

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN CRIPING
SINGKONG PRESTO PAK NUR**

**ANALYSIS OF CONSUMER SATISFACTION IN PURCHASING CRIPING
SINGKONG PRESTO PAK NUR**

¹Daniel Sandi Nugroho¹, Bayu Nuswantara²

**^{1,2} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis. Universitas Kristen Satya
Wacana**

ABSTRACT

Presto Pak Nur Cassava Criping is one of the industries that processes cassava into criping. The amount of cassava criping production at Pak Nur Singkong Criping has decreased in the Covid 19 pandemic era until now. So it is necessary to carry out a consumer satisfaction analysis to determine the level of consumer satisfaction with cassava criping. The purpose of this research is to analyze product importance, level of consumer satisfaction, and attribute position based on the level of consumer interest and producer performance. The method used in this research is descriptive, Customer Satisfaction Index (CSI) analysis and Importance Performance Analysis (IPA) analysis. The attributes used in this research are color, aroma, taste, packaging, labels, texture, social media, direct channels, indirect channels, pricing and discounts. The results of analyzing the level of consumer satisfaction using the Customer Satisfaction Index (CSI) method obtained a score of 72.64%, which shows satisfaction. The attributes that are considered important and must be maintained are taste, packaging, texture, color and aroma. In quadrant II (maintain performance) there are attributes: taste, packaging, texture, color and aroma; while in quadrant III (low priority) there are attributes: labels, social media, direct channels, indirect channels, pricing and discounts.

Keywords: *Criping Singkong Presto Pak Nur, CSI, IPA, Cassava*

INTISARI

Criping Singkong Presto Pak Nur merupakan salah satu industri yang mengolah singkong menjadi criping. Jumlah produksi criping singkong di Criping Singkong Pak Nur mengalami penurunan di era pandemic Covid 19 hingga sekarang. Sehingga perlu dilakukan sebuah analisis kepuasan konsumen untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap criping singkong. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis kepentingan produk, tingkat kepuasan konsumen, dan posisi atribut berdasarkan tingkat kepentingan konsumen dan kinerja produsen. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif, analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA). Atribut yang digunakan pada penelitian ini adalah warna, aroma, rasa, kemasan, label, tekstur, media sosial, saluran langsung, saluran tidak langsung, penetapan harga dan potongan harga. Hasil analisis tingkat kepuasan konsumen dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperoleh skor sebesar 72,64% yang menunjukkan puas. Atribut yang dinilai penting dan harus dipertahankan adalah rasa, kemasan, tekstur, warna, dan aroma. Pada kuadran II (pertahankan prestasi) terdapat atribut: rasa, kemasan, tekstur, warna, dan aroma; sedangkan pada kuadran III (prioritas rendah) ada atribut: label, media sosial, saluran langsung, saluran tidak langsung, penetapan harga, dan potongan harga

Kata Kunci: Criping singkong Presto Pak Nur, CSI, IPA, Singkong.

¹ Correspondence author: Daniel Sandi Nugroho. Email: danielsandi124@gmail.com

PENDAHULUAN

Cripping Singkong Presto Pak Nur merupakan salah satu industri yang mengolah singkong menjadi criping. Industri ini berdiri pada tahun 2006 hingga sekarang. Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Nur, penjualan Criping meningkat pada tahun 2012 dengan produksi sebesar 8 kuintal- 1 ton per hari. Namun, sejak tahun 2019 di era pandemi Covid-19 hingga sekarang penjualan menurun dengan produksi 1-3 kuintal per harinya. Criping Singkong Presto Pak Nur ini bisa dikonsumsi di berbagai kalangan khususnya orang yang lanjut usia karena teksturnya yang empuk dan rasanya yang gurih. Hasil singkong tersebut diperoleh langsung melalui jalinan mitra dengan petani. Terdapat sekitar 50 petani yang menjalin mitra diantaranya petani daerah Tenganan, Noborejo, Kalibening, Pendem, Suruh, dan lain-lain. Lokasi masing masing petani dengan radius kurang dari 25 kilometer. Selain itu, Criping singkong juga menyuplai ke produsen di beberapa daerah diantaranya Semarang, Solo, Jakarta, Magelang, Jogja, Surakarta, Bali, dan Ponorogo.

Analisis kepuasan konsumen bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap criping singkong, sehingga bisa meningkatkan daya beli konsumen terhadap produk criping singkong. Hal tersebut bertujuan untuk mendorong Criping Singkong Presto Pak Nur agar bisa bersaing di pasaran yang semakin pesat pertumbuhannya.

METODE PENELITIAN

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan teknik analisis data statistik dengan mendeskripsikan data yang sudah terkumpul

untuk membuat kesimpulan (Sugiyono, 2017).

Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan teknik analisis data yang menggunakan indikator untuk menetapkan pengaruh keputusan pembelian secara menyeluruh dari konsumen dengan pendekatan tingkat kepentingan dari produk yang diukur (Purbobinuko dan Wurianing, 2020). *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat diukur melalui beberapa tahap sebagai berikut:

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

$$MIS = \frac{\sum_{i=0}^n Y_i}{n} \quad MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan:

MIS = Skor Rata-rata Kepentingan

MSS = Skor Rata-rata Kinerja

Y_i = Nilai Kepentingan/Harapan Atribut ke- i

X_i = Nilai Kinerja Atribut ke- i

n = Jumlah Responden

2. Menghitung *Weighting Factor* (WF)

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_i^{\alpha} MIS_i} \times 100\%$$

Keterangan:

WF = *Weighting Factors*

MIS = Skor Rata-rata Kepentingan

α = jumlah Atribut Kepentingan

i = Atribut Kualitas Pelayanan ke- i

3. Menghitung *Weighted Score* (WS)

$$WS = WF_i \times MSS$$

Keterangan:

WS = *Weighted Score*

WF_i = *Weighting Factor* Atribut ke- i

MSS = Skor Rata-rata Kinerja

4. Menghitung *Weighted Total* (WT)

$$WT = WS\alpha_1 + WS\alpha_2 + \dots WS\alpha_n$$

Keterangan:

WT = *Weighted Total*

WS = *Weighted Score*

5. Menghitung indeks kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction Index*)

$$CSI = \frac{\sum WS}{HS} \times 100\%$$

Keterangan

CSI = Tingkat kepuasan

ΣWS = Total Nilai *Weight Score*

HS = Nilai maksimum skala pengukuran (*High Scale*)

Seluruh tingkat kepuasan responden dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan konsumen. Setelah melakukan perhitungan CSI, pembagian kriteria skor indeks kepuasan konsumen pada Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Kriteria Skor Indeks Kepuasan Konsumen.

Nilai CSI (%)	Kategori
0 - 20	Sangat tidak puas
21 - 40	Tidak puas
41 - 60	Cukup puas
61 - 80	Puas
81 - 100	Sangat puas

Sumber: Aritonang (2005) dalam Salsabila (2016)

Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)

Importance Performance Analysis digunakan untuk menghitung faktor yang

memengaruhi kepuasan konsumen dari tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dalam skala angka (L. Nasution, 2018). Metode ini menggunakan kuesioner.

Tabel 2. Skor Penilaian Tingkat Kepentingan dan Kinerja

Skor Skala Likert	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
1	Tidak Penting	Tidak Puas
2	Kurang Penting	Kurang Puas
3	Cukup Penting	Cukup Puas
4	Penting	Puas
5	Sangat Penting	Sangat Puas

Sumber: Data diolah (2023)

Data yang diperoleh dari kuesioner diolah menggunakan *Importance Analysis Matrix*. Pembagian berdasarkan kuadran antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pada setiap atribut, dimana sumbu x = persepsi konsumen terhadap kinerja, sedangkan sumbu y = harapan konsumen. Ada tiga tahapan indikator dalam *Importance Performance Analysis* yakni:

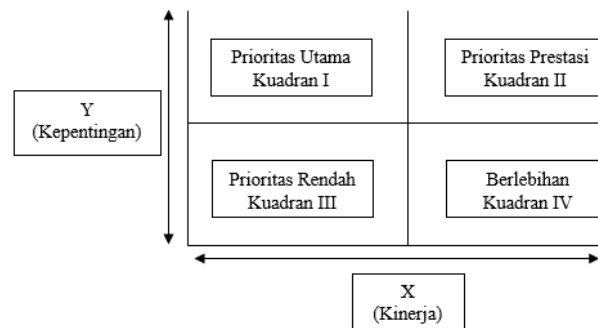
1. Rata-rata tanggapan konsumen terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari masing-masing atribut. Berikut persamaan yang digunakan:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

2. Rata-rata skor tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari masing-masing atribut. Nilai rata-rata ini dipakai untuk batas pada diagram kartesius. Berikut persamaan yang digunakan:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum \bar{X}i}{k} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum \bar{Y}i}{k}$$

3. Uraian hasil dari masing-masing atribut ke dalam diagram kartesius. Berikut gambar kartesius dengan empat kuadran.



Gambar 1. Diagram Kartesius Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan

Diagram kartesius terbagi menjadi empat kuadran dan masing-masing kuadran memperlihatkan perbedaan keadaan. Masing-masing atribut mempunyai pendekatan yang berbeda digolongkan atas atribut yaitu sebagai berikut (Rangkuti, 2003).

1. Kuadran I (Prioritas utama)

Kuadran ini mencakup faktor-faktor yang dinilai konsumen mempunyai nilai kepentingan yang tinggi akan tetapi faktor tersebut tergolong kinerja yang belum sesuai dengan keinginan konsumen.

2. Kuadran II

Kuadran ini mencakup wilayah yang terdiri dari faktor-faktor yang dinilai konsumen mempunyai kepentingan yang

tinggi dan faktor tersebut tergolong sudah melebihi keinginan konsumen.

3. Kuadran III

Kuadran ini mencakup faktor-faktor yang dinilai konsumen mempunyai nilai kepentingan yang rendah dan kinerja dari faktor tersebut tergolong belum sesuai dengan keinginan konsumen.

4. Kuadran IV

Kuadran ini mencakup wilayah yang memuat fakto-faktor yang dinilai konsumen mempunyai kepentingan yang rendah akan tetapi konsumen menilai bahwa faktor tersebut tergolong melebihi keinginan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Tabel 4. Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Criping Singkong Presto Pak Nur

No	Atribut	MIS (Kepentingan)	MSS (Kinerja)	WF	WS
1	Warna	3,57	3,62	9,27	0,3353
2	Aroma	3,50	3,62	9,10	0,3291
3	Rasa	4,00	4,07	10,40	0,4229
4	Kemasan	3,88	3,98	10,10	0,4021
5	Label	3,25	3,38	8,45	0,2859
6	Tekstur	3,75	3,98	9,75	0,3883
7	Media sosial	3,28	3,47	8,54	0,2959
8	Saluran langsung	3,23	3,45	8,41	0,2900
9	Saluran tidak langsung	3,25	3,37	8,45	0,2844
10	Penetapan harga	3,35	3,52	8,71	0,3063
11	Potongan harga	3,40	3,30	8,84	0,2917
Total		38,47			3,6319

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) didapat dari hasil nilai *Weight Score* (WS) dibagi dengan nilai maksimum yang digunakan. Skala yang digunakan pada analisis ini adalah 1 sampai 5. Berikut merupakan nilai dari CSI:

$$CSI = \frac{3,6319}{5} \times 100\%$$

$$CSI = 72,64\%$$

Berdasarkan perhitungan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 72,64%. Besarnya nilai tersebut dikategorikan **puas** karena berada dalam rentang nilai 61% - 80%. Hal tersebut dapat dilihat dari pembagian kriteria nilai CSI menurut Salsabila, 2016.

Analisis Importance Performance Analysis (IPA)

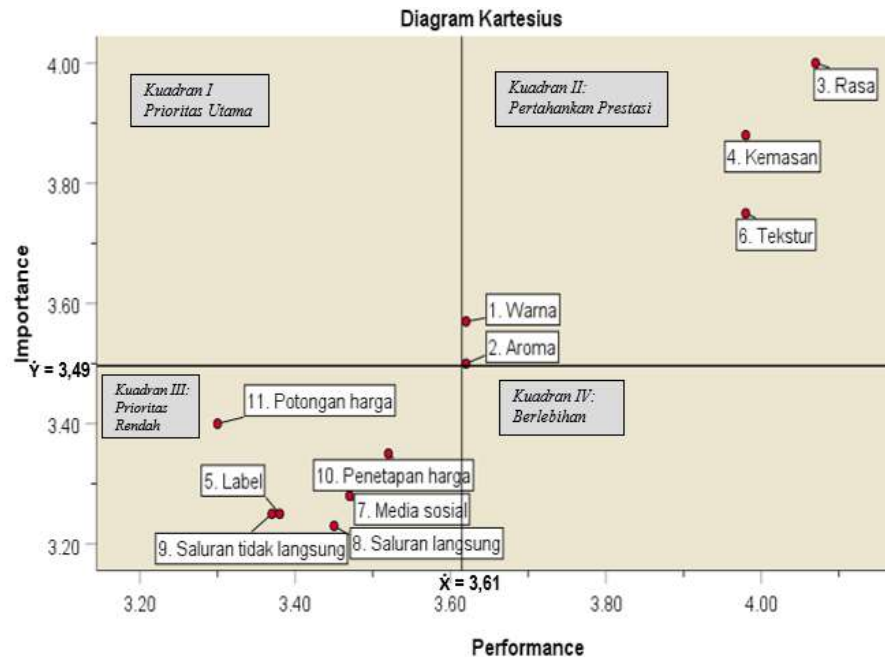
Diagram kartesius pada analisis IPA digunakan untuk mengetahui titik pada penggambaran objek berdasarkan nilai pada sumbu X dan Y. Skor rata-rata tingkat harapan akan menjadi titik potong sumbu Y sedangkan rata-rata tingkat kinerja menjadi sumbu X. Menentukan titik potong sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{39,75}{11} ; \bar{Y} = \frac{38,47}{11}$$

$$\bar{X} = 3,61 ; \bar{Y} = 3,49$$

Tabel 5.1 Data *Importance Performance Analysis* (IPA)

No	Atribut	Kepentingan (importance) (Y)	Kinerja (performance) (X)
Kualitas Produk			
1	Warna	3,57	3,62
2	Aroma	3,50	3,62
3	Rasa	4,00	4,07
4	Kemasan	3,88	3,98
5	Label	3,25	3,38
6	Tekstur	3,75	3,98
Promosi			
7	Media sosial	3,28	3,47
Distribusi			
8	Saluran langsung	3,23	3,45
9	Saluran tidak langsung	3,25	3,37
Harga			
10	Penetapan harga	3,35	3,52
11	Potongan harga	3,40	3,30
Jumlah		38,47	39,75



Gambar 2. Hasil Penentuan Posisi dan Titik Potong pada Diagram Kartesius

Kuadran I (Prioritas)

Diantara data kinerja yang diolah, tidak ada satupun atribut yang masuk ke dalam kuadran I, jika ada atribut dalam kuadran ini dapat dijadikan prioritas utama di dalam perbaikan kinerja Criping Singkong Pak Nur.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran ini harus dipertahankan karena memiliki tingkat kinerja yang sesuai dengan kepentingan sehingga dapat memuaskan konsumen. Hasil dari posisi atribut ini terdapat kesamaan dengan penelitian (I. M. Nasution, 2018) yang posisi atributnya hanya terletak pada kuadran II dan III. Adapun atribut yang masuk dalam kuadran ini sebagai berikut.

1. Warna

Warna criping singkong dianggap baik oleh konsumen sehingga perlu dipertahankan agar penjualan dan kepuasan konsumen

meningkat. Criping singkong ini memiliki warna yang cerah, tidak ada criping yang berwarna gelap atau hangus sehingga dapat memikat konsumen yang melihat tampilan produk dari luar.

2. Aroma

Aroma criping singkong ini dianggap baik oleh konsumen sehingga perlu dipertahankan. Criping singkong ini memiliki aroma yang khas dari bumbu yang ditambahkan dan tidak ada aroma yang menyengat, mengingat proses penggorengan tidak memakai minyak yang digunakan secara berulang.

3. Rasa

Rasa criping singkong pada Criping Singkong Presto Pak Nur dianggap baik oleh konsumen sehingga perlu dipertahankan. Walaupun tidak ada varian rasa pada Criping Singkong Presto Pak Nur, konsumen tetap

merasa puas terhadap produk yang disediakan. Menurut data karakteristik konsumen, sebanyak 65% konsumen dengan usia 40 tahun ke atas, dengan begitu konsumen tidak mudah untuk menerima suatu hal baru seperti varian rasa baru.

4. Kemasan

Konsumen menganggap atribut ini baik dan perlu dipertahankan karena berpengaruh pada daya tarik dan daya tahan produk criping singkong. Plastik yang digunakan adalah Mika PP ukuran 100 mikron, sehingga kemasan transparan/ mengkilap serta ketebalan plastik juga berpengaruh pada ketahanan produk criping singkong.

5. Tekstur

Atribut tekstur pada criping singkong ini dianggap penting dan sudah baik menurut konsumen. Tekstur ini sangat mempengaruhi minat beli konsumen karena sudah menjadi ciri khas industri Criping Singkong Presto Pak Nur. Kata “Presto” merupakan gambaran bahwa criping singkong ini empuk sehingga dapat dinikmati oleh kalangan orang tua dan lansia.

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut pada kuadran ini dianggap kurang penting dan tingkat kinerjanya tidak terlalu istimewa. Adapun atribut yang masuk dalam kuadran ini sebagai berikut.

1. Label

Atribut label dianggap kurang penting dan kinerjanya kurang baik. Konsumen yang membeli produk criping singkong ini umumnya hanya peduli kepada tampilan label, karena sudah terdapat keterangan merek, nomor HP, dan tanggal batas maksimal produk aman dikonsumsi atau *expired date*.

2. Media Sosial

Konsumen menganggap atribut ini kurang baik karena sebagian konsumen tidak memperhatikan media sosial pada saat membeli produk. Kinerja dari atribut media sosial di Criping Singkong Presto Pak Nur ini kurang baik karena kurang menjelajahi media sosial sebagai promosi. Hubungan yang dijalin kepada konsumen hanya melalui *Whatsapp*, tetapi media tersebut telah dilakukan dengan baik.

3. Saluran Langsung

Atribut saluran langsung dianggap kurang penting oleh konsumen dan kinerja yang diberikan tidak terlalu baik. Terlihat lokasi yang industri masuk ke dalam gang kecil, sehingga tidak dapat menampung kendaraan konsumen yang akan membeli produk. Di sisi lain, ketersediaan stok criping singkong juga terbatas.\

4. Saluran Tidak Langsung

Atribut saluran tidak langsung ini dianggap tidak penting oleh konsumen dan kinerjanya dilakukan tidak dengan baik. Konsumen mengenal produk Criping Singkong Presto Pak Nur hanya di tempat industri saja dan belum menjumpai di toko oleh-oleh/ makanan ringan yang ada di Salatiga.

5. Penetapan Harga

Atribut ini kurang penting dan kinerja yang diberikan tidak terlalu baik. Terlihat konsumen yang membeli produk menyatakan bahwa harga yang ditetapkan pada criping singkong ini terlalu mahal jika dibandingkan dengan criping singkong di pasaran.

6. Potongan Harga

Kebutuhan criping singkong konsumen tidak dalam jumlah yang banyak, maka

konsumen memilih membeli sesuai kebutuhan. Apabila konsumen membeli dalam jumlah banyak untuk mendapatkan potongan, itu tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.

Kuadran IV (Berlebihan)

Diantara data yang diolah, tidak ada atribut yang masuk dalam kuadran IV, jika ada atribut di dalam kuadran ini dapat merugikan industri itu sendiri.

KESIMPULAN

Hasil perhitungan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Criping Singkong Pak Nur menggunakan metode analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperoleh nilai sebesar 72,64% yang menunjukkan puas. Tingkat kepentingan atribut yang dinilai penting adalah rasa, kemasan, tekstur, warna, dan aroma. Berdasarkan hasil analisis menggunakan Importance Performance Analysis (IPA), persepsi konsumen terhadap atribut produk Criping Singkong Presto Pak Nur yaitu Kuadran II (Pertahankan Prestasi) dengan atribut rasa, kemasan, tekstur, warna, dan aroma; Kuadran III (Prioritas Rendah) dengan atribut label, media, sosial, saluran, langsung, saluran tidak langsung, penetapan harga, dan potongan harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Diana dan Hayati, M. (2021) "Sikap Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Keripik Singkong Turbo Sakti Di Kabupaten Sumenep," *Agriscience*, 2(1), hal. 165–183. Tersedia pada: <https://doi.org/10.21107/agriscience.v2i1.11298>.
- Jackxander, N. (2018) *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan PT. SPC Salimah Food (Studi Kasus: JABODETABEK)*. Universitas Islam Negeri Syariah Hidayatullah Jakarta.
- Lastyo, S. (2019) *Kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Sidoarjo*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Nasution, I.M. (2018) *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Rumah Makan Vegetarian Di Kota Medan, Jom Faperta*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
- Nasution, L. (2018) *Evaluasi Situs Web Pemerintah Menggunakan Metode Webqual Dan Importance-Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus : Situs Kecamatan Lowokwaru-Malang)*. Universitas Brawijaya Malang. Tersedia pada: <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/11188>.
- Prasetyo, P. (2023) *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Keripik Tempe Umkm Kitem Q Di Kabupaten Muaro Jambi, Journal of Engineering Research*. Universitas Jambi.
- Purbobinuko, Z.K. dan Wurianing, R. (2020) "Analisis Kepuasan dengan Metode CSI dan IPA Terhadap Pelayanan Penyediaan Rekam Medis Rawat Jalan di RS . Dr Soetarto Yogyakarta," *Indonesian of Health Information Management*, 8(2), hal. 80–91.
- Rangkuti, F. (2003) *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasis Bisnis*. Edisi 10. Jakarta: Gramedi Pustaka Umum.
- Salsabila, N. (2016) *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Pada First Love Patisserie di Jakarta*. UIN Syarif Hidayatullah.

- Setyawati, R., Suriana, I. dan Gafur, A. (2021) “Pengolahan Singkong Menjadi Produk Pangan dalam Meningkatkan Kesejahteraan Kelompok Tani Bakti Karya Karang Joang Balikpapan,” *Jurnal Karya Abdi*, 5(1), hal. 102–108. Tersedia pada: <https://online-journal.unja.ac.id/JKAM/article/view/13837>.
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.