



**PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK
UKM ANEKA KUE (STUDI KASUS EDHIE'S BAKERY)**

PKM-AI

Diusulkan oleh:

Yosep Abdulhalim	H24063344 Angkatan 2006
Dewi Kumalasari	H24062173 Angkatan 2006
Siti Mulyanti	H24063366 Angkatan 2006
Hana Tsurayya	H24061030 Angkatan 2006
Ananda Puput Rahmawati	H24070014 Angkatan 2007

**INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR**

2009

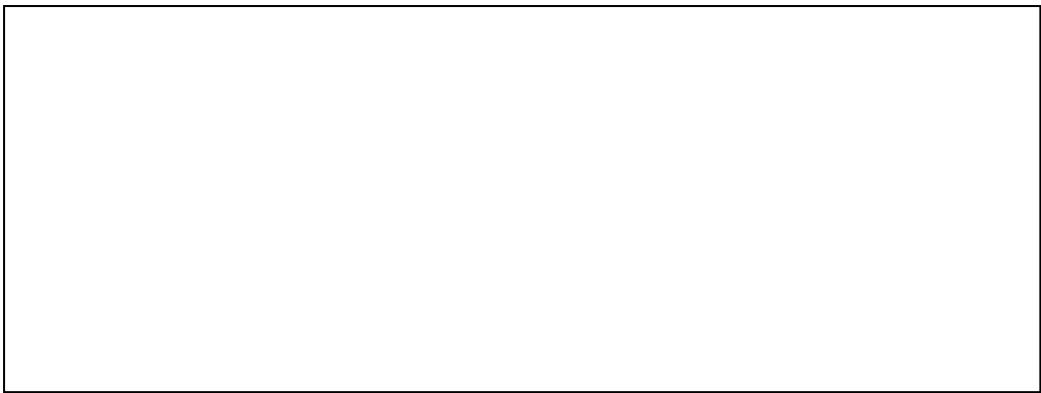
DAFTAR ANGGOTA KELOMPOK

Ketua Kelompok

--

Anggota

--



1. Judul Kegiatan : Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk UKM Aneka Kue (Studi Kasus Edhie's Bakery)
2. Bidang Kegiatan : PKM-AI
3. Ketua Pelaksana Kegiatan

--

Bogor, 6 April 2009

Menyetuji,
Ketua Jurusan

Pelaksana Kegiatan

Dr.Ir.Jono M Munandar
NIP. 131 578 829

Yosep Abdulhalim
NIM. H24063344

Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan

Dosen Pendamping

Prof. Dr. Ir Yonny Koesmaryono, MS
NIP. 131 473 999

Megawati Simanjuntak
NIP. 132 311 727

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Program Kreativitas Mahasiswa Artikel Ilmiah (PKM-AI) dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk UKM Aneka Kue (Studi Kasus Edhie’s Bakery)”. Penulisan PKM-AI ini adalah sebagai bahan evaluasi yang dapat dijadikan acuan oleh UKM Edhie’s Bakery untuk menetapkan strategi pemasaran yang lebih tepat, berdasarkan tingkat kepuasan konsumen terhadap produknya.

Karya tulis ini dapat diselesaikan berkat kerjasama yang baik diantara Tim Penulis dan bantuan dari berbagai pihak, diantaranya:

1. Ibu Megawati Simanjuntak yang telah memberikan bimbingannya kepada Tim Penulis
2. Teman-teman Manajemen 43 yang telah memberikan dukungan morilnya.

Dengan keterbatasan yang ada, kami menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak tersebut di atas, karya tulis ini tidak dapat diselesaikan sebagaimana mestinya. Maka dari itu kami menyampaikan ucapan terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan.

Selain itu, saran dan kritik yang membangun akan selalu kami harapkan guna kesempurnaan dan proses pembelajaran penulisan PKM-AI ini. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Bogor, April 2009

Tim Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Daftar Anggota Kelompok	ii
Lembar Pengesahan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	vii
Daftar Tabel	viii
Abstrak	1
Pendahuluan	1
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	2
Tujuan Penelitian	3
Manfaat Penelitian	3
Batasan Penelitian	3
Metodologi Penelitian	3
Kerangka Penelitian	3
Tempat dan Waktu Penelitian	4
Jenis dan sumber Data	4
Penentuan Sampel	5
Pengumpulan Data	5
Metode Pengolahan Data	5
Hasil dan Pembahasan	7
Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja	7
Important Performance Analysis	7
Customer Satisfaction Index	9
Penutup	9
Kesimpulan	9
Saran	9
Daftar Pustaka	10

DAFTAR GAMBAR

1. Jumlah UKM di Kabupaten Bogor (Disperindag Pemda Bogor, 2007 dalam satuan ribu unit).....	2
2. Kerangka Pemikiran Konseptual.....	4
3. Diagram kartesius <i>Important Performance Analysis</i>	7

DAFTAR TABEL

1. Nilai Indeks Kepuasan Konsumen.....	6
2. Nilai tingkat kepentingan dan kinerja.....	7
3. Nilai <i>Customer Satisfaction Index</i>	9

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK UKM ANEKA KUE (STUDI KASUS EDHIE'S BAKERY)

Yosep Abdulhalim, Dewi Kumalasari, Siti Mulyanti, Hana Tsurayya, Ananda
Institut Pertanian Bogor

ABSTRAK

Perkembangan zaman terus menuntut setiap sektor dalam kehidupan untuk selalu berubah mengimbangi perkembangan yang terjadi, tidak terkecuali pada bidang perdagangan. Perusahaan-perusahaan saling berlomba untuk menjadi yang terbaik. Bogor sebagai daerah yang ditopang oleh kegiatan perdagangan memilikibagai jenis komoditas niaga, salah satunya seperti yang dijalankan UKM Edhie's Bakery yang bergerak pada pasar aneka kue dan roti. Kepuasan konsumen menjadi prioritas utama dalam menjalankan usaha tersebut, dan merupakan salah satu indikator keberhasilan usaha. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yaitu dengan menghitung nilai kepuasan atau Customer Satisfaction Index (CSI). Data yang digunakan dalam analisis tersebut dapat diperoleh dari hasil pencarian langsung dari narasumber maupun melalui pengisian kuesioner oleh konsumen sebagai responden penelitian. Penelitian yang dilakukan terhadap objek (Edhie's Bakery) memiliki tujuan untuk : (1) menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk UKM Edhie's Bakery, dan (2) merumuskan strategi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan didapat bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Edhie's Bakery dapat dikatakan "Puas" karena memiliki nilai tingkat Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 0,6922 atau 69,22% dan atribut yang harus diperbaiki oleh UKM Edhie's Bakery adalah aroma dan harga.

Keyword ; Kepentingan, Kepuasan, IPA, CSI

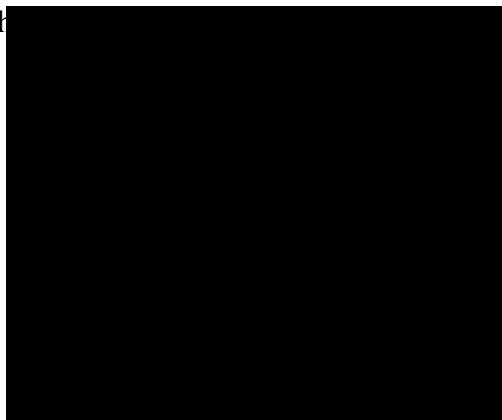
PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini, persaingan di dunia usaha semakin ketat. Masing-masing usaha bersaing untuk memaksimalkan keuntungan sesuai dengan target yang diinginkan. Persaingan timbul karena adanya usaha lain yang menawarkan produk yang sama dan melayani pelanggan yang sama dengan harga yang relatif sama bahkan terkadang lebih murah. Suatu usaha harus dapat memanfaatkan peluang-peluang, mengurangi kelemahan-kelemahan, meningkatkan kekuatan-kekuatan, dan memperkecil hambatan-hambatan yang ada.

Pemerintah Bogor sedang berusaha untuk mengantarkan masyarakatnya menuju kabupaten/kota internasional, memasukkan perdagangan dalam aspek keempat pembangunan. Kegiatan perdagangan di kabupaten Bogor mayoritas ditopang oleh kegiatan industri kecil dan menengah (Disperindag Pemda Bogor,

2007). Pada Gambar 1 disajikan diagram batang yang menggambarkan jumlah usaha UKM di Kabupaten Bogor.



Keterangan :

- A : Tas
- B : Sepatu Sandal
- C : Alat Rumah Tangga
- D : Boneka
- E : Makanan Minuman
- F : Pakaian
- G : Kerajinan Tangan
- H : Lain-lain

Gambar 1. Jumlah UKM di Kabupaten Bogor (Disperindag Pemda Bogor, 2007 dalam satuan ribu unit)

Perkembangan ini yang menyebabkan tingginya tingkat persaingan di sektor industri makanan dan minuman. Dalam hal ini, Edhie's Bakery tercatat sebagai UKM di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Pemda Bogor tahun 2007. Edhie's Bakery harus mampu membangun lingkungan yang kondusif sehingga tercipta loyalitas pelanggan. Pengembangan mutu produk dinilai sangat penting untuk memberi keputusan akhir tentang disukai atau tidaknya suatu produk. Oleh karena itu, keberhasilan suatu usaha sangat bergantung pada kepuasan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Untuk mengetahui harapan pelanggan diperlukan penelitian yang dapat menggambarkan keinginan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan suatu usaha dan menentukan aspek-aspek yang harus menjadi prioritas perhatian perusahaan dalam upaya peningkatan mutu produk. Sesuai dengan kondisi yang dijabarkan sebelumnya, maka diperlukan penelitian tentang atribut mutu yang menggambarkan keinginan konsumen terhadap suatu produk. Penelitian yang dilakukan berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Produk UKM Aneka Kue (Studi Kasus Edhie's Bakery).

Perumusan Masalah

Edhie's Bakery merupakan bagian dari industri sektor perdagangan yang bergerak di bidang industri makanan dan minuman, khususnya kue dan roti. Industri ini dipilih sebagai objek penelitian karena makanan adalah salah satu *consumer goods* yang termasuk dalam kebutuhan primer, yaitu pangan. Industri ini dianggap memiliki masa depan yang cerah dan dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama serta memiliki banyak aspek pemasaran yang dapat diteliti, seperti strategi pemasaran dan perilaku konsumen. Dengan mengetahui tingkat kepuasan konsumen, suatu usaha dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat bertahan dalam persaingan. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta mengoptimalkan nilai penjualan.

Keberhasilan suatu usaha untuk tetap bisa bertahan sangat dipengaruhi oleh kepercayaan para konsumen terhadap produk yang telah dipasarkan, sehingga perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepercayaan

konsumen terhadap suatu produk tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan permasalahan penelitian yang dilakukan yakni:

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk UKM Edhie's Bakery ?
2. Bagaimana strategi Edhie's Bakery dalam meningkatkan kepuasan konsumen?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk UKM Edhie's Bakery.
2. Merumuskan strategi perusahaan dalam peningkatan kepuasan konsumen.

Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah memberikan informasi bagi UKM Edhie's Bakery untuk lebih memperhatikan strategi yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan demikian, UKM dapat memperbaiki kelemahan-kelemahan produknya sehingga dapat meningkatkan penjualan. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian berikutnya.

Batasan penelitian

Penelitian ini berfokus pada konsumen roti Edhie's Bakery. Konsumen yang akan dijadikan responden adalah konsumen yang mengkonsumsi roti Edhie's Bakery khususnya pada mahasiswa S1 jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. Responden minimal pernah mengkonsumsi produk Edhie's Bakery sebanyak satu kali.

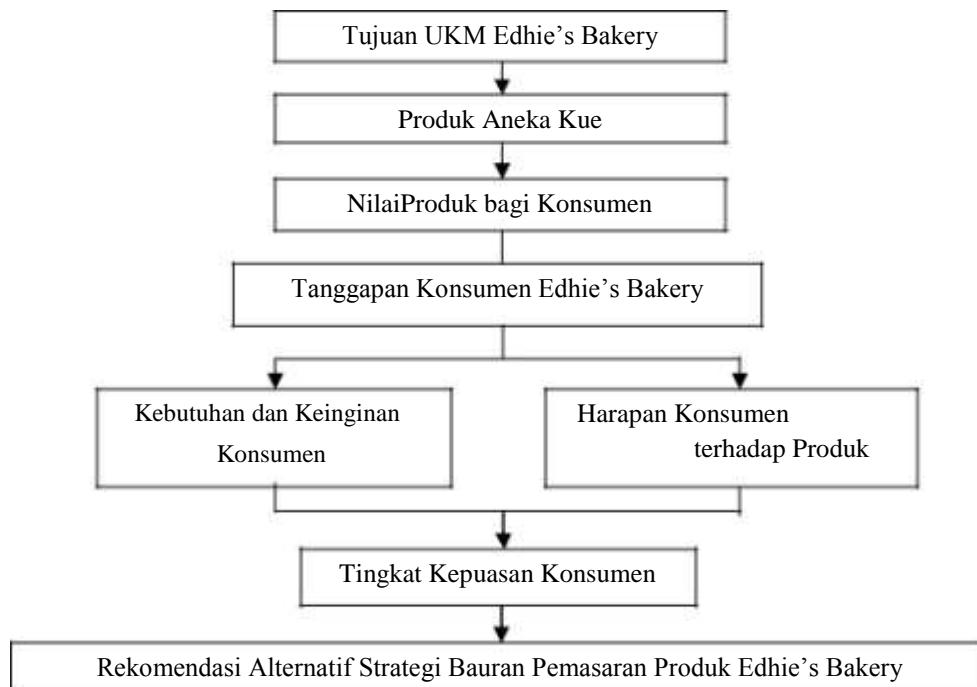
METODOLOGI PENELITIAN

Kerangka Penelitian

Usaha yang memiliki konsep pemasaran dengan tujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen, perlu untuk memperhatikan perilaku konsumen (Kotler 1997; Sumarwan 2003). Pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka, melalui berbagai proses keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Menurut Engel, *et.al* (1994), faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terdiri dari pengaruh lingkungan, perbedaan individu, dan proses psikologis.

Edhie's Bakery merupakan salah satu UKM yang bergerak dalam usaha pembuatan bakery di Bogor. Produk Edhie's Bakery memiliki keunggulan berupa banyaknya varian produk dengan harga terjangkau, kualitas yang tinggi dan rasa terjamin. Namun, di pasar bakery yang semakin kompleks, Edhie's Bakery harus

bersaing dengan UKM sejenis lainnya. Edhie's Bakery harus mampu mempertahankan konsumen yang telah menjadi pelanggan dan sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen lainnya. Oleh karena itu, Edhie's Bakery perlu mengetahui atribut-atribut yang harus dipertahankan bahkan ditingkatkan dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen serta menguasai pasar secara luas. Para konsumenlah yang dapat menilai atribut-atribut mana saja yang paling penting untuk dipertahankan (Gazpers, 1997). Atribut-atribut tersebut dapat meliputi harga, rasa, warna, aroma, variasi, kemasan, dan lain sebagainya. Setelah pihak UKM mengetahui atribut yang sangat menentukan atau dianggap penting, maka pihak UKM akan mempertahankan atau lebih berfokus pada atribut tersebut.



Gambar 2: Kerangka Pemikiran Konseptual

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di UKM EDHIE'S BAKERY, Jl Kedung Halang Talang No. 653 RT. 06/03 Bogor Utara. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan alasan adanya kerjasama antara IPB dengan UKM Edhie's Bakery. Penelitian ini dilakukan pada bulan November sampai dengan bulan Januari tahun 2009.

Jenis dan Sumber Data

Jenis-jenis data yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu data subjek (*self report data*) dan data *documentary*. Data subjek merupakan jenis data penelitian yang berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seorang atau sekelompok orang yang menjadi subjek penelitian (responden). Data subjek dapat diklasifikasikan berdasarkan bentuk tanggapan atau respon yang diberikan, yaitu lisan (verbal), tertulis dan ekspresi. Respon

verbal diberikan sebagai tanggapan atas pertanyaan dalam wawancara. Respon tertulis diberikan sebagai tanggapan atas kuesioner, sedangkan respon ekspresi diperoleh dari proses observasi.

Data *documentary* adalah jenis data penelitian yang berupa faktur, jurnal, surat-surat, notulen hasil rapat, memo atau dalam bentuk laporan program. Data *documentary* memuat semua hal yang terlibat dalam kejadian. Menurut sumbernya, data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang didapat melalui wawancara dan pengisian kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur maupun referensi diluar individu yang disajikan dalam bentuk diagram atau tabel.

Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Edhi Sunarno selaku pemilik usaha Edhie's Bakery. Data primer juga diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada responden yaitu para konsumen yang membeli produk Edhie's Bakery, sedangkan data sekunder diperoleh dari penelusuran pustaka dan publikasi elektronik (internet).

Penentuan Sampel

Responden penelitian ditentukan secara *purposive* dengan ketentuan pernah mengkonsumsi salah satu produk UKM Edhie's Bakery. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 30 orang dengan asumsi jumlah ini sudah memenuhi kebutuhan minimal analisis. Responden merupakan mahasiswa tingkat tiga jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan selama kurang lebih satu bulan yang diperoleh melalui wawancara kepada narasumber yaitu pemilik UKM Edhie's Bakery serta pengisian kuesioner oleh responden. Data digunakan untuk mengidentifikasi strategi apa yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Jumlah responden yang digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen sebanyak 30 responden.

Metode Pengolahan Data

Pengolahan dan analisis data hasil pengisian kuesioner dilakukan melalui uji validitas dan uji realibilitas. Uji validitas digunakan untuk melihat hubungan diantara masing-masing pertanyaan, sehingga memiliki keterkaitan yang erat diantaranya. Sedangkan uji realibilitas dilakukan agar semua pertanyaan tersebut sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan (Umar, 2003). Data diolah dengan menggunakan *Microsoft Excel* dan *software SPSS Version 13*.

Setelah kuesioner terbentuk, langkah awal yang dilakukan adalah menguji validitas kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson*. Uji validitas ini digunakan untuk menghitung nilai korelasi (*r*) antara data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total. Validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat mengukur apa yang akan

diukur (Umar, 2003). Jika kuesioner terbukti valid, maka keabsahan kuesioner tersebut diuji reliabilitasnya. Menurut Umar (2003), reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama. Uji reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan rumus *alpha*. Kuesioner yang telah teruji selanjutnya digunakan untuk mengumpulkan data. Setelah data diperoleh, lalu diolah dengan menggunakan metode *Important-Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut produk, dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan. *Important-Performance Analysis* (IPA) adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengukur atribut-atribut atau dimensi-dimensi dari tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja yang diharapkan konsumen dan sangat berguna bagi pengembangan program strategi pemasaran yang efektif (Simamora, 2004). *Important-Performance Analysis* digunakan untuk mendapatkan informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut-atribut produk dengan cara mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Penentuan tingkat kepentingan menggunakan skala 5 tingkat (Likert) terhadap tingkat kepentingan (tidak penting (1) hingga sangat penting (5)) dan kinerja (kurang puas (1) hingga sangat puas (5)).

Customer Satisfaction Index merupakan suatu skala pengukuran yang menggambarkan tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk (Siagian D, 2002). Adapun tahap-tahap dalam mengukur CSI adalah sebagai berikut :

1. Menghitung *Weighted Factor* yaitu mengubah nilai rata-rata tingkat kepentingan menjadi angka persen, sehingga didapatkan total *Weighting Factor* 100 %.
2. Menghitung *Weighting Score*, yaitu nilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja dengan *Weighting Factor*.
3. Menghitung *Weighted Total*, yaitu menjumlahkan *Weighted Score* dari semua atribut.
4. Menghitung *Satisfaction Index*, yaitu *Weighted Total* dibagi skala maksimal yang digunakan (dalam penelitian ini skala maksimum adalah 5) kemudian dikali 100 % .
5. Hasil dari analisis CSI akan diperoleh hasil yang ditunjukkan pada tabel 1 yang memiliki makna sebagai berikut:

Tabel 1. Nilai Indeks Kepuasan Konsumen

No.	Nilai Indeks Kepuasan Konsumen	Indeks Kepuasan Konsumen
1.	0,81-1,00	Sangat Puas
2.	0,66-0,80	Puas
3.	0,51-0,65	Cukup Puas
4.	0,35-0,50	Kurang Puas
5.	0,00-0,34	Tidak Puas

Tabel diatas menunjukkan range nilai indeks kepuasan konsumen terhadap produk UKM Edhie's Bakery.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja

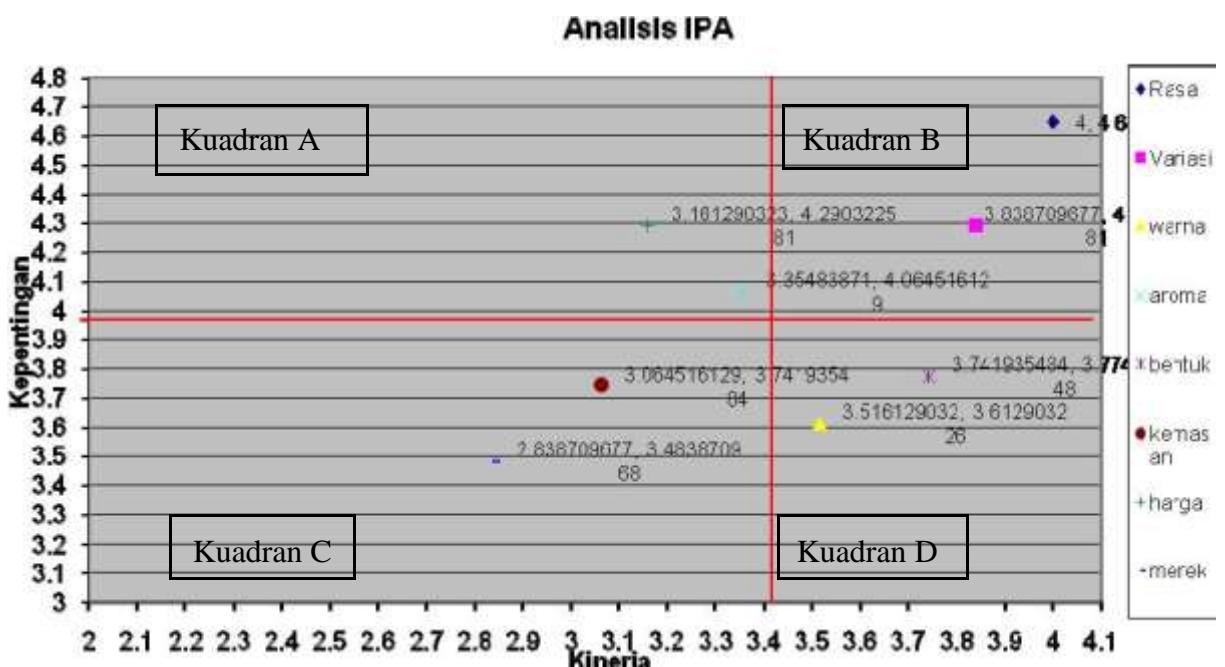
Pada analisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk Edhie's Bakery dapat diketahui sejauh mana tingkat kepentingan dan kinerja setiap atribut produk yang dapat memenuhi kebutuhan responden. Atribut yang akan dianalisis berjumlah delapan atribut dan dinilai oleh 30 responden. Atribut dari produk Edhie's Bakery tersebut adalah rasa, variasi, warna, aroma, bentuk, kemasan, harga, dan merek. Nilai tingkat kepentingan dan kinerja untuk masing-masing produk Edhie's Bakery diperlihatkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai tingkat kepentingan dan kinerja

Atribut Produk	Rata-rata Tingkat Kepentingan	Rata-rata Tingkat Kinerja
Rasa	4,645161	4,000000
Variasi	4,290323	3,838710
Warna	3,612903	3,516129
Aroma	4,064516	3,354839
Bentuk	3,774194	3,741935
Kemasan	3,741935	3,064516
Harga	4,290323	3,161290
Merek	3,483871	2,838710
Rata-rata Nilai Keseluruhan	3,987903	3,439516

Berdasarkan tabel, atribut yang memiliki nilai kepentingan dan kinerja tertinggi adalah rasa, sedangkan atribut yang memiliki nilai terendah adalah merek.

Important Performance Analysis (IPA)



Gambar 3: Diagram kartesius Important Performance Analysis

Diagram kartesius diperlukan untuk melihat kedudukan delapan atribut produk Edhie's Bakery yang diperoleh berdasarkan skor tingkat kepentingan dan skor tingkat kinerja. Dengan demikian, perusahaan dapat mengaitkan pentingnya atribut-atribut tersebut dengan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen, sehingga pihak Edhie's Bakery dapat memfokuskan perbaikan yang harus dilaksanakan. Diagram kartesius menggambarkan tingkatan prioritas perbaikan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja. Garis yang memotong sumbu kinerja (X) adalah rata-rata dari tingkat kinerja sebesar 3,987903 dan garis yang memotong sumbu kepentingan (Y) adalah rata-rata dari tingkat kepentingan sebesar 3,439516. Hasil analisis pada Gambar 3 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Prioritas Utama (kuadran A)

Merupakan wilayah yang dianggap penting oleh konsumen tetapi pada kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai seperti yang diharapkan. Atribut utama yang harus diprioritaskan oleh pihak Edhie's Bakery untuk segera diperbaiki kinerjanya adalah harga. Hal ini membuktikan bahwa produk Edhie's Bakery dirasakan memiliki harga yang mahal sehingga harus diperhatikan oleh pihak Edhie's Bakery. Atribut kedua yang perlu diperhatikan adalah atribut aroma, karena atribut ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, aroma yang lezat akan disambut baik oleh konsumen.

2. Pertahankan Prestasi (kuadran B)

Wilayah yang dianggap penting dan sudah sesuai dengan yang dirasakan oleh konsumen, memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini adalah variasi dan rasa. Atribut variasi memiliki tingkat kinerja yang baik, hal ini merupakan prestasi bagi perusahaan, dengan kata lain variasi yang terdapat pada roti dapat menarik minat konsumen untuk membeli roti tersebut. Selain variasi, atribut lain yang menjadi prestasi perusahaan adalah rasa. Rasa dari produk Edhie's bakery memiliki citra yang baik dimata konsumen.

3. Prioritas Rendah (kuadran C)

Atribut-atribut pada kuadran C ini kurang dianggap penting oleh konsumen dan kinerjanya dinilai rendah oleh konsumen. Atribut-atribut pada kuadran ini adalah kemasan dan merek. Atribut-atribut yang berada dalam kuadran ini tidak terlalu bermasalah apabila kinerjanya tidak diperbaiki dalam waktu dekat dikarenakan atribut tersebut dianggap tidak terlalu penting oleh responden. Kemasan dianggap kurang baik oleh konsumen karena produk Edhie's Bakery tidak memiliki kemasan untuk membungkus produknya. Merek memiliki nilai yang rendah karena produk Edhie's Bakery ini tidak mencantumkan nama dagang untuk produknya.

4. Berlebihan (kuadran D)

Atribut yang berada pada kuadran ini mempunyai tingkat kinerja yang sangat baik yang dinilai oleh konsumen, tetapi atribut ini memiliki tingkat kepentingan yang tidak begitu penting dinilai oleh konsumen. Pihak perusahaan tidak perlu terlalu fokus pada peningkatan kinerja terhadap atribut di kuadran ini, karena memiliki nilai kinerja yang baik. Atribut tersebut adalah warna dan bentuk, peningkatan kinerja pada atribut kuadran D akan dianggap berlebihan oleh konsumen.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Berikut tabel nilai *Customer Satisfaction Index*, yang menunjukkan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Edhie's Bakery.

Tabel 3. Nilai Customer Satisfaction Index

Atribut Produk	Rata-rata Tingkat Kepentingan	Importance Weighting Factor (%)	Rata-rata Tingkat Kinerja	Weighted Score
Rasa	4,645161	14,560160	4,000000	0,582406
Variasi	4,290323	13,447928	3,838710	0,516226
Warna	3,612903	11,324569	3,516129	0,398186
Aroma	4,064516	12,740141	3,354839	0,427411
Bentuk	3,774194	11,830132	3,741935	0,442675
Kemasan	3,741935	11,729017	3,064516	0,359437
Harga	4,290323	13,447928	3,161290	0,425128
Merek	3,483871	10,920121	2,838710	0,309990
Total	31,903226	100,000000	3,439516	
Weighted Total				3,461463
<i>Satisfaction Index (%)</i>				69,22926

Berdasarkan perhitungan, nilai CSI produk Edhie's Bakery sebesar 69,22%. Konsumen dapat dikatakan "puas" dengan produk yang dipasarkan Edhie's Bakery.

PENUTUP

Kesimpulan

Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Edhie's Bakery dapat dikatakan "Puas" karena memiliki nilai tingkat *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 0,6922 atau 69,22% dan atribut yang harus diperbaiki oleh UKM Edhie's Bakery adalah aroma dan harga.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan, saran yang dapat diajukan adalah:

1. Sebaiknya Edhie's Bakery lebih memperhatikan atribut harga dan aroma, karena kedua atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dimata konsumen tetapi memiliki nilai kinerja yang masih rendah.
2. Sebaiknya produk Edhie's Bakery dilengkapi dengan kemasan, merek, dan izin dari Depkes untuk mendapatkan kepercayaan lebih dari konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Engel JF, Blackwell RD, Miniard PW. 1994. Perilaku Konsumen. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Gasperz V. 1997. Manajemen Bisnis Total. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Irawan H. 2002. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler P. 1997. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prehallindo.
- _____. 2002. Manajemen Pemasaran Edisi Millenium. Jakarta: Prehallindo.
- Macaulay S, Cook S. 1997. How to Improve Your Customer Service. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siagian D. 2002. Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora B. 2004. Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia. Sumarwan
- U. 2003. Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Umar H. 2003. Metode Riset Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.