kepuasan konsumen 50%-100%. Berdasarkan hasil CSI secara keseluruhan berada pada kriteria puas. Dimana konsumen sudah merasa puas akan atribut-atribut produk telur ayam kampung seperti harga yang mana harga disini dapat terjangkau oleh konsumen. Kebersihan yang mana kebersih, disini dapat

terjaga dan tidak terdapat kotoran hewan yang menempel. Kemasan yang mana kemasan yang terdapat di disini merupakan dari tatakan kotak/ tray sehingga konsumen merasa nyaman. Ukuran yang mana ukuran yang terdapat pada telur ayam kampung ini pada saat konsumen membeli telur besar.

3. Indeks kepuasan konsumen atau CSI Telur Puyuh

Tabel 10. Indeks Kepuasan Konsumen (CSI) Telur Puyuh.

Atribut	MIS	MSS	WF	WS
Harga	2,73	2,70	0,25	0,67
Kebersihan	2,67	2,87	0,25	0,71
Kemasan	2,33	2,73	0,22	0,60
Ukuran	2,83	3,00	0,26	0,78
Total	10,57			
Weight Average Total (WAT)	2,78			
CSI	0,920 = 92.00%			

Berdasarkan dari hasil perhitungan secara keseluruhan nilai indeks kepuasan konsumen adalah 92,00%. Dimana nilai ini berada pada range indeks kepuasan konsumen 50%-100%. Berdasarkan hasil CSI secara keseluruhan berada pada kriteria puas. Dimana konsumen sudah merasa puas akan atribut-atribut produk telur puyuh seperti harga yang mana harga disini dapat terjangkau oleh konsumen. Kebersihan yang mana kebersih, disini dapat terjaga

dan tidak terdapat kotoran hewan yang menempel. Kemasan yang mana kemasan yang terdapat di disini merupakan dari tatakan kotak/ tray sehingga konsumen merasa nyaman. Ukuran yang mana ukuran yang terdapat pada telur puyuh ini pada saat konsumen membeli telur besar.

4. Indeks kepuasan konsumen atau CSI Telur bebek

Tabel 11. Indeks Kepuasan Konsumen (CSI) Telur bebek

Atribut	MIS	MSS	WF	WS
Harga	3,00	2,77	0,30	0,83
Kebersihan	2,73	2,73	0,27	0,73
Kemasan	1,43	2,03	0,14	0,28
Ukuran	2,83	3,00	0,28	0,84
Total	9,99			
Weight Average Total (WAT)	2,68			
CSI	0,893 = 89.30%			

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat dari hasil perhitungan secara keseluruhan nilai indeks kepuasan konsumen adalah 89,30%. Dimana nilai ini berada pada renge indeks kepuasan konsumen 50%-100%. Berdasarkan hasil CSI secara keseluruhan berada pada kriteria puas. Dimana konsumen sudah merasa puas akan atribut-atribut produk telur bebek seperti harga yang mana harga disini dapat terjangkau oleh konsumen. Kebersihan yang mana kebersih, disini dapat terjaga dan tidak terdapat kotoran hewan yang menempel. Kemasan yang mana kemasan yang terdapat di disini merupakan dari

tatakan kotak/ tray sehingga konsumen merasa nyaman. Ukuran yang mana ukuran yang terdapat pada telur bebek ini pada saat konsumen membeli telur besar.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil pembahasan diatas didapatkan kesimpulan bahwa konsumen sudah merasa puas akan produk telur yang terdapat di Pasar Rakyat Teluk Kuantan. Dimana produk telur tersebut adalah Telur ayam ras, Telur ayam kampung, Telur puyuh dan Telur bebek

DAFTAR PUSTAKA

- Bachtiar, A.T.H. (2011). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Prusahaan pada Prusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI tahun 2005-2009. Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Padjajaran, Bandung.
- Dewi dan Sari Lestari Zainal Ridho, 2013. *Perilaku Konsumen*. Pelembang Citrabooks Indonesia.
- Faiqoh, Elmaulida. 2004. Pengaruh Konsentrasi dan Lama Perendaman Dalam $NaCl_2$ (Kalsium Klorida) Terhadap Kualitas dan Kuantitas Buah Naga Super Merah. Jurusan Biologi Fakultas Sains dan Teknologi. UIN.
- Ghosh, 1992. *Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Jealani Sediaoetama (1997). Ilmu Gizi Untuk Mahasiswa dan Profesi. Jakarta
- Rismayanti, D. (2016). Uji Kadar Protein, Kadar Air, dan Daya Simpan Telur Asin Hasil Pengelolaan dengan cara Pembuatan Serta Lama Pemeraman yang Berada sebagai Sumber Belajar Biologi. Skripsi. Fakultas Keguruan dan

Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Malang.

Supranto, J. (2012). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta

Suprati, L.M. 2002. *Pengawetan Telur, Telur Asin Tepung Telur, dan Telur Beku*. Kanisius. Yogyakarta

Suswono dan Sedyaningsih, E.R. (2010). *Tanya Jawab Seputar Telur Sumber Makanan Bergizi. Booklet*. Pencanaan Gerakan Nasional "Peternak Sehat Ternak Sehat, Tonjolaya, Cicurung, Sukabumi-Jawa Barat.