



Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Bawang Merah Organik (*Allium Ascalonicum L*) di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa

Sr. Maria Herlina Rina

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

Abstract

Received: 4 Januari 2024
Revised: 17 Januari 2024
Accepted: 29 Januari 2024

Consumer satisfaction is the perceived result of using products and services that equals or exceeds desired expectations. To create customer satisfaction, companies must create and manage a system to obtain more customers with the ability to retain customers. The aim of this research is to determine the level of consumer satisfaction of organic shallots in practice gardens, Faculty of Agricultural Food Technology and Fisheries, Nusa Nipa University. Sampling was taken using the Accidental Sampling method. Sampling technique based on chance. The number of samples in this study was 30 people. The collected data was analyzed using a descriptive method which was carried out to determine the existence of independent variables, either only on one variable or more without making comparisons or connecting them with other variables. Also uses the Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI) analysis methods. The research results showed that the consumer satisfaction index value was 0.91 or 91%, where this value was in the range 0.81–1.00. According to testing rules, the overall level of satisfaction is obtained with a result of 0.51 – 1.00. then accept H1, which means consumers are satisfied with the level of performance on the attributes provided by the practice garden of the Faculty of Food, Agriculture and Fisheries Technology as a whole.

Keywords: Shallots, Consumer Satisfaction

(*) Corresponding Author: mariaherlinarina88@gmail.com

How to Cite: Rina, S. M. (2024). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Bawang Merah Organik (*Allium Ascalonicum L*) di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(6), 1056-1070. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11077211>

PENDAHULUAN

Salah satu pangan organik yang dikenal sebagai pelengkap kebutuhan makan dan obat adalah bawang merah. Beberapa ribu tahun yang lalu, bawang merah sudah dikenal dan digunakan masyarakat, terutama untuk obat (Wibowo, 2008). Bawang merah berasal dari Asia atau Mediterania. Bawang merah dibedakan atas bawang merah (*Allium Cepa*), bawang merah Shallot (*Allium ascalonicum*) dan bawang bakung (*Allium fistulosum*). Ketiga Jenis bawang merah ini berasal dari daerah tropika di Asia. Provinsi Nusa Tenggara Timur memiliki beberapa daerah yang membudidayakan bawang merah untuk memenuhi kebutuhan konsumsi bawang merah, salah satu contoh Kabupaten yang melakukan usaha tani bawang merah adalah Kabupaten Sikka. Dengan luas lahan pada tahun 2019 adalah 26 ha dimana



hasil produksinya 1204 ton (Badan Pusat Penelitian Statistik 2020). Keunggulan bawang merah dibanding dengan komoditas pertanian lain adalah mempunyai daya simpan lebih lama. Konsumsi dalam negeri yang belum bisa dicukupi dan keuntungan yang memberikan peluang membuat usaha ini banyak digeluti para petani (Sitanggang, 2011). Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian dan Perikanan Unipa Maumere merupakan salah satu lokasi praktek bagi mahasiswa pertanian yang berlokasi di Jalan Litbang, Kelurahan Kota Uneng, Kecamatan Alok, Kabupaten Sikka dan juga merupakan kebun contoh yang digunakan untuk memproduksi tanaman hortikultura dengan menggunakan pupuk organik. Pesatnya perkembangan bisnis tanaman hortikultura organik tentu sangat berpengaruh pada tingkat persaingannya. Salah satu cara agar pelaku bisnis dapat bertahan dalam persaingan adalah menciptakan kepuasan konsumen. Penilaian konsumen terhadap atribut produk hortikultura serta kepuasan konsumen terhadap produk yang dibeli menjadi penting bagi perusahaan. Konsumen akan merasa puas jika yang diinginkan dari suatu produk terpenuhi. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen bawang merah organik di kebun praktek, Fakultas Tegnologi Pangan Pertanian Dan Perikanan Universitas Nusa Nipa, maka peril dilakukan penelitian Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Bawang Merah (*Allium Cepa Var. Ascalonicum*) Organik Di Kebun Praktek, Fakultas Tegnologi Pangan, Pertanian Dan Perikanan Universitas Nusa Nipa

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

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

Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan 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 kriterianya adalah orang tersebut merupakan konsumen yang sedang atau pernah membeli produk tanaman organik bawang merah produksi kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian Dan Perikanan Universitas Nusa Nipa minimal 2 kali selama 1 bulan terakhir dan bersedia diwawancara di tempat atau melalui telepon.

Terdapat beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang mempengaruhi konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi Bawang Merah organik. yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengonsumsi bawang merah organik. Jumlah sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah 30 responden.

Jenis dan Sumber Data

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang memerlukannya. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran

kuesioner kepada responden.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari peneliti terdahulu, dinas atau instansi yang terkait. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau laporan-laporan penelitian terdahulu. Sumber data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari buku referensi, internet dan lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dan instrumen pengumpul data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya, dan apa alat yang digunakan. Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode menunjuk pada suatu cara sehingga dapat diperlihatkan penggunaannya melalui angket, kuesioner, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi dan lain sebagainya. Instrumen pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Karena berupa alat, maka instrument dapat berupa lembar cek list, kuesioner (angket terbuka/tertutup), pedoman wawancara dan lainnya.

Metode Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis ini merupakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat dan hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Importance Performance Analysis (IPA)

Supranto (2011) mengatakan Important Performance Analysis (IPA) merupakan dasar bagi manajemen dalam pengambilan keputusan tentang tindakan apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki kinerja perusahaan demi meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dapat diketahui dengan melakukan perbandingan antara skor total tingkat kinerja (Xi) dan total skor tingkat kepentingan (Yi), yang dinyatakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Tki = Tingkat kesesuaian.
- Xi = Total skor penilaian kinerja perusahaan
- Yi = Total skor penilaian kepentingan pelanggan

Setelah diketahui tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan setiap peubah untuk seluruh responden, langkah berikutnya adalah memetakan hasil perhitungan yang telah didapat ke dalam diagram kartesius. Untuk menyederhanakan angka- angka dalam diagram kartesius dapat dilakukan dengan

cara membagi total skor tingkat kepentingan dengan total responden yang dinotasikan dengan Y_i dan X_i merupakan hasil pembagian total skor tingkat kepuasan dengan total responden.

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

Keterangan :

X_i = Skor rata-ran setiap peubah i pada tingkat kinerja.

Y_i = Skor rata-ran setiap peubah i pada tingkat kepentingan.

$\sum X_i$ = Total skor setiap peubah i pada tingkat pelaksanaan dari seluruh responden.

$\sum Y_i$ = Total skor setiap peubah i pada tingkat kepentingan dari seluruh responden.

Diagram kartesius adalah diagram yang terdiri dari empat bagian yang dibatasi oleh dua (x, y). Rumusnya adalah :

$$\bar{x} = \frac{\sum^n \bar{x}_i}{k} \quad \text{dan} \quad \bar{y} = \frac{\sum^n \bar{y}_i}{k}$$

Keterangan :

x = Rataan dari total rata-ran bobot tingkat pelaksanaan.

y = Rataan dari total rata-ran bobot tingkat kepentingan

k = Jumlah peubah yang ditetapkan

Diagram kartesius terbagi empat kuadran masing-masing kuadran menggambarkan keadaan yang berbeda-beda:

\bar{y}_i	(kepentingan) Prioritas utama A	Pertahankan Prestasi B
\bar{y}	Prioritas Rendah C	Berlebihan D
(0,0)	\bar{x}	\bar{x}_i (Kinerja)

Keterangan :

- Kuadran I (prioritas utama) kuadran ini merupakan wilayah yang memuat peubah dengan tingkat kepentingan tinggi, tetapi memilih tingkat kinerja rendah. Peubah-peubah yang masuk kuadran ini harus ditingkatkan kinerjanya.
- Kuadran II (pertahankan prestasi) faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap pelanggan sudah sesuai dengan apa yang dirasakannya, sehingga tingkat kepuasan relatif lebih tinggi.

- c. Kuadran III (prioritas rendah) kuadran ini merupakan wilayah yang memuat peubah dengan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja rendah.
- d. Kuadran IV (berlebihan) faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Peubah-peubah yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi.

Consumer Satisfaction Index (CSI)

- 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-I.

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

- 2) Menghitung *Weighted Score* (WS) yaitu bobot perkalian antara WF dengan rata tingkat kinerja atau *Mean Satisfaction Score* (MSS)

$$WS = MSS \times WF$$

- 3) Menghitung *Weighted Average 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 Average Total* (WAT) dibagi *Highest Scale* (HS).

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

Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen. Adapun kriterianya adalah sebagai berikut:

- a) 0,00–0,34 = Sangat Tidak Puas
- b) 0,35–0,50 = Tidak Puas
- c) 0,51–0,65 = Cukup Puas
- d) 0,66–0,80 = Puas
- e) 0,81–1,00 = Sangat Puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Importance Performance Analysis

Analisis ini digunakan untuk mengetahui kesenjangan antara tingkat kepentingan dengan kinerja kualitas produk bawang merah organik.

- a. Analisis Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah perbandingan skor kinerja atau pelaksanaan dengan skor kepentingan menurut perspektif konsumen yang membeli produk bawang merah di kebun praktek unipa. Tingkat kesesuaian inilah yang menentukan urutan prioritas faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen pada produk bawang merah yang dibeli. Dari hasil penelitian tingkat kepentingan kualitas produk bawang merah dan tingkat kinerja kualitas produk bawang merah menurut perspektif pembeli atau konsumen dapat disajikan pada table penilaian tingkat kesesuaian di bawah ini :

- 1) Kinerja (*Performance*)

Tabel 1. Penilaian Tingkat Kesesuaian Terhadap FaktorFaktor yang Mempengaruhi Kepuasan konsumen atas produk bawang merah

No	Pernyataan	Xi Penilaian Kinerja						Yi Penilaian Kepentingan						Tki %
		SP	P	N	TP	STP	Skor	SP	P	N	TP	STP	Skor	
1	Performance (Kinerja) Kualitas merupakan prioritas	5	20	4	1	-	119	17	11	2	-	-	135	88,14
2	Produk sangat aman untuk di konsumsi	-	22	4	3	1	107	5	20	4	1	-	118	90,67

Sumber : Hasil Kuesioner, 2024

Keterangan : Angka 119 = $(5 \times 5) + (20 \times 4) + (4 \times 3) + (1 \times 2)$

Angka 135 = $(17 \times 5) + (11 \times 4) + (2 \times 3)$

Angka 107 = $(22 \times 4) + (4 \times 3) + (3 \times 2) + (1 \times 1)$

Angka 118 = $(5 \times 5) + (20 \times 4) + (4 \times 3) + (1 \times 2)$

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut kualitas merupakan prioritas mempunyai tingkat kesesuaian sebesar 88,14%, hal ini berarti bahwa ditinjau dari kualitas merupakan prioritas produk bawang merah di kebun praktek memenuhi 90,67 % dari yang diharapkan konsumen atau pembeli.

2) Keistimewaan (Features)

Tabel 2. Penilaian Tingkat Kesesuaian Terhadap FaktorFaktor yang Mempengaruhi Kepuasan konsumen atas produk bawang merah

No	Pernyataan	Xi Penilaian Kinerja						Yi Penilaian Kepentingan						Tki %
		SP	P	N	TP	STP	Skor	SP	P	N	TP	STP	Skor	
1	Keistimewaan (Features) Selalu tersedia sesuai kebutuhan	12	16	2	-	-	128	-	22	4	3	1	107	119,62
	Produk Tahan Lama	-	22	4	3	1	140	12	16	2	-	-	130	107,69

Sumber : Hasil Kuesioner, 2024

Keterangan : Angka 128 = $(12 \times 5) + (16 \times 4) + (2 \times 3)$

Angka = 107 $(22 \times 4) + (4 \times 3) + (3 \times 2) + (1 \times 1)$

Angka = 140 $(22 \times 4) + (16 \times 3) + (3 \times 2) + (1 \times 1)$

Angka = 130 $(12 \times 5) + (16 \times 4) + (2 \times 3)$

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut Selalu tersedia sesuai kebutuhan mempunyai tingkat kesesuaian sebesar 119,62%, hal ini berarti bahwa tingkat kepuasan konsumen mencapai 119,62% dari yang diharapkan konsumen dalam hal Selalu tersedia sesuai kebutuhan.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut Produk Tahan Lama mempunyai tingkat kesesuaian sebesar 107,69%, hal ini berarti tingkat kepuasan konsumen mencapai 107,69 % dari yang diharapkan konsumen dalam hal Produk Tahan Lama untuk produk bawang merah yang dihasilkan di kebun praktek.

3) **Kehandalan (Reliability)**

Tabel 3. **Penilaian Tingkat Kesesuaian Terhadap FaktorFaktor yang Mempengaruhi Kepuasan konsumen atas produk bawang merah**

No	Pernyataan	Xi						Yi						Tki
		Penilaian Kinerja						Penilaian Kepentingan						
		SP	P	N	TP	STP	Skor	SP	P	N	TP	STP	Skor	%
	Kehandalan (Reliability)													
1	Produk yang terpercaya	-	1	4	19	6	60	-	-	-	11	19	41	146,34
2	produk tidak mudah rusak	-	1	3	13	16	55	-	1	-	13	16	48	114,58

Sumber : Hasil Kuesioner, 2024

Keterangan : Angka = $60 (1 \times 4) + (4 \times 3) + (19 \times 2) + (6 \times 1)$

Angka = $41 (11 \times 2) + (19 \times 1)$

Angka = $55 (1 \times 4) + (3 \times 3) + (13 \times 2) + (16 \times 1)$

Angka = $(1 \times 4) + (13 \times 2) + (16 \times 1)$

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut Produk yang terpercaya mempunyai tingkat kesesuaian sebesar 146,34%, hal ini berarti bahwa ditinjau dari Produk yang terpercaya memenuhi 146,34 % dari yang diharapkan konsumen atau pembeli.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut produk tidak mudah rusak mempunyai tingkat kesesuaian sebesar 114,58%, hal ini berarti tingkat kepuasan pembaca mencapai 114,58% dari yang diharapkan pembaca dalam hal produk tidak mudah rusak.

4) **Kesesuaian (Conformance)**

Tabel 4. **Penilaian Tingkat Kesesuaian Terhadap FaktorFaktor yang Mempengaruhi Kepuasan konsumen atas produk Bawang Merah**

No	Pernyataan	Xi						Yi						Tki
		Penilaian Kinerja						Penilaian Kepentingan						
		SP	P	N	TP	STP	Skor	SP	P	N	TP	STP	Skor	%
	Kesesuaian (Conformance)													
1	Kesesuaian harga dan manfaat yang diperoleh	10	13	-	1	-	103	2	1	10	13	4	78	13,20
2	Kesesuaian produk dan ciri khas	16	13	-	1	-	134	-	22	4	3	1	107	125,23

Sumber : Hasil Kuesioner, 2024

Keterangan : Angka = $103 (10 \times 5) + (13 \times 4) + (1 \times 2)$

Angka =

$(2 \times 5) + (1 \times 4) + (10 \times 3) + (13 \times 2) + (1 \times 1)$

78

$$\text{Angka} = 134 (16 \times 5) + (13 \times 4) + (1 \times 2)$$

$$\text{Angka} = 107 (22 \times 4) + (4 \times 3) + (3 \times 2) + (1 \times 1)$$

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut Kesesuaian harga dengan manfaat yang didapat mempunyai tingkat kesesuaian sebesar 13,20%, hal ini berarti bahwa tingkat kepuasan konsumen atau pembeli mencapai 13,20% dari yang diharapkan konsumen atau pembeli dalam hal Kesesuaian harga produk bawang merah dengan manfaat yang didapat untuk konsumsi.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut Kesesuaian produk dan ciri khas rasa bawang merah mempunyai tingkat kesesuaian sebesar 125,23 %, hal ini berarti tingkat kepuasan konsumen atau pembeli mencapai 125,23% dari yang diharapkan konsumen atau pembeli dalam hal Kesesuaian Kesesuaian produk dan ciri khas rasa bawang merah sebagai bawang merah lokal pada daerah atau wilayah kita

5) Pelayanan (*Serviceability*)

Tabel 5. Penilaian Tingkat Kesesuaian Terhadap FaktorFaktor yang Mempengaruhi Kepuasan konsumen atas produk Bawang Merah

No	Pernyataan	Xi Penilaian Kinerja						Yi Penilaian Kepentingan						Tki %
		SP	P	N	TP	STP	Skor	SP	P	N	TP	STP	Skor	
	Pelayanan (<i>Serviceability</i>)													
1	Pelayanan cepat dan ramah terhadap konsumen	9	24	-	2	-	145	19	13	-	3	-	153	94,77
2	Banyaknya petani bawang merah	12	18	-	5	-	142	16	18	-	1	-	154	92,21

Sumber : Hasil Kuesioner, 2024

Keterangan : $\text{Angka } 145 = (9 \times 5) + (24 \times 4) + (2 \times 2)$

$$\text{Angka } 153 = (19 \times 5) + (13 \times 4) + (3 \times 2)$$

$$\text{Angka } 142 = (12 \times 5) + (18 \times 4) + (5 \times 2)$$

$$\text{Angka } 154 = (16 \times 5) + (18 \times 4) + (1 \times 2)$$

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut Pelayanan cepat dan ramah terhadap konsumen mempunyai tingkat kesesuaian sebesar 94,77%, hal ini berarti bahwa tingkat kepuasan pembaca mencapai 94,77% dari yang diharapkan pembaca dalam hal Pelayanan cepat dan ramah terhadap konsumen.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut Banyaknya petani bawang merah mempunyai tingkat kesesuaian sebesar 92,21%, hal ini berarti tingkat kepuasan pembeli atau konsumen mencapai 92,21% dari yang diharapkan pembeli atau konsumen dalam hal Banyaknya petani bawang merah.

6) Tampilan atau Desain (*Aesthetics*)

Tabel 6. Penilaian Tingkat Kesesuaian Terhadap FaktorFaktor yang Mempengaruhi Kepuasan konsumen atas produk Bawang Merah

No	Pernyataan	Xi	Yi	Tki
----	------------	----	----	-----

	Tampilan atau Desain (Aesthetics)	Penilaian Kinerja					Skor	Penilaian Kepentingan					Skor	%
		SP	P	N	TP	STP		SP	P	N	TP	TP		
1	Warna Produk yang cerah dan menarik	9	22	-	4	-	141	15	-	3	-	149	46,63	
2	Tidak berlubang atau berulat	10	18	-	7	-	136	11	9	-	5	-	141	96,45

Sumber : Hasil Kuesioner, 2024

Keterangan :
 Angka 141 = $(9 \times 5) + (22 \times 4) + (4 \times 2)$
 Angka 149 = $(15 \times 5) + (17 \times 4) + (3 \times 2)$
 Angka 136 = $(10 \times 5) + (18 \times 4) + (7 \times 2)$
 Angka 141 = $(11 \times 5) + (19 \times 4) + (5 \times 2)$

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut Warna Produk yang cerah dan menarik mempunyai tingkat kesesuaian sebesar 94,63%, hal ini berarti bahwa tingkat kepuasan pembeli atau konsumen mencapai 94,63% dari yang diharapkan pembeli atau konsumen dalam hal Warna produk yang cerah dan menarik.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut Tidak busuk atau berulat mempunyai tingkat kesesuaian sebesar 96,45%, hal ini berarti tingkat kepuasan pembeli atau konsumen mencapai 96,45% dari yang diharapkan pembeli atau konsumen dalam hal Tidak busuk atau berulat dijual kepada para konsumen atau pembeli dengan tampilan yang tidak busuk atau berulat.

7) Citra Produk (*Fit and Finish*)

Tabel 7. Penilaian Tingkat Kesesuaian Terhadap FaktorFaktor yang Mempengaruhi Kepuasan konsumen atas produk Bawang Merah

No	Pernyataan	Xi					Skor	Yi					Skor	Tki
		Penilaian Kinerja						Penilaian Kepentingan						
		SP	P	N	TP	STP	SP	P	N	TP	STP	Skor	%	
	Citra produk (<i>Fit and Finish</i>)													
1	Citra produk berkualitas tetap terjaga	14	16	-	5	-	144	13	21	-	1	-	151	95,36
2	Citra produk dapat dinikmati oleh semua kalangan	10	20	-	5	-	140	15	16	-	4	-	147	95,24

Sumber : Hasil Kuesioner, 2024

Keterangan :
 Angka 144 = $(14 \times 5) + (16 \times 4) + (5 \times 2)$
 Angka 151 = $(13 \times 5) + (21 \times 4) + (1 \times 2)$

$$\text{Angka } 140 = (10 \times 5) + (20 \times 4) + (5 \times 2)$$

$$\text{Angka } 147 = (15 \times 5) + (16 \times 4) + (4 \times 2)$$

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut Citra produk berkualitas tetap terjaga mempunyai tingkat kesesuaian sebesar 95,36%, hal ini berarti bahwa tingkat kepuasan pembeli atau konsumen mencapai 95,36% dari yang diharapkan pembacadalam hal Citra produk berkualitas tetap terjaga.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut Citra produk dapat dinikmati oleh semua kalangan mempunyai tingkat kesesuaian sebesar 95,24%, hal ini berarti tingkat kepuasan pembeli atau konsumen mencapai 95,24% dari yang diharapkan pembeli atau konsumen dalam hal Citra produk dapat dinikmati oleh semua kalangan.

b. Penilaian Rata-Rata dari Variabel Penilaian Kinerja dan Penilaian Kepentingan

Berdasarkan penilaian tingkat kesesuaian terhadap faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap bawang merah organik, maka dapat diperoleh penilaian rata-rata variabel dari penilaian kinerja dan penilaian kepentingan terhadap atributatribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap bawang merah organik sebagai berikut: Perhitungan Rata-Rata Skor Kinerja dan Kepentingan/ Harapan Pengunjung dapat dilihat pada table berikut

Tabel 8. Penilaian rata-rata variabel dari penelitian kinerja dan penilaian kepentingan terhadap faktorfaktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap bawang merah organik

Atributatribut Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Bawang Merah Organik	Penilaian Kinerja	Penilaian Kepentingan	\bar{X}	\bar{Y}
Kualitas merupakan prioritas	119	135	3,97	4,5
Produk sangat aman untuk dikonsumsi	107	118	3,56	3,93
Selalu tersedia sesuai kebutuhan	128	107	4,26	3,56
Produk tahan lama	140	130	4,66	4,33
Produk yang terpercaya	60	41	2	1,36
Produk tidak mudah rusak	55	48	1,83	1,6
Kesesuaian harga dan manfaat yang diperoleh	103	78	3,43	2,6
Kesesuaian produk dan ciri khas	134	107	4,46	3,56
Pelayanan cepat dan ramah terhadap konsumen	145	153	4,83	5,1
Banyaknya petani bawang merah	142	154	4,73	5,13
Warna produk yang cerah dan menarik	141	149	4,7	4,96

Tidak berlubang atau berulat	136	141	4,53	4,7
Citra produk berkualitas tetap terjaga	144	151	4,8	5,0
Citra produk dapat dinikmati oleh semua kalangan	140	140	4,66	4,66
Jumlah	1.694	1.652	56,42	53,52
Ratarata (\bar{X}, \bar{Y})	121	118	4,03	3,82

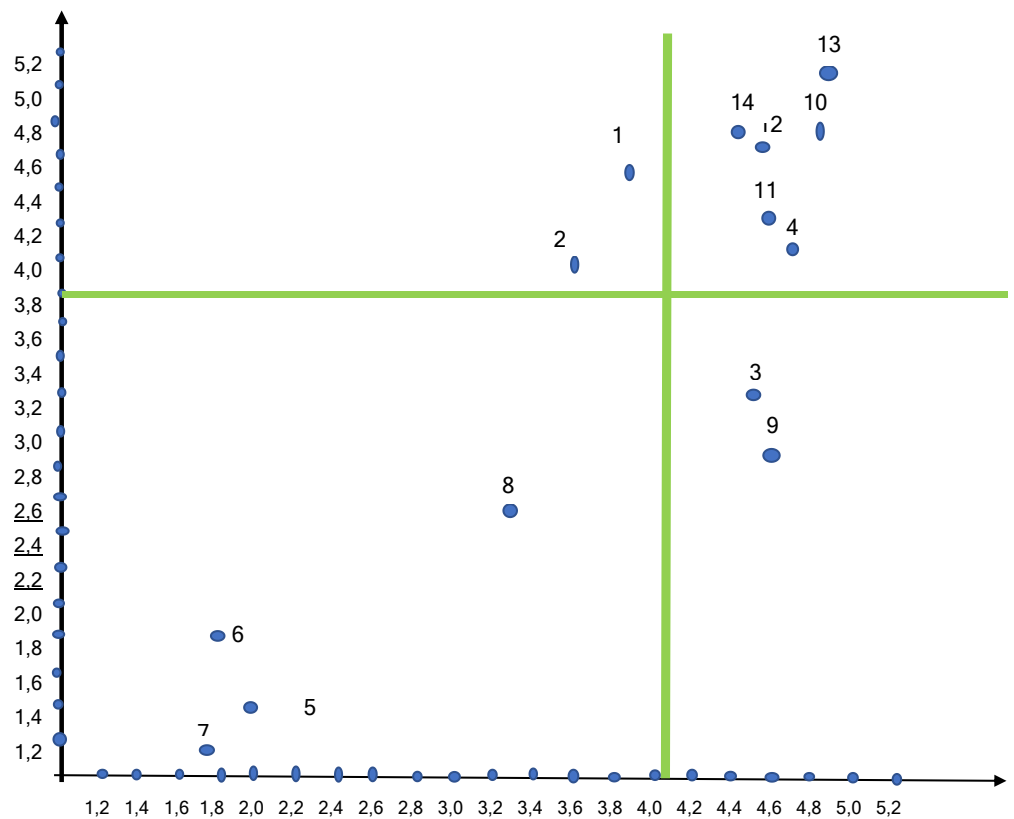
Sumber: Data primer diolah, 2024

\bar{X} \bar{Y} = Ratarata dari 30 orang responden

Penilaian ratarata tersebut akan digunakan untuk penentuan sumbu pemetaan pada diagram kartesius.

Diagram kartesius

Diagram kartesius bertujuan untuk mengetahui posisi tiaptiap atribut dimensi kualitas produk bawang merah. Pada diagram kartesius ini dapat disajikan dengan jelas seluruh atribut dimensi kualitas produk bawang merah berdasarkan tingkat kepentingan yang diharapkan konsumen atau pembeli dan tingkat kinerja produk bawang merah organik.



Keterangan

- | | | | |
|--------------------|---------------------|------------------------|--------------------|
| 1. Kualitas | 5 Terpercaya | 9 Pelayanan cepat | 13 Berkualitas |
| 2. Aman | 6 Tidak rusak | 10 Petani bawang merah | 14 Semuah kalangan |
| 3. Selalu tersedia | 7 Harga | 11 Cerah dan menarik | |
| 4. Tahan lama | 8 Kesesuaian produk | 12 Tidak berlubang | |

Gambar 1. Diagram Kartesius

Dari diagram kartesius di atas, dapat diketahui posisi dari tiap atribut kualitas produk bawang merah organik pada empat kuadran. Adapun tiaptiap kuadran dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. **Kuadran I (Prioritas Utama)**

Menunjukkan Atribut- atribut yang terdapat pada kuadran ini adalah atribut Rasa, harga, Ukuran Buah, Tekstur Kulit, Daya Tahan Suhu atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen atau pembeli untuk produk bawang merah organik, dimana kuadran ini perlu diprioritaskan penanganannya oleh pengelola atau pemilik kebun, karena keberadaan atribut inilah yang dinilai sangat penting oleh konsumen atau pembeli, sedangkan tingkat kinerja yang diberikan pengelola masih belum memuaskan. Untuk kuadran ini tidak ada dimensi dari kepentingan dan kinerja produk yang berhubungan dengan tingkat kepuasan konsumen pada produk bawang merah organik.

2. **Kuadran II (Pertahankan Prestasi)**

Menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen atas pembelian bawang merah dimana dalam kuadran ini perlu dipertahankan oleh pemilik usaha, karena secara umum tingkat kinerja yang diberikan telah sesuai dengan tingkat kepentingan yang diharapkan konsumen atau pembeli. Untuk kuadran ini tidak ada dimensi dari kepentingan dan kinerja produk yang berhubungan dengan tingkat kepuasan konsumen pada produk bawang merah organik.

3. **Kuadran III (Prioritas Rendah)**

Menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen atau pembeli dimana dalam kuadran ini masih dianggap kurang penting bagi konsumen atau pembelian bawang merah organik, sedangkan kualitas kinerja yang diberikan biasa saja. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah : Tidak Mudah Rusak.

Faktor-faktor 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 faktor-faktor tersebut. Namun hal ini masih diabaikan oleh konsumen karena mereka sudah tahu bahwa tanpa memperhatikan kualitas produk sekalipun mereka tetap membeli bawang merah organik, sebab mereka tahu manfaat ditawarkan sudah baik dan bagus.

4. **Kuadran IV (Berlebihan)**

Menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen bawang merah organik, dimana kuadran ini dinilai berlebihan atau sangat memuaskan dalam pelaksanaannya

Kuadran 4 : mempunyai tingkat kepentingan yang rendah, tetapi memiliki tingkat pelaksanaan kinerja tinggi. Atribut tersebut yaitu Kualitas merupakan prioritas, Produk sangat aman untuk dikonsumsi, Selalu tersedia sesuai kebutuhan, Produk tahan lama, Produk yang terpercaya, Kesesuaian harga dan manfaat yang diperoleh, Kesesuaian produk dan ciri khas, Pelayanan cepat dan ramah terhadap konsumen, Banyaknya petani atau kelompok tani bawang merah organik, Warna produk yang cerah dan menarik, Tidak berlubang atau berulat, Citra produk berkualitas tetap terjaga, Citra produk dapat dinikmati oleh semua kalangan oleh karena atribut ini telah memiliki kualitas pelayanan yang dinilai konsumen melebihi harapan maka pihak pengelola tidak perlu khawatir terhadap hal ini. Hanya perlu untuk dipertahankan supaya dapat berdampak positif bagi kepuasan konsumen atau pembeli. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tingkat kepuasan pelanggan di kebun praktek unipas 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 fakultas teknologi pangan pertanian. Kepuasan tersebut tentunya tidaklah sempurna karena masih ada atribut yang mendapatkan penilaian yang kurang memuaskan dari pelanggan. Seperti Produk Tidak Mudah Rusak.

Uji *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk bawang merah di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian pada penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI). Perhitungan dalam *Customer Satisfaction Index* memperhitungkan nilai rata-rata kepentingan suatu atribut dalam menentukan tingkat kinerja atribut tersebut yang nantinya akan memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan total konsumen. Hasil analisis ini akan menggambarkan tingkat kepuasan konsumen pada tahap sangat tidak puas, tidak puas, cukup puas, puas, dan sangat puas. Adapun perhitungan nilai *Customer Satisfaction Index* pada kepuasan konsumen produk bawang merah dapat dilihat pada tabel 4.29 dibawah ini.

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

$$WS = MSS \times WF$$

Tabel 8. Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No	Atribut	MIS	WS
1.	Kualitas merupakan prioritas	,5	0,27 ,03
2.	Produk sangat aman untuk dikonsumsi	3,93	2,24 ,30

3.	Selalu tersedia sesuai kebutuhan	3,56	,5	0,31
4.	Produk tahan lama	4,33	,25	0,38
5.	Produk yang terpercaya	2	,54	0,07
6.	Produk tidak mudah rusak	1,83	,03	0,05
7.	Kesesuaian harga dan manfaat yang diperoleh	3,43	,06	0,02
8.	Kesesuaian produk dan ciri khas	4,46	,07	0,02
9.	Pelayanan cepat dan ramah terhadap konsumen	4,83	,0	0
10.	Banyaknya petani atau kelompok tani tomat	5,13	,38	0,39
11.	Warna produk yang cerah dan menarik	,96	,33	0,39
12.	Tidak berlubang atau berulat	4,7	,02	0,36
13.	Citra produk kualitas tetap terjaga	4,8	,50	0,02
14.	Citra produk dapat dinikmati oleh semua kalangan	4,66	,08	0,03
Jumlah		56,42	8,09	4,55
Customer Satisfaction Index (CSI)			91%	

Sumber : *Data primer diolah, 2024*

Berdasarkan perhitungan CSI pada tabel 4.29 di atas menunjukkan bahwa nilai *Customer Satisfaction Index* adalah 91%. Jika nilai ini didasarkan pada tabel indeks kepuasan konsumen, maka nilai 91% berada pada *range* 0,81–1,00 = Sangat Pua, sehingga nilai ini menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen

bawang merah di kebun praktek untuk atribut-atribut yang diuji dapat dikatakan sangat puas. Dimana kategori ini mendeskripsikan bahwa tingkat kinerja produk bawang merah di kebun praktek melebihi tingkat kepentingan atau harapan konsumen. Hasil yang didapatkan ini mampu menentukan langkah-langkah atau upaya yang ingin dicapai produsen agar konsumen terus merasa puas atau konsumen mampu menerima produk yang ditawarkan dengan sangat baik.

Walaupun pada perhitungan di atas 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 pembeli atau konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian kepuasan konsumen terhadap produk bawang merah di kebun praktek, Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan nilai indeks kepuasan konsumen diperoleh nilai sebesar 0,91 atau 91% dimana nilai ini berada pada *range* 0,81–1,00. Menurut kaidah pengujian menyatakan bahwa jika tingkat kepuasan secara menyeluruh diperoleh dengan hasil sebesar 0,51 – 1,00. maka terima H1, yang artinya konsumen puas dengan tingkat kinerja pada atribut-atribut yang telah disediakan oleh pihak kebun praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Christi Mersilia Tangkulung (2015) *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Organik Di Hypermart Manado [Jurnal]*. Manado: Sosial Ekonomi, Universitas Sam Ratulung.
- Herlita dkk, (2007). Analisis Usahatani Bawang Merah (*allium ascalonicum*) di Desa Sei. Geringging Kecamatan Kampar Kiri Kabupaten Kampar (Jurnal). Riau: Universitas Riau.
- Ida Safitri, Endang Siti Rahayu dan Heru Irianto (2017) *Analisis kepuasan konsumen dalam pembelian beras organik di kota surakarta*. html
- Kotler & Keller (2009) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pitojo, (2003). *Benih Bawang Merah*. Kanisius. Yogyakarta. 82 hal
- Rahim dan Hastuti. (2007). *Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Penebar Swadaya
- Rukmana, 1994). *Bawang Merah Budidaya Dan Pengolahan Pasca Panen*. Kanisius, Jakarta.
- Saragih, (2001). *Agribisnis Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian*. Pustaka Wirausaha Muda. BogorSuara dari Bogor :*Membangun Sistem Agribisnis*. Bogor: Yayasan USESE bekerjasama dengan Sucofindo. Bogor.