

**NASKAH PUBLIKASI JURNAL**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PRODUK *FROZEN FOOD* BAKSO  
DAUN KELOR (*Moringa oleifera* Lmk.)**

**CONSUMERS SATISFACTION ANALYSIS OF FROZEN FOOD  
PRODUCT MORINGA LEAF (*Moringa oleifera* Lmk.) MEATBALL**

Oleh

**GITA NAVRATILOVA**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**MALANG**

**2016**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PRODUK *FROZEN FOOD* BAKSO  
DAUN KELOR (*Moringa oleifera* Lmk.)**

**CONSUMERS SATISFACTION ANALYSIS OF FROZEN FOOD  
PRODUCT MORINGA LEAF (*Moringa oleifera* Lmk.) MEATBALL**

Oleh

**GITA NAVRATILOVA**

**125040100111157**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
MINAT MANAJEMEN**

**JURNAL**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN**

**MALANG**

**2016**

## LEMBAR PERSETUJUAN JURNAL

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PRODUK FROZEN FOOD BAKSO**

**DAUN KELOR (*Moringa oleifera* Lmk.)**

**CONSUMERS SATISFACTION ANALYSIS OF FROZEN FOOD**

**PRODUCT MORINGA LEAF (*Moringa oleifera* Lmk.) MEATBALL**

Nama Mahasiswa : Gita Navratilova  
NIM : 125040100111157  
Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian  
Program Studi : Agribisnis  
Menyetujui : Dosen Pembimbing

Disetujui

Pembimbing Utama,

Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS.

NIP. 19550327 198103 1 003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D.

NIP. 19770420 200501 1 001

Tanggal Persetujuan : .....

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PRODUK FROZEN FOOD BAKSO  
DAUN KELOR (*Moringa oleifera* Lmk.)

CONSUMERS SATISFACTION ANALYSIS OF FROZEN FOOD  
PRODUCT MORINGA LEAF (*Moringa oleifera* Lmk.) MEATBALL

Gita Navratilova<sup>1)</sup>, Budi Setiawan<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas  
Brawijaya

<sup>2)</sup>Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya

<sup>1)</sup>Email : gitanavra@gmail.com

ABSTRACT

*Many factors the consumer satisfaction, one of them with a look of satisfaction on attributes product. Consumers will be satisfied if the importance and performance balanced. Research conducted in Probolinggo SMEs Kedai Kelor. the purpose of this study to analyze the level of correspondence between the performance and importance of frozen food product attributes moringa leaf meatball, and analyze the level of customer satisfaction frozen food product moringa leaf meatballs. The result showed that the analysis of IPA (Importance Performance Analysis) of attributes complaint handling, product availability and price of product is to be repaired. That is, those attributes are considered importance by consumer but not in accordance with customer expectations. These attributes influenced the company was slow respon to consumer, minimum availability moringa leaf, and higher price. Meanwhile, the CSI analysis obtained calculation result by 69,41%. It means that the consumers are satisfied with the result of performance of this SMEs with the range of scales 66 to 80 percent.*

**Keyword :** Customer Satisfaction, moringa leaf meatballs, IPA and CSI

ABSTRAK

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, salah satunya dengan melihat kepuasan dari atribut produknya. Konsumen akan puas jika kepentingan dan kinerja perusahaan seimbang. Penelitian dilaksanakan di UMKM Kedai Kelor Probolinggo. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan atribut produk *frozen food* bakso daun kelor, dan menganalisis tingkat kepuasan konsumen produk *frozen food* bakso daun kelor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada analisis IPA (*Importnce Performance Analysis*) atribut penanganan keluhan, ketersediaan produk dan harga produk menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. Artinya, atribut tersebut dianggap penting oleh konsumen tetapi belum sesuai dengan harapan konsumen. Atribut ini dipengaruhi perusahaan lambat memberikan respon pada konumen, bahan baku daun kelor minim, dan harga terbilang tinggi.

Sedangkan, analisis CSI diperoleh hasil sebesar 69,41%. Artinya konsumen puas dengan hasil kinerja UMKM ini dengan rentang skala 0,66-80 persen.

**Kata Kunci :** Kepuasan Konsumen, Bakso Daun Kelor, IPA dan CSI

## PENDAHULUAN

Kelor (*Moringa oleifera* Lamk.) merupakan salah satu tanaman yang banyak tumbuh dan mudah dibudidayakan di Indonesia (Agustini, 2010). Selama ini, daun kelor muda banyak dimanfaatkan sebagai bahan sayuran oleh sebagian besar penduduk atau desa (Jonni, dkk, 2008). Namun, saat ini daun kelor di olah menjadi berbagai macam bentuk olahan seperti *Frozen Food*. Berdasarkan *Office of Chief Economist* (2015), memperkirakan pertumbuhan rata-rata per tahun pasar makanan dalam kemasan dan minuman ringan di Indonesia selama tahun 2013-2017 akan berada di atas angka 10%. Beberapa jenis makanan yang identik dengan gaya hidup masyarakat kelas menengah diperkirakan tumbuh lebih tinggi diantaranya *canned/preserved food* (16,7%), *frozen processed food* (16,6%) dan *noodles* (13,5%). Hal ini membuktikan bahwa peluang bisnis *frozen food* cukup besar dengan persentase 16,6%. Perubahan gaya hidup masyarakat ini dimanfaatkan oleh salah satu UMKM di Probolinggo yang dikenal dengan nama UMKM Kedai Kelor. Industri ini mengolah daun kelor menjadi berbagai macam olahan salah satunya *frozen food* bakso daun kelor.

Produk Bakso daun kelor terbilang produk baru, oleh karena itu tidak banyak orang yang mengenal produk ini. Hal ini mengakibatkan produk *frozen food* bakso daun kelor sulit berkembang di masyarakat. Selain itu, produk *frozen food* bakso daun kelor mengalami beberapa kendala dalam pemasarannya antara lain terdapat produk pesaing, bau amis pada bakso sangat kuat, harga bakso relatif tinggi dan sulitnya mencari bahan baku daun kelor sehingga UMKM tidak bisa memenuhi permintaan konsumen bakso daun kelor. Menjaga kualitas produk bakso daun kelor bertujuan agar konsumen mendapatkan kepuasan. Menurut Irawan (2003), konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka konsumsi berkualitas, sehingga kualitas akan berpengaruh terhadap kinerja produk dengan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini membahas tentang kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut bakso daun kelor. tujuan dari penelitian ini adalah (1) menganalisis tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan pada produk *frozen food* bakso daun kelor, (2) menganalisis tingkat kepuasan konsumen produk *frozen food* bakso daun kelor.

## METODE

Penelitian dilaksanakan di UMKM Kedai Kelor Jl. KH. Ahmad Dahlan Angguran gang 4 No. 22 Kota Probolinggo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling* dengan jumlah responden 40 orang. Penentuan jumlah responden ini berdasarkan pendapat Anandya dan Heru (2005). Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner ke seluruh konsumen *frozen food* bakso daun kelor, dan dokumentasi untuk mendapatkan data terkait proses produksi *frozen food* bakso daun kelor, dokumentasi penyebaran kuesioner dan wawancara. Sedangkan, data sekunder diperoleh dari berbagai literature, instansi terkait penelitian, serta pustaka-pustaka ilmiah seperti buku-buku penunjang. Metode pengukuran sampel untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen yaitu menggunakan IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Analysis*). Sedangkan, analisis data menggunakan program SPSS 16.0.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Kedai Kelor merupakan usaha dengan memberdayakan masyarakat disekitar lokasi Kedai Kelor. UMKM ini memproduksi daun kelor menjadi makanan, minuman dan obat-obatan. Salah satu produk yang diproduksi yaitu *frozen food* bakso daun kelor. Bakso Daun Kelor terbuat dari campuran tepung kelor, tepung terigu dan ikan jenggelek dengan perbandingan 50 gram tepung kelor, 250 gram tepung terigu dan 1 kg ikan jenggelek. Dalam sebulan UMKM ini dapat menjual *frozen food* bakso daun kelor 160 bungkus dengan harga jual Rp. 15.000. Pendapatan yang diperoleh yaitu Rp. 5.000.000-Rp. 6.000.000 per bulan. Di Probolinggo *Frozen food* bakso daun kelor sudah di pasarkan dibeberapa agen atau *reseller*. *Reseller* atau agen ini membantu UMKM untuk menjual produk *frozen food* bakso daun kelor. Harga jual bakso daun kelor untuk *reseller* yaitu Rp. 12.000. Harga ini lebih murah jika dibandingkan dengan harga jual bakso kelor biasanya yaitu Rp. 15.000. Berikut ini penilaian responden tentang UMKM Kedai Kelor.

### Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut *Frozen Food* Bakso Daun Kelor dengan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*)

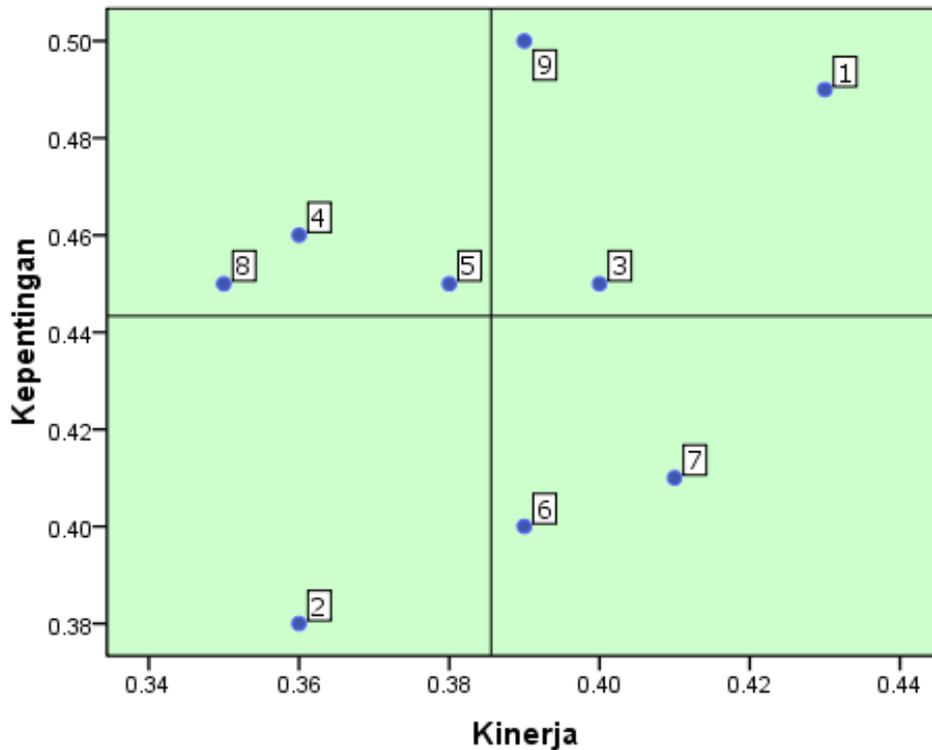
Menurut Supranto dalam Ihshani (2005), *Importance Performance Analysis* adalah suatu metode untuk menganalisis sejauh mana tingkat kepuasan seseorang terhadap kinerja sebuah perusahaan. Berikut ini tabel analisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut *frozen food* bakso daun kelor dengan metode IPA (*Importance Performance Analysis*).

Tabel 1. Perhitungan Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Kinerja untuk Keseluruhan Atribut *Frozen Food* Bakso Daun Kelor

| No                 | Atribut             | Kinerja – Kepentingan |        | TKi (%) | $\bar{X}_i = \frac{X_i}{n}$ | $\bar{Y}_i = \frac{Y_i}{n}$ | $\frac{\bar{X}_i}{\sum \bar{X}_i}$<br>= Xi/jumlah atribut | $\frac{\bar{Y}_i}{\sum \bar{Y}_i}$<br>= Yi/jumlah atribut |
|--------------------|---------------------|-----------------------|--------|---------|-----------------------------|-----------------------------|---|---|
|                    |                     | Xi                    | Yi     |         |                             |                             |   |   |
| 1                  | Rasa                | 154                   | 176    | 87.50   | 3.85                        | 4.40                        | 0.43  | 0.49  |
| 2                  | Ukuran Kemasan      | 131                   | 138    | 94.93   | 3.28                        | 3.45                        | 0.36  | 0.38  |
| 3                  | Aroma makanan       | 143                   | 163    | 87.73   | 3.58                        | 4.08                        | 0.40  | 0.45  |
| 4                  | Penanganan Keluhan  | 130                   | 164    | 79.27   | 3.25                        | 4.10                        | 0.36  | 0.46  |
| 5                  | Ketersediaan produk | 136                   | 163    | 83.44   | 3.40                        | 4.08                        | 0.38  | 0.45  |
| 6                  | Desain kemasan      | 140                   | 144    | 97.22   | 3.50                        | 3.60                        | 0.39  | 0.40  |
| 7                  | Warna produk        | 148                   | 148    | 100     | 3.70                        | 3.70                        | 0.41  | 0.41  |
| 8                  | Harga               | 127                   | 162    | 78.40   | 3.18                        | 4.05                        | 0.35  | 0.45  |
| 9                  | Masa kadaluarsa     | 139                   | 180    | 77.22   | 3.48                        | 4.50                        | 0.39  | 0.50  |
| <b>Jumlah</b>      |                     | 1248                  | 1438   | 785,70  | 31.2                        | 35.95                       | 3.47  | 3.99  |
| <b>Rata - rata</b> |                     | 138.67                | 159.78 | 87,30   | 3.47                        | 3.99                        | 0.39  | 0.44  |

Sumber: Data Primer (Diolah), 2016

Berdasarkan data hasil perhitungan rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja keseluruhan atribut menunjukkan bahwa rata-rata tingkat kinerja dan kepentingan atribut masing-masing adalah 0,39 dan 0,44. Rata-rata ini digunakan untuk memotong garis tegak lurus pada sumbu horizontal dan vertikal. Sumbu horizontal, yakni sumbu yang mencerminkan kinerja atribut, sedangkan sumbu vertikal mencerminkan tingkat kepentingan atribut produk. Selanjutnya, nilai pada setiap atribut (rasa, ukuran kemasan, aroma makanan, penanganan keluhan, ketersediaan produk, desain kemasan, warna produk, harga dan masa kadaluarsa) akan diplotkan kedalam diagram kartesius



Gambar 1. Diagram IPA (*Importance Performance Analysis*)

Keterangan atribut bakso daun kelor:

- |   |                       |   |                   |
|---|-----------------------|---|-------------------|
| 1 | = Rasa                | 6 | = Desain Kemasan  |
| 2 | = Ukuran Kemasan      | 7 | = Warna Produk    |
| 3 | = Aroma Makanan       | 8 | = Harga           |
| 4 | = Penanganan Keluhan  | 9 | = Masa Kadaluarsa |
| 5 | = Ketersediaan Produk |   |                   |

Gambar 1, menunjukkan hasil analisis IPA pada setiap atribut produk bakso daun kelor sudah diplotkan. Diagram tersebut terdiri dari empat kuadan yaitu kuadran I, II, III dan IV.

a. Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran ini memuat atribut-atribut produk Bakso Daun Kelor yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi pada kenyataannya atribut-atribut tersebut belum sesuai dengan harapan konsumen. Tingkat kinerja dari atribut ini lebih rendah daripada tingkat harapan konsumen. Atribut-atribut produk Bakso Daun Kelor yang terdapat dalam kuadran ini adalah penanganan keluhan (0,36;0,46), ketersediaan produk (0,38;0,45) dan harga (0,35;0,45) produk itu sendiri. Berikut ini pembahasan tentang atribut bakso daun kelor yang terdapat pada kuadran satu.

1. Atribut Penanganan Keluhan

Responden mengkategorikan atribut penanganan keluhan dalam kuadran I yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. Ada beberapa faktor yang menyebabkan atribut penanganan keluhan masuk dalam kuadran I yaitu UMKM lambat memberikan respon jika sewaktu-waktu ada pesanan mendadak, belum tersedia alat komunikasi khusus untuk melayani konsumen. Sehingga, responden menilai bahwa atribut penanganan keluhan menjadi prioritas utama diperbaiki untuk kenyamanan konsumen.

2. Atribut Ketersediaan Produk

Atribut ketersediaan produk dikategorikan kedalam kuadran I yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. Ada beberapa faktor yang menyebabkan atribut ketersediaan produk masuk dalam kuadran satu yaitu produk bakso daun kelor belum tersebar luas di toko-toko. Faktor lain dari atribut ini adalah kurangnya stok bahan baku tepung kelor sehingga perusahaan terkendala untuk memproduksi bakso daun kelor dalam jumlah yang besar. Selain itu, sulitnya mencari daun kelor karena masih belum ada petani yang membudidayakan pohon kelor secara komersil. Oleh karena itu, UKM Kedai Kelor perlu bekerjasama dengan Dinas Pertanian untuk mensosialisasikan kepada petani di Probolinggo agar serentak untuk menanam kelor. Hal ini bertujuan agar UMKM Kedai Kelor dapat memenuhi permintaan konsumen terhadap produk bakso daun kelor.

3. Atribut Harga

Atribut harga digolongkan dalam kuadran I yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. Ada beberapa faktor yang menyebabkan atribut harga masuk dalam kuadran I yaitu adanya ketimpangan antara harga bahan baku pembuatan bakso daun kelor. Bakso daun kelor terbuat dari campuran ikan jengelek, tepung kelor dan tepung terigu. Harga ikan jengelek berkisar antara Rp.10.000-Rp.20.000 per kilogram lebih murah dibandingkan harga daging ikan sapi yang mencapai Rp.100.000 per kilogram. Kemudian harga tepung terigu yang berkisar antara Rp.8000-Rp.8500 per kilogramnya. Sedangkan, harga tepung kelor yaitu Rp.125.000 per kilogramnya. Perbandingan dalam pembuatan bakso daun kelor masing-masing yaitu 1 (tepung kelor) : 5 (tepung terigu) : 20 (ikan jengelek). Hal ini dapat diketahui bahwa bahan baku untuk pembuatan bakso daun kelor terbilang murah, tetapi harga jual bakso daun kelor masih terbilang mahal. Sehingga, konsumen mengkategorikan bakso daun kelor ini dalam kuadran I yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. Harapan konsumen harga bakso daun kelor dapat diturunkan dari harga awal yaitu Rp.15.000 per bungkus menjadi Rp.12.000 per bungkus.

b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini menunjukkan bahwa atribut tersebut penting dan memiliki kinerja yang tinggi. Atribut produk Bakso Daun Kelor yang terdapat dalam kuadran II adalah rasa (0,43;0,49), aroma (0,40;0,45) dan masa kadaluarsa (0,39;0,50). Atribut rasa, aroma dan masa kadaluarsa perlu dipertahankan untuk waktu selanjutnya. Berikut ini pembahasan atribut-atribut bakso daun kelor yang termasuk kuadran II.

1. Atribut Rasa

Atribut rasa dikategorikan dalam kuadran II yang artinya pertahankan prestasi. Ada beberapa faktor yang menyebabkan atribut rasa ada di kuadran dua yaitu rasanya enak dan sudah pas menurut lidah konsumen meskipun masih terdapat bau amis yang menyebabkan beberapa konsumen kurang suka. Namun, rata-rata konsumen menilai bahwa rasa dari bakso daun kelor sudah pas dan enak untuk dikonsumsi. Oleh karena itu, UMKM Kedai Kelor harus tetap mempertahankan posisi ini.

2. Atribut Aroma

Atribut aroma dikategorikan dalam kuadran II yang artinya atribut yang prestasinya harus dipertahankan. Konsumen menilai bahwa atribut ini penting dan kinerja perusahaan sudah sesuai dengan dengan harapan konsumen. Ada beberapa faktor yang menyebabkan atribut aroma masuk dalam kuadran kedua yaitu memiliki aroma bakso segar, memiliki aroma khas dari ikan jenggelek. Faktor-faktor tersebut memberikan daya tarik tersendiri bagi konsumen, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk bakso daun kelor.

3. Atribut Masa Kadaluarsa

Atribut masa kadaluarsa dikategorikan dalam kuadran II yang artinya atribut yang prestasinya harus dipertahankan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi atribut masa kadaluarsa tergolong dalam kuadran dua yaitu dapat disimpan dalam jangka waktu yang relatif lama yaitu tiga bulan. Masa kadaluarsa produk menurut konsumen penting dan harus memiliki kinerja yang tinggi.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Atribut Bakso Daun Kelor yang terdapat dalam kuadran III ini adalah ukuran kemasan (0,36;0,38). Peningkatan terhadap atribut yang masuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan konsumen sangat kecil. Berikut ini penjelasan atribut ukuran kemasan.

1. Atribut Ukuran Kemasan

Atribut ukuran kemasan di golongan dalam kuadran III yang artinya prioritas rendah. Ada beberapa faktor atribut ukuran kemasan masuk dalam kuadran III yaitu hanya memiliki dua variasi ukuran kemasan produk bakso daun kelor dan kurang ekonomis. Variasi ukuran kemasan bakso daun kelor yaitu 180 gram dan 200 gram. Bagi konsumen variasi ukuran kemasan bakso daun kelor kurang ekonomis, sehingga masyarakat kalangan menengah kebawah bisa mengkonsumsinya juga. Konsumen menilai bahwa atribut ukuran kemasan kurang penting.

d. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap tidak penting oleh konsumen dan dirasakan terlalu berlebihan. Atribut produk Bakso Daun Kelor yang terdapat dalam kuadran ini adalah desain kemasan (0,39;0,40) dan warna produk (0,41;0,41). Peningkatan kinerja pada atribut-atribut ini hanya akan menyebabkan terjadinya

pemborosan sumber daya. Berikut ini penjelasan tentang atribut desain kemasan dan warna produk.

1. Atribut Desain Kemasan

Atribut desain kemasan digolongkan dalam kuadran empat yang artinya atribut yang kurang penting bagi konsumen dan apabila kinerjanya ditingkatkan hanya akan menyebabkan pemborosan sumber daya. Ada beberapa faktor yang menyebabkan atribut ini digolongkan dalam kuadran empat yaitu desain kemasan biasa tetapi cukup menarik konsumen. Faktor lainnya yaitu konsumen kurang memperhatikan desain kemasan dalam membeli produk bakso daun kelor. Sehingga, atribut ini dianggap tidak penting bagi konsumen. Konsumen menilai bahwa kinerja UMKM sudah baik dilihat dari grafik kepuasan konsumen. Namun, jika atribut ini terus ditingkatkan inovasinya maka hanya akan menyebabkan pemborosan.

2. Atribut Warna Produk

Atribut warna produk digolongkan dalam kuadran empat karena ada beberapa faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi atribut warna antara lain warna yang unik, memiliki warna hijau yang membedakan dari bakso lainnya. Kinerja dari perusahaan sudah melebihi harapan konsumen, tetapi konsumen menilai bahwa warna bakso daun kelor kurang penting. Namun, konsumen menyukai warna bakso daun kelor karena unik dan menarik.

**Analisis Indeks Kepuasan Konsumen dengan Metode CSI (*Customer Satisfaction Index*).**

Menurut Santoso (2005), Indeks kepuasan konsumen adalah sebuah angka yang menyatakan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen akan produk tertentu. Menggunakan indeks, secara praktis diketahui apakah konsumen sudah puas dengan kinerja sebuah produk tertentu ataukah belum. Berikut ini tabel analisis indeks kepuasan konsumen dengan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*).

Tabel 2. Hasil Perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*)

| No                          | Atribut             | Kinerja       | Kepentingan   | MSS         | MIS          | WF (%)       | WSi            |
|-----------------------------|---------------------|---------------|---------------|-------------|--------------|--------------|----------------|
|                             |                     | Xi            | Yi            |             |              |              |                |
| 1                           | Rasa                | 154           | 176           | 3.85        | 4.40         | 12.24        | 0.47           |
| 2                           | Ukuran Kemasan      | 131           | 138           | 3.28        | 3.45         | 9.60         | 0.31           |
| 3                           | Aroma Makanan       | 143           | 163           | 3.58        | 4.08         | 11.34        | 0.41           |
| 4                           | Penanganan Keluhan  | 130           | 164           | 3.25        | 4.10         | 11.40        | 0.37           |
| 5                           | Ketersediaan Produk | 136           | 163           | 3.40        | 4.08         | 11.34        | 0.39           |
| 6                           | Desain Kemasan      | 140           | 144           | 3.50        | 3.60         | 10.01        | 0.35           |
| 7                           | Warna Produk        | 148           | 148           | 3.70        | 3.70         | 10,29        | 0.38           |
| 8                           | Harga               | 127           | 162           | 3.18        | 4.05         | 11.27        | 0.36           |
| 9                           | Masa Kadaluausa     | 139           | 180           | 3.48        | 4.50         | 12.52        | 0.43           |
| <b>Jumlah</b>               |                     | <b>1248</b>   | <b>1438</b>   | <b>31.2</b> | <b>35.95</b> | <b>100</b>   | <b>3.47</b>    |
| <b>Rata-Rata</b>            |                     | <b>138.67</b> | <b>159.78</b> | <b>3.47</b> | <b>3.99</b>  | <b>11.11</b> | <b>0.39</b>    |
| <b>CSI = (Wsi/5) X 100%</b> |                     |               |               |             |              |              | <b>69.41 %</b> |

Sumber: Data Primer (Diolah), 2016

Berdasarkan hasil perhitungan CSI menunjukkan bahwa persentase nilai CSI adalah 69,41%. Patokan nilai CSI pada penelitian ini yakni dari PT Sucofindo dalam melakukan survei kepuasan pelanggan. Jadi, hasil perhitungan CSI ini dikategorikan konsumen puas dengan rentang skala 66-80 persen. Kategori ini mendeskripsikan bahwa tingkat kinerja produk bakso daun kelor melebihi tingkat kepentingan atau harapan konsumen. Namun, UMKM Kedai Kelor perlu meningkatkan nilai kepuasan konsumen, sehingga konsumen loyal dengan produk bakso daun kelor.

Dilihat dari keseluruhan atribut ada beberapa faktor yang menyebabkan konsumen puas dengan bakso daun kelor. Pada nilai WS (*Weigh Score*) menunjukkan bahwa ada tiga atribut yang nilainya lebih tinggi dari atribut yang lain. Urutan nilai tertinggi sampai terendah dari ketiga atribut ini adalah atribut rasa (0,47), masa kadaluarsa (0,43) dan aroma makanan (0,41). Pada uji IPA (*Importance Performance Analysis*) menunjukkan hasil yang sama yaitu ada tiga atribut yang prestasinya dipertahankan untuk waktu selanjutnya. Pada atribut rasa konsumen puas dengan dengan rasa bakso daun kelor karena enak dan pas dilidah ketika dikonsumsi. Kemudian pada atribut masa kadaluarsa konsumen sudah puas dengan kinerja UMKM karena bakso daun kelor dapat disimpan dalam waktu lama yaitu tiga bulan. Sedangkan, pada atribut aroma makanan konsumen puas dengan aroma makan bakso daun kelor. Aroma bakso daun kelor segar sehingga menggugah selera makan ketika mengkonsumsi bakso daun kelor.

Namun, masih ada atribut yang konsumen kurang puas dengan kinerja UMKM kedai kelor. Sehingga persentase pada index kepuasan konsumen masih rendah, meskipun

konsumen tergolong puas. Ukuran kemasan memiliki nilai WS (*Weigh Score*) paling rendah yaitu 0,31. Ada beberapa faktor yang menyebabkan ukuran kemasan berada di posisi paling bawah. Faktor-faktor tersebut antara lain kurangnya variasi ukuran kemasan, kemasan masih kurang ekonomis bagi konsumen. UMKM hanya membuat dua variasi ukuran kemasan yaitu ukuran 180 gram dan 200 gram. Konsumen merasa tidak memiliki pilihan lain untuk ukuran kemasan bakso daun kelor. Sehingga, konsumen hanya bisa memilih dua ukuran kemasan tersebut dalam membeli bakso daun kelor. Konsumen menilai kurang ekonomis dengan ukuran kemasan tersebut. Konsumen menginginkan ukuran kemasan bakso daun kelor yang lebih kecil sehingga harganya lebih murah.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Pada tingkat kinerja dan kepentingan produk bakso daun kelor dengan metode analisis IPA dapat dikategorikan menjadi 4 bagian. Kuadran I menjadi prioritas utama yaitu atribut penanganan keluhan, ketersediaan produk dan harga produk. Artinya, atribut tersebut dianggap penting oleh konsumen tetapi belum sesuai dengan harapan konsumen. Sehingga, atribut ini diutamakan untuk diperbaiki. Kuadran II Atribut yang dipertahankan prestasinya adalah masa kadaluarsa, aroma dan rasa. Artinya, atribut penting dan memiliki tingkat kinerja yang tinggi. Kuadran III atribut produk yang prioritasnya rendah adalah ukuran kemasan. Artinya, dianggap kurang penting bagi konsumen dan kenyataannya harapan kinerjanya kurang istimewa. Kuadran IV atribut produk dengan kategori berlebihan menurut konsumen adalah desain kemasan dan warna produk. Artinya, atribut yang kurang penting bagi konsumen dan dirasa berlebihan, sehingga menyebabkan pemborosan sumber daya. Secara keseluruhan konsumen puas terhadap produk bakso daun kelor dengan nilai index kepuasan konsumen sebesar 69,41% yang berada pada rentang 0,66-80 persen. Artinya konsumen menyukai produk *frozen food* bakso daun kelor.

### Saran

Sebaiknya UMKM memperbaiki beberapa atribut ini yaitu penanganan keluhan, ketersediaan produk dan harga yang menjadi prioritas utama bagi konsumen. Saran untuk atribut penanganan keluhan adalah UMKM harus menyediakan telepon khusus untuk berkomunikasi dengan pelanggan maupun konsumen. Kemudian, dari atribut ketersediaan produk UMKM seharusnya mengajak atau mensosialisasikan kelompok-kelompok tani yang berada di Probolinggo agar serentak menanam kelor. Selanjutnya, pada atribut harga produk sebaiknya UMKM menurunkan harga jual bakso daun kelor menjadi Rp.12.000. UMKM harus meningkatkan kinerja untuk atribut produk bakso daun kelor yang lain seperti menambah variasi ukuran kemasan, desain kemasan lebih menarik, dan warna hijau dari daun kelor ditonjolkan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Agustini, Nurul. 2010. *Meningkatkan Produksi Biomass Kelor Pada Lahan Kering Iklim Kering*. Nusa Tenggara Barat: Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- Anandya, Dudi dan Heru Supriyadi. 2005. *Riset Pemasaran Prospektif dan Terapan Edisi Pertama*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Ihshani, Deden Wildan. 2005. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Wisata Cangkung Garut, Jawa Barat*. Skripsi. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Irawan, H. 2003. *Indonesia Customer Satisfaction*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Gramedia.
- Jonni, M.S., M. Sitorus, dan Nelly Katharina. 2008. *Cegah Malnutrisi dengan Kelor*. Yogyakarta: Kanisius.
- Office of Chief Economist. 2015. *Makanan dan Minuman*. Penerbit : PT. Bank Mandiri.
- Santoso, Singgih. 2005. *Seri Solusi Bisnis berbasis TI menggunakan SPSS dan Excel untuk Mengukur Sikap dan Kepuasan Konsumen*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

