



Analisis Kepuasan Konsumen dan Efisiensi Biaya Usahatani Bawang Merah (*Allium Ascalonicum L*) di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian dan Perikanan

Antonieta Rafani

Program Studi Agribisnis, Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan,
Universitas Nusa Nipa

Abstract

Received: 12 Januari 2024

Revised: 28 Januari 2024

Accepted: 5 Februari 2024

Satisfaction is an assessment of the characteristics or features of a product or service, or the product itself, which provides a level of consumer pleasure related to fulfilling consumer consumption needs. Consumer satisfaction can be created through quality, service and value. Consumer satisfaction is an important factor that contributes to indicators of creating consumer repurchases and consumer loyalty. The aim of this research is to determine the level of consumer satisfaction and cost efficiency of shallot farming in the Nusa Nipa University practice garden. The analytical method used is the descriptive method, Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI). Sampling was carried out using the Accidental Sampling method. The research results show that: 1). The CSI calculation for shallot consumers at the Nusa Nipa University Practice Garden was 0.812 (81.2%). If you pay attention to the CSI value obtained, it is in the satisfaction index range of 0.81 – 1.00, which means that the level of consumer satisfaction for shallot products is at the level of very satisfied with the performance of the attributes of shallot products in the Nusa Nipa University Practice Garden. 2). the percentage of production cost efficiency in 2023 is 83.33%. Realization of production costs can be said to be efficient because the amount of production costs that must be incurred is actually smaller than the budget.

Keywords: consumer satisfaction, cost efficiency

(*) Corresponding Author: antonietaarafani3@gmail.com

How to Cite: Rafani, A. (2024). Analisis Kepuasan Konsumen dan Efisiensi Biaya Usahatani Bawang Merah (*Allium Ascalonicum L*) di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian dan Perikanan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(6), 1009-1023. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11076666>

PENDAHULUAN

Bawang merah (*Allium Ascalonicum L*) merupakan salah satu komoditas hortikultura unggulan yang sejak lama telah diusahakan secara intensif oleh petani. Bawang merah termasuk dalam kelompok rempah tidak bersubstitusi yang berfungsi sebagai bumbu penyedap makanan dan obat tradisional. Permintaan akan bawang merah terus meningkat sejalan dengan peningkatan jumlah penduduk (Kementerian Pertanian, 2016).

Meningkatnya konsumsi kebutuhan, dan permintaan bawang merah mendorong para petani untuk melakukan produksi bawang merah, namun hasil produksi masih belum dapat menutupi permintaan akan bawang merah secara intensif, sehingga menyebabkan harga relatif berfluktuasi. Selain itu, bawang merah merupakan komoditas musiman dan mudah terkena hama dan penyakit.



Jika terjadi panen raya, harga bawang merah baik ditingkat petani maupun konsumen relatif rendah. Kabupaten Sikka merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Nusa Tenggara Timur, yang sebagian penduduk pada umumnya bermata pencaharian sebagai petani. Di Bidang pertanian, ada beberapa daerah di Kabupaten Sikka yang mengembangkan usahatani tanaman hortikultura seperti Bawang Merah dengan luas tanah pada tahun 2021 adalah 23 Hektar dan jumlah produksi 378 ton (Badan Pusat Statistik Kabupaten Sikka, 2022).

Kebun praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian dan Perikanan dengan luas lahan 2,5 hektar sudah banyak menghasilkan produk-produk organik seperti tomat, cabai, semangka, terung, dan berbagai jenis sayuran yang berkualitas dan dipasarkan di wilayah Kota Maumere dan sekitarnya. Saat ini yang dibudidayakan di kebun praktek Universitas Nusa Nipa adalah komoditas bawang merah. Efisiensi produksi menggambarkan kemampuan dari suatu usahatani untuk memperoleh produksi yang maksimal dari sejumlah input tertentu. Produksi yang tidak maksimal diiringi dengan meningkatnya biaya produksi usahatani yang digunakan menyebabkan berkurangnya keuntungan yang diterima oleh petani. Biaya produksi yang tinggi dan keuntungan yang rendah mempengaruhi tingkat efisiensi biaya usahatani yang ada. Selain itu, salah satu faktor yang diduga kuat menjadi penyebab menurunnya minat beli konsumen bawang merah di kebun praktek Universitas Nusa Nipa adalah kepuasan konsumen yang belum terpenuhi. Salah satu upaya untuk mempertahankan konsumen untuk memperoleh keunggulan kompetisi berkelanjutan adalah dengan cara menciptakan kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut produk seperti dalam hal kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan kemudahan yang diharapkan oleh konsumen. Untuk itu perlu dilakukan Analisis Kepuasan konsumen dan Efisiensi Biaya Usahatani Bawang Merah (*Allium Ascalonicum* L)

METODOLOGI PENELITIAN

Metodeologi Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian yang dilakukan disajikan dalam bentuk data numerik (angka), dimana data tersebut merupakan data tingkat kepentingan atribut dan tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk yang digunakan. dimana data kuantitatif menurut Sugiyono (2015) merupakan data yang memiliki kecenderungan atas analisis dengan cara atau teknik statistik. Data tersebut dapat berupa angka atau skor yang biasa diperoleh dengan menggunakan alat pengumpul data yang jawabannya berupa rentang skor atau pertanyaan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kebun Fakultas Teknologi Pangan Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa, dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan salah satu kebun penghasil bawang merah di Kabupaten Sikka. Waktu penelitian dilaksanakan selama 4 bulan, yang dimulai pada bulan Agustus sampai Desember 2023.

Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan di pasar Alok Maumere dan pasar Kloanglagot Geliting dengan menggunakan metode Accidental Sampling. Teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan. Responden yang dijadikan sampel

penelitian adalah responden yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok sebagai sumber data, dengan kriteriannya adalah orang tersebut merupakan konsumen yang sedang atau pernah membeli produk bawang merah dan bersedia diwawancarai di tempat atau melalui telepon.. Metode Accidental Sampling merupakan prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses (Suyatno dalam Yola & Budianto 2013).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang mengkonsumsi bawang merah dan jumlahnya tidak diketahui dengan pasti. Sampel adalah produksi dari populasi yang akan diteliti. Yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengkonsumsi bawang merah. Peneliti menggunakan jumlah responden sebanyak 30 responden untuk analisis kepuasan konsumen dan 1 responden untuk analisis efisiensi produksi usahatani bawang merah di kebun praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian dan Perikanan.

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari narasumber secara langsung dari responden penelitian yaitu konsumen yang membeli produk bawang merah di Kebun Fakultas Teknologi Pangan Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa. Tidak ada perantara dalam memperoleh data, sehingga data atau informasi yang didapatkan diyakini kebenarannya. Karakteristik responden (nama, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan dan frekuensi pembelian produk), Perilaku responden (tujuan mengkonsumsi produk dan alasan pemilihan lokasi sebagai tempat berkunjung), Serta penilaian tingkat kepentingan dan kinerja atribut kualitas produk bawang merah. Data primer diperoleh dengan cara memberikan kuisioner kepada responden.

Data Sekunder

Menurut Simamora (2012) data sekunder merupakan data yang sudah tersedia, dimana peneliti mencari dimana mendapatkannya. Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan berdasarkan sumber yang diperoleh dari buku penunjang, internet, artikel ilmiah, maupun informasi lain yang terkait dengan tujuan penelitian, antara lain informasi mengenai perkembangan bawang merah di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian dan Perikanan, produksi tanaman bawang merah, tingkat konsumsi bawang merah serta informasi lain yang mendukung terkait penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan lainnya. Beberapa teknik pengumpulan data pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Wawancara (metode interview)

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi terkait data yang menunjang penelitian. Penelitian ini diperoleh dengan cara wawancara kepada konsumen bawang merah terkait dengan kepuasan konsumen. Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab kepada konsumen secara langsung tanpa memperhatikan pedoman wawancara.

2. Kuisisioner

Kuisisioner berisi daftar pertanyaan berkaitan dengan variabel penelitian yang akan diberikan kepada responden. Jenis kuisisioner yang akan digunakan adalah kuisisioner terbuka dimana responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan memilih jawaban yang telah disediakan dengan Skala Likert yang berisi lima tingkatan pilihan jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap pernyataan yang dikemukakan. Pada pengukuran aspek kepuasan konsumen terhadap atribut kualitas produk bawang merah dengan menggunakan Skala Likert

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui data tentang jumlah konsumen bawang merah yang akan digunakan sebagai responden dalam penelitian.

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan 3 analisis data.

Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) adalah metode yang digunakan untuk menilai sejauh mana kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap atribut produk bawang merah di kebun praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian dan Perikanan. Metode ini menentukan penting dan tidaknya atribut produk oleh konsumen, selain itu untuk menentukan apakah konsumen puas atau tidak dalam mengkonsumsi produk bawang merah di kebun praktek Universitas Nusa Nipa. Selanjutnya untuk persepsi konsumen dapat dilihat dari tingkat evaluasi yang diberikan konsumen terhadap kinerja produk. Berikut merupakan tahapan dalam analisis Importance Performance Analysis :

1. Tahapan pertama

Berdasarkan analisis menentukan kesesuaian antara kepentingan dan kinerja dimensi kualitas produk bawang merah melalui perbandingan skor kepuasan dengan skor kepentingan. Rumus kesesuaian yang digunakan :

$$Tki = \frac{Yi}{Xi} \times 100\%$$

Keterangan

Tki :Tingkat kesesuaian responden

Xi : Bobot penilaian konsumen terhadap kepuasan pada atribut produk bawang merah.

Yi : Bobot penilaian konsumen terhadap kepentingan pada atribut produk bawang merah.

Pengukuran nilai (skor) kepuasan konsumen terhadap atribut produk bawang merah adalah berdasarkan nilai Tki-nya. Berikut merupakan kategori nilai Tki yang menentukan tingkat kepuasan konsumen. Nilai $Tki \geq 100\%$ maka konsumen sangat puas, Nilai $Tki = 100\%$ maka konsumen puas, dan nilai $Tki \leq 100\%$ konsumen belum puas.

2. Tahapan kedua

Mengetahui kepuasan konsumen yaitu menghitung rata-rata untuk

setiap atribut produk bawang merah dimana rata-rata atribut ini dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Rumus yang digunakan adalah :

$$\bar{X}_1 = \frac{\sum X_i}{N}$$

N

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{N}$$

N

Keterangan :

\bar{X} : skor rata-rata kepuasan konsumen bawang merah

\bar{Y} : skor rata-rata kepentingan terhadap produk bawang merah

N : jumlah responden

3. Tahapan ketiga

Menghitung seluruh atribut rata-rata kepentingan (Y) dan kepuasan (X) yang menjadi batas pada diagram kartesius, dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{K}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{K}$$

Keterangan :

\bar{X} : rata skor kepuasan konsumen seluruh faktor atau atribut produk bawang merah.

\bar{Y} : rata-rata kepentingan seluruh atribut yang mempengaruhi kualitas produk bawang merah organik.

K : banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kualitas produk bawang merah.

4. Tahapan keempat

Tahapan selanjutnya adalah melakukan pemetaan dalam diagram kartesius untuk melihat posisi masing-masing atribut masuk pada salah satu kategori dari keempat kuadran dalam diagram kartesius, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Kuadran A

Bila atribut tersebut memiliki nilai X_1 lebih kecil \bar{X} dan nilai Y_1 lebih besar dari \bar{Y} .

2. Kuadran B

Bila atribut tersebut memiliki nilai X_1 lebih besar \bar{X} dan nilai Y_1 lebih kecil dari \bar{Y} .

1. Kuadran C

Bila atribut tersebut memiliki nilai X_1 lebih kecil \bar{X} dan nilai Y_1 lebih kecil dari \bar{Y} .

2. Kuadran D

Bila atribut tersebut memiliki nilai X_1 lebih besar \bar{X} dan nilai Y_1 lebih besar dari \bar{Y} .

Consumer Satisfaction Index (CSI)

Digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas produk yang diukur. Metode pengukuran CSI ini meliputi tahap-tahap sebagai berikut :

1. Menghitung Weighting Factors (WF) dari nilai rata-rata tingkat kepentingan atau Mean Important Score (MIS). Bobot ini merupakan presentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut. Adalah atribut ke-1

$$WF = \frac{\text{MIS}}{\text{TOTAL MIS}} \times 100\%$$

2. Menghitung Weighted Score (WS) yaitu bobot perkalian antara WF dengan rata tingkat kepuasan atau Mean Satisfaction Score (MSS).

$$WS = MSS \times WF$$

3. Menghitung Weighted Avarage Total (WAT) yaitu menjumlahkan Weighted Score seluruh atribut. Dalam penelitian ini menggunakan atribut

$$WAT = WS_1 + WS_2 + WS_3 + \dots + WS_N$$

4. Menghitung Customer Satisfaction Index (CSI) yaitu Weighted Avarage Total (WAT) dibagi Highestscale (HS).

$$CSI = \frac{WAT \times 100}{HS}$$

Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria kepuasan pelanggan atau konsumen. Adapun kriteriannya adalah sebagai berikut (Rangkuti, F 2006)

Analisis Biaya

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian ini selanjutnya akan ditabulasi dan diolah dengan menggunakan analisis sebagai berikut:

- 1) Untuk mencapai tujuan penelitian pertama akan digunakan analisis pendapatan sebagai berikut :

Analisis biaya meliputi :

- a) Biaya tetap total (total fixed cost) dan biaya tetap rata-rata (Average Fixed Cost)
- b) Biaya variabel total (total variabel cost) dan biaya rata-rata variabel (average variabel cost)
- c) Biaya total (total cost) dan biaya total rata-rata (average total cost)

Efisiensi biaya produksi adalah rasio dengan cara membandingkan biaya produksi dengan anggaran biaya produksi. Sesuai dengan teori Robert dan Vijai Govindarajan (2012, 174) :

$$\text{Efisiensi biaya produksi} = \frac{\text{realisasi biaya produksi}}{\text{anggaran biaya produksi}} \times 100\%$$

Bila hasil perbandingan yang diperoleh semakin kecil, maka biaya produksinya semakin efisien, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan telah melakukan

efisiensi dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Analisis Kuantitatif

Uji Index Performance Analysis (IPA)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui kesenjangan antara tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen bawang merah di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian dan Perikanan

Berikut ini adalah tabel hasil dari perhitungan IPA dari hasil pengumpulan data.

Analysis Kesenjangan

1. Dimensi *Performance*

Tabel 1. kepentingan konsumen dan kepuasan konsumen dimensi *performance*

Atribut	Penilaian kepuasan (Xi)							Penilaian kepentingan (Yi)							Kesesuaian (Tki) (%)
	SP	P	CP	TP	STP	Σ	Rata-rata	Sp	P	CP	TP	STP	Σ	Rata-rata	
A1	12	15	3	0	0	129	4,3	17	13	0	0	0	137	4,56	94,16
A2	3	14	7	5	1	103	3,43	7	23	0	0	0	127	4,23	81,10

Sumber : Analisis Data Primer Diolah, 2023

Keterangan :

A1 : Rasa bawang merah yang gurih dan pedas

A2 : Harga bawang merah yang ditawarkan murah tetapi kualitasnya tinggi Pada atribut pertama yaitu atribut rasa bawang merah yang gurih dan pedas dinilai sangat puas oleh 12 responden, dinilai puas oleh 15 responden, cukup puas oleh 3 responden dan memiliki nilai rata-rata kepuasan sebesar 4,3

Didapatkan bahwa kepentingan konsumen mempunyai nilai rata-rata 4,56 dengan 17 responden menilai sangat penting, 13 responden menilai penting. Dari kedua penilaian ini maka atribut A1 memiliki nilai kesesuaian sebesar 94,16%. Pada atribut kedua yaitu atribut harga bawang merah yang ditawarkan murah tetapi kualitasnya tinggi dinilai sangat puas oleh 3 responden, dinilai puas oleh 14 responden, cukup puas oleh 3 responden dan memiliki nilai rata-rata kepuasan sebesar 3,43. Didapatkan bahwa kepentingan konsumen mempunyai nilai rata-rata 4,23 dengan 23 responden menilai penting dan 7 responden menilai sangat penting. Dari kedua penilaian ini maka atribut A2 memiliki nilai kesesuaian sebesar 81,10%.

2 Dimensi *Feature*

Tabel. 2. Kepentingan Konsumen dan kepuasan konsumen pada Dimensi Feature

Atribut	Penilaian kepuasan (Xi)							Penilaian kepentingan (Yi)							Kesesuaian (Tki) (%)
	SP	P	CP	TP	STP	Σ	Rata-rata	Sp	P	CP	TP	STP	Σ	Rata-rata	
A3	9	15	6	0	0	123	4,1	5	14	11	0	0	114	3,8	107,89

A4	13	12	5	0	0	128	4,26	9	15	5	1	0	122	4,06	104,91
A5	10	15	4	1	0	124	4,13	9	15	5	1	0	122	4,06	101,63
A6	15	11	2	2	0	129	4,3	15	12	3	0	0	132	4,4	97,72

Sumber : Analisis Data Primer Diolah, 2023

Keterangan :

A3 : Aroma bawang merah yang sangat menyengat

A4 : Warna umbi bawang merah yang cerah dan menarik

A5 : Kebersihan kulit bawang merah terjamin

A6 : Ukuran umbi bawang merah sangat besar

Atribut ketiga yaitu atribut aroma bawang merah yang sangat menyengat dinilai sangat puas oleh 9 responden, dinilai puas oleh 15 responden, cukup puas oleh 6 responden dan memiliki nilai rata-rata kepuasan sebesar 4,1. Didapatkan bahwa kepentingan konsumen mempunyai nilai rata-rata 3,8 dengan 5 responden menilai sangat penting, 14 responden menilai penting, dan 11 responden menilai cukup penting. Dari kedua penilaian ini maka atribut A3 memiliki nilai kesesuaian sebesar 107,89%.

Atribut keempat yaitu atribut warna umbi bawang merah yang cerah dan menarik dinilai sangat puas oleh 13 responden, dinilai puas oleh 12 responden, cukup puas oleh 5 responden dan memiliki nilai rata-rata kepuasan sebesar 4,26. Didapatkan bahwa kepentingan konsumen mempunyai nilai rata-rata 4,06 dengan 9 responden menilai sangat penting, 15 responden menilai penting, 5 responden menilai cukup penting. Dari kedua penilaian ini maka atribut A4 memiliki nilai kesesuaian sebesar 104,91%.

Atribut kelima yaitu kebersihan kulit bawang merah terjamin dinilai sangat puas oleh 10 responden, dinilai puas oleh 15 responden, cukup puas oleh 4 responden, tidak puas oleh 1 responden dan memiliki nilai rata-rata kepuasan sebesar 4,13. Didapatkan bahwa kepentingan konsumen mempunyai nilai rata-rata 4,06 dengan 9 responden menilai sangat penting 15 responden menilai penting, 5 responden menilai cukup penting dan 1 responden menilai tidak penting. Dari kedua penilaian ini maka atribut A5 memiliki nilai kesesuaian sebesar 101,63%.

Atribut keenam yaitu atribut ukuran umbi bawang merah sangat besar dinilai sangat puas oleh 15 responden, dinilai puas oleh 11 responden, cukup puas oleh 2 responden, tidak puas oleh 2 responden dan memiliki nilai rata-rata kepuasan sebesar 4,3. Didapatkan bahwa kinerja perusahaan mempunyai nilai rata-rata 4,4 dengan 15 responden menilai sangat penting, 12 responden menilai penting, 3 responden menilai cukup penting. Dari kedua penilaian ini maka A6 memiliki nilai kesesuaian sebesar 97,72%.

3 Dimensi Durability

Tabel 3. Kepentingan Konsumen dan kepuasan konsumen pada Dimensi Durability

Atribut	Penilaian kepuasan (Xi)							Penilaian kepentingan (Yi)							Kesesuaian (Tki) (%)
	SP	P	CP	TP	STP	Σ	Rata-rata	Sp	P	CP	TP	STP	Σ	Rata-rata	
A7	6	13	10	1	0	114	3,8	20	7	3	0	0	137	4,56	83,21

A8	5	13	11	1	0	112	3,73	15	13	2	0	0	133	4,43	84,21
----	---	----	----	---	---	-----	------	----	----	---	---	---	-----	------	-------

Sumber : Analisis Data Primer Diolah,2023

Keterangan :

A7 : Tekstur umbi bawang merah yang tidak mudah rusak

A8 : Daya tahan bawang merah terhadap suhu dan cuaca

Atribut ketujuh yaitu atribut tekstur umbi bawang merah yang tidak mudah rusak dinilai sangat puas oleh 6 responden, dinilai puas oleh 13 responden, cukup puas oleh 10 responden, tidak puas oleh 1 responden dan memiliki nilai rata-rata kepuasan sebesar 3,8. Didapatkan bahwa kepentingan konsumen mempunyai nilai rata-rata 4,56 dengan 20 responden menilai sangat penting, 7 responden menilai penting, dan 3 responden cukup penting. Dari kedua penilaian ini maka atribut A7 memiliki nilai kesesuaian sebesar 83,21%

Atribut kedelapan yaitu atribut daya tahan bawang merah terhadap suhu dan cuaca dinilai sangat puas oleh 5 responden, dinilai puas oleh 13 responden, dinilai cukup puas oleh 11 responden, tidak puas oleh 1 responden dan memiliki nilai rata-rata kepuasan sebesar 3,78. Didapatkan bahwa kepentingan konsumen mempunyai nilai rata-rata 4,43 dengan 15 responden menilai sangat penting, 13 responden menilai penting dan 2 responden menilai cukup penting. Dari kedua penilaian ini maka atribut A8 memiliki nilai kesesuaian sebesar 84,21%.

4 Dimensi Serviceability

Tabel 4. Kepentingan Konsumen dan kepuasan konsumen pada Dimensi Serviceability

Atribut	Penilaian kepuasan (Xi)							Penilaian kepentingan (Yi)							Kesesuaian (Tki) (%)
	SP	P	CP	TP	STP	Σ	Rata-rata	Sp	P	CP	TP	STP	Σ	Rata-rata	
A9	19	11	0	0	0	139	4,63	20	9	1	0	0	139	4,63	1
A10	16	12	2	0	0	134	4,46	19	11	0	0	0	139	4,63	96,40

Sumber : Analisis Data Primer Diolah,2023

Keterangan :

A9 : Pelayanan yang diberikan ramah dan tidak bertele-tele

A10 : keterjaminan produk bawang merah aman ketika dikonsumsi

Atribut kesembilan yaitu atribut pelayanan yang diberikan ramah dan tidak bertele-tele dinilai sangat puas oleh 19 responden, dinilai puas oleh 11 responden dan memiliki nilai rata-rata kepuasan sebesar 4,63. Didapatkan bahwa kepentingan konsumen mempunyai nilai rata-rata 4,63 dengan 20 responden menilai sangat penting, 9 responden menilai penting dan 1 responden menilai cukup penting. Dari kedua penilaian ini maka atribut A9 memiliki nilai kesesuaian sebesar 1%.

Atribut kesepuluh yaitu atribut keterjaminan produk bawang merah aman ketika dikonsumsi dinilai sangat puas oleh 16 responden, dinilai puas oleh 12 responden, cukup penting oleh 2 responden dan memiliki nilai rata-rata kepuasan sebesar 4,46. Didapatkan bahwa kepentingan konsumen mempunyai nilai rata-rata 4,63 dengan 19 responden menilai sangat penting, 11

responden menilai penting. Dari kedua penilaian ini maka atribut A10 memiliki nilai kesesuaian sebesar 96,40%.

Analisis Kuadran

Analisis kuadran merupakan alat analisis lain yang digunakan untuk mengukur tingkat kinerja suatu perusahaan dengan cara yang lebih spesifik. Hasil pengukuran berdasarkan dari hasil tingkat kepentingan dan kepuasan yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan untuk melakukan perbaikan-perbaikan terhadap atribut-atribut apa saja yang dianggap paling penting dengan tujuan kepuasan konsumen. Analisis kuadran ini menggunakan diagram kartesius yang telah terlampir pada gambar 2.

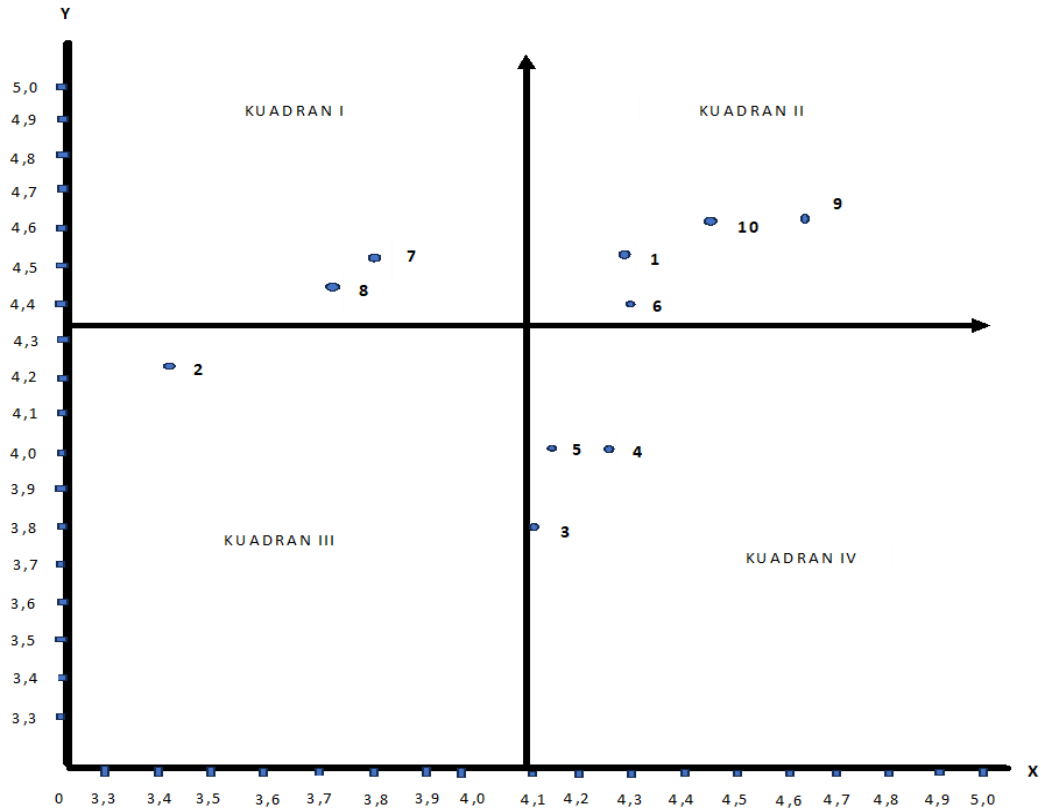
Hasil dari analisis kuadran ini menunjukkan bahwa letak kinerja atribut- atribut produk yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen di kebun praktek Universitas Nusa Nipa terbagi menjadi empat bagian atau empat kuadran. Hasil dari keempat kuadran ini dapat diketahui atribut-atribut apa saja yang masuk dalam kuadran prioritas utama yang harus diperbaiki, kuadran pertahankan prestasi, serta kuadran prioritas perbaikan rendah. Langkah awal yang dilakukan untuk menentukan letak atribut-atribut tersebut adalah menentukan nilai rata-rata dari tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pada masing-masing atribut, dimana tingkat kepentingan dinotasikan dengan huruf Y dan tingkat kepuasan dinotasikan dengan huruf X. Langkah selanjutnya yaitu memplotkan nilai-nilai tersebut kedalam diagram kartesius. Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan skor rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan secara keseluruhan.

Tabel 5. Perhitungan Rata-rata Skor Kepentingan Konsumen dan kepuasan konsumen

No	Atribut	X_i	Y_i	\bar{X}	\bar{Y}
1	Rasa bawang merah yang gurih dan pedas	129	137	4,3	4,56
2	Harga bawang merah murah tetapi kualitasnya tinggi	103	127	3,43	4,23
3	Aroma bawang merah yang sangat menyengat	123	114	4,1	3,8
4	Warna umbi bawang merah yang cerah dan menarik	128	122	4,26	4,06
5	Kebersihan kulit bawang merah terjamin	124	122	4,13	4,06
6	Ukuran umbi bawang merah yang sangat besar	129	132	4,3	4,4
7	Tekstur umbi bawang merah yang tidak mudah rusak	114	137	3,8	4,56
8	Daya tahan bawang merah terhadap suhu dan cuaca	112	133	3,73	4,43
9	Pelayanan yang diberikan ramah dan tidak bertele-tele	139	139	4,63	4,63
10	Keterjaminan produk aman ketika dikonsumsi	134	139	4,46	4,63
Jumlah		1.235	1.302	41,14	43,36
Rata-rata		123,5	130,2	4,11	4,34

Sumber : Analisis Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan table di atas, didapatkan perhitungan hasil dari rata-rata tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan yaitu sebesar 4,11 dan 4,34. Kedua nilai ini digunakan untuk memotong garis lurus pada sumbu horizontal dan sumbu vertikal. Sumbu horizontal merupakan sumbu yang mencerminkan tingkat kepuasan pada atribut, sedangkan untuk sumbu vertikal mencerminkan tingkat kepentingan dari atribut produk. Pada masing- masing atribut selanjutnya akan diplotkan kedalam diagram kartesius yang secara lengkap dapat dilihat pada gambar dibawah ini



Gambar 4.2. Diagram IPA (Importance Performance Analysis)

Berdasarkan gambar 2 diatas, menunjukkan letak hasil analisis IPA dari setiap atribut produk cabai keriting yang telah diplotkan. Diagram tersebut terbagi menjadi empat kuadran yaitu kuadran I, II, III, dan IV :

1) Kuadran I (Prioritas Utama)

Menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen atau pembeli untuk produk bawang merah, dimana kuadran ini perlu diprioritaskan penanganannya oleh pengelola kebun, karena keberadaan atribut inilah yang dinilai sangat penting oleh konsumen atau pembeli, sedangkan tingkat kepuasan yang diberikan pengelola masih belum memuaskan. Atribut- atribut yang terdapat pada kuadran ini adalah atribut tekstur umbi bawang merah yang tidak mudah rusak dan daya tahan bawang merah terhadap suhu dan cuaca.

2) Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen atas pembelian bawang merah dimana dalam kuadran ini perlu dipertahankan oleh pengelola

kebun. Atribut-atribut ini dirasakan penting dan telah sesuai dengan apa yang dirasakan oleh pelanggan. Pada kuadran ini, perlu diperhatikan, yaitu rasa bawang merah, ukuran umbi bawang merah, pelayanan yang diberikan dan keterjaminan produk. Kepuasan pelanggan akan kualitas pelayanan yang diberikan ini hendaknya selalu dipertahankan bahkan lebih ditingkatkan lagi. Peningkatan kualitas pelayanan ini dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang lebih optimal serta penambahan fasilitas yang lebih baik.

3) Kuadran III (Prioritas Rendah)

Menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen atau pembeli dimana dalam kuadran ini masih dianggap kurang penting bagi konsumen dalam pembelian produk bawang merah. Atribut yang terdapat dalam kuadran ini adalah harga bawang merah yang ditawarkan murah tetapi kualitasnya tinggi. Atribut yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat kepuasan yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi konsumen, sehingga pihak pengelola tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada atribut tersebut. Namun hal ini masih diabaikan oleh konsumen karena mereka sudah tahu bahwa tanpa memperhatikan kualitas produk sekalipun mereka tetap membeli bawang merah, sebab mereka tahu manfaat bawang merah yang ditawarkan sudah baik dan bagus.

4) Kuadran IV (Berlebihan)

Atribut-atribut yang terdapat pada kuadran ini adalah atribut aroma bawang merah, warna umbi bawang merah, kebersihan kulit bawang merah. Atribut tersebut mempunyai tingkat kepentingan yang rendah, tetapi memiliki tingkat pelaksanaan kinerja tinggi. Atribut tersebut hanya perlu untuk dipertahankan supaya dapat berdampak positif bagi kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tingkat kepuasan pelanggan di Kebun Praktek Universitas Nusa Nipa dapat dikatakan memuaskan. Hal tersebut didukung dari hasil crosstab pada masing-masing atribut, perhitungan indeks kepuasan pelanggan serta plot pada diagram kartesius. Keseluruhannya mengindikasikan bahwa pelanggan merasa puas membeli bawang merah di Kebun Praktek Universitas Nusa Nipa. Hasil analisis kepuasan konsumen di Kebun Praktek Universitas Nusa Nipa secara keseluruhan pelanggan telah merasa puas.

4.2.1 Uji Customer Satisfaction Index (CSI)

Tabel 6. Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

No	Atribut	MSS	MIS	WF%	WS
1	Rasa bawang merah yang gurih dan pedas	4,3	4,56	10,52	0,45
2	Harga bawang merah murah tetapi kualitasnya tinggi	3,43	4,23	9,76	0,33
3	Aroma bawang merah yang sangat menyengat	4,1	3,8	8,77	0,35
4	Warna umbi bawang merah yang cerah dan menarik	4,26	4,06	9,37	0,39
5	Kebersihan kulit bawang merah terjamin	4,13	4,06	9,37	0,38
6	Ukuran umbi bawang merah yang sangat besar	4,3	4,4	10,15	0,43
7	Tekstur umbi bawang merah yang tidak mudah rusak	3,8	4,56	10,52	0,39
8	Daya tahan bawang merah terhadap suhu dan	3,73	4,43	10,22	0,38

	cuaca				
9	Pelayanan yang diberikan ramah dan tidak bertele-tele	4,63	4,63	10,68	0,49
10	Keterjaminan produk aman ketika dikonsumsi	4,46	4,63	10,68	0,47
Jumlah		41,14	43,36	100,04	4,06
CSI		0,812 (81,2%)			

Sumber : Analisis Data Primer Diolah, 2023

Pada tabel 6 peneliti mengkalkulasikan WF (Weight Factor) dan WS (Weight Score) dengan mengikuti panduan dan rumus CSI (Customer Satisfaction Index) dalam buku karya Freddie Rangkuti. Hasil pada tabel ini menunjukkan bahwa perhitungan CSI pada konsumen bawang merah di Kebun Praktek Universitas Nusa Nipa adalah sebesar 0,812 (81,2%). Jika diperhatikan nilai CSI yang diperoleh tersebut berada pada rentang indeks kepuasan 0,81 – 1,00 yang berarti tingkat kepuasan konsumen produk bawang merah ada pada tingkat sangat puas terhadap kinerja atribut–atribut produk bawang merah di Kebun Praktek Universitas Nusa Nipa. Walaupun pada perhitungan diatas dengan nilai indeks kepuasan yang termasuk dalam kriteria sangat puas, hal ini bukan berarti bahwa tidak ada perbaikan kinerja yang harus dilakukan oleh pihak manajemen. Perbaikan kinerja perusahaan harus dilakukan secara terus menerus untuk menjaga eksistensi, tetap mampu bersaing dan mampu memberikan kepuasan kepada para konsumen bawang merah di Kebun Praktek Universitas Nusa Nipa.

4.2.2 Analisis Efisiensi Biaya Produksi

Hasil penelitian dan pembahasan merupakan gambaran tentang hasil yang diperoleh dalam penelitian atas variabel penelitian. Dalam penelitian ini juga termasuk data atas keterangan yang terkait dengan laporan keuangan perusahaan. Sesuai dengan permasalahan dan perumusan efisiensi biaya produksi dalam meningkatkan laba di Kebun Praktek Universitas Nusa Nipa, dengan teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif yang mengacu pada keadaan perusahaan dalam efisiensi biaya produksi untuk meningkatkan laba perusahaan. Data yang diperoleh merupakan data kondisi keuangan di Kebun Praktek Universitas Nusa Nipa tahun 2023.

Efisiensi biaya produksi adalah bagaimana sumber-sumber daya (input) digunakan dengan baik dan benar tanpa adanya pemborosan biaya dalam proses produksi dalam menghasilkan output. Efisiensi biaya produksi adalah rasio dengan cara membandingkan realisasi biaya produksi dengan anggaran biaya produksi. Sesuai dengan teori Robert dan Vijay Govindarajan (2012, 174) :

$$Efisiensi\ Biaya\ \text{Produksi} = \frac{Realisasi\ Biaya}{Anggaran}$$

Berikut ini adalah perhitungan realisasi biaya produksi dan anggaran biaya produksi untuk melihat efisiensi biaya produksi bawang merah di kebun praktek Universitas Nusa Nipa tahun 2023. Secara skematis perhitungan harga biaya produksi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 7. Perhitungan biaya produksi

Uraian	R
Biaya	R
Biaya pokok	<u>Rn</u>
	Rn

Tabel 8. Realisasi biaya produksi dan anggaran biaya produksi bawang merah di kebun praktek Universitas Nusa Nipa tahun 2023.

Tahun	Realisasi Biaya Produksi	Anggaran Biaya Produksi	% Efisiensi Biaya Produksi
2023	100.000.000	120.000.000	83,33 %

Sumber Data: Data Diolah

Menurut Nilisye (2013) menyimpulkan bahwa efisiensi biaya produksi adalah bagaimana sumber-sumber daya (input) digunakan dengan baik dan benar tanpa adanya pemborosan biaya dalam proses produksi dalam menghasilkan output.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa presentase efisiensi biaya produksi tahun 2023 sebesar 83,33%. Realisasi biaya produksi di atas dapat dikatakan efisien karena jumlah biaya produksi yang harus dikeluarkan sebenarnya lebih kecil dari pada anggarannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian Analisis Kepuasan Konsumen Dan Efisiensi Biaya Usahatani Bawang Merah (*Allium Ascalonicum L.*) Di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa, maka diperoleh kesimpulan yaitu

1. Perhitungan CSI pada konsumen bawang merah adalah sebesar 0,812 (81,2%). Jika diperhatikan nilai CSI yang diperoleh tersebut berada pada rentang indeks kepuasan 0,81 – 1,00 yang berarti tingkat kepuasan konsumen produk bawang

merah ada pada tingkat sangat puas terhadap kinerja atribut-atribut produk bawang merah di Kebun Praktek Universitas Nusa Nipa.

- Presentase efisiensi biaya produksi tahun 2023 sebesar 83,33%. Realisasi biaya produksi di atas dapat dikatakan efisien karena jumlah biaya produksi yang harus dikeluarkan sebenarnya lebih kecil dari pada anggarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- AAK. (1998). *Pedoman Bertanam Bawang*. Yogyakarta: Kanisius.
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : ALFABETA
- Agustina, Shinta. 2011. *Ilmu Usaha Tani*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Indonesia Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Indonesia. Indonesia.
- Dharmmesta dan Handoko. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPPFE
- Japutra, 2008, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Sinar Lestari Mestika di Pekanbaru*. Skripsi, UNRI Pers Pekanbaru.
- Kotler dan Amstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2* PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Ni Komang Maya Gita Smara, dkk. (2017). Peranan Penyuluh Pertanian Lapangan Dalam Pembuatan Pupuk Organik Padat (Kasus pada Kelompok Ternak Putra Kertha Santhi, Lingkungan Kebon, Kelurahan Baler Bale Agung, Kecamatan Negara, Kabupaten Jembrana. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata Universitas Udayana*, 6(1), 17-27. <https://doi.org/10.24843/JAA.2017.v06.i01.p02>
- Nufian dan Wayan Weda, 2018, *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Malang: UB Press, 2018), hlm. 49.
- Nuraini, R. (2022). *Metodologi Penelitian*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Peraturan Menteri Pertanian Nomor 82/Permentan/OT.140/8/2013 tentang Pedoman Pembinaan Pertanian
- Purwati, E. (2009). Peningkatan Produktivitas Tanaman Tomat dengan Benih Hibrida. *Jurnal Hortikultura*, 19(2), 123-130.
- Rachmatika, I., et al. (2017). Peningkatan Kualitas Buah Tomat dengan Kriteria Kekerasan Buah yang Tinggi. *Jurnal Hortikultura*, 27(1), 45-52.
- Relamareta. N, 2011. Hubungan Antara Peran kelembagaan Kelompok Tani Dengan Pengembangan Usaha Anggota. Skripsi
- Ridwansyah, R. (2019). Peranan Kelompok Tani Dalam Peningkatan Produktivitas Usahatani Padi Sawah, Desa Marunggi, Kecamatan Pariaman Selatan, Kota Pariaman, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Skripsi. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Islam Riau.
- Semiawan (2010), *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta : PT Grasimdo, hlm.112.
- Sianturi, N. L. M. (2019). Peran Penyuluh dalam Pengembangan Kelompok Tani Di Kecamatan Ulu Burumun, Kabupaten Padang Lawas, Provinsi Sumatra Utara. Skripsi, Politeknik Pembangunan Pertanian Medan