

## Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Inovasi Pengolahan Ikan Desa Banjarwati, Lamongan

<sup>1</sup>M. Sulton, <sup>2</sup>Athoillah, <sup>3</sup>F.W. Rizkyana

<sup>1</sup>Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan; Lamongan. (0322) 315987

<sup>2,3</sup> Universitas Negeri Semarang; Sekaran, Gn. Pati, Kota Semarang. (024) 8508015

e-mail: <sup>1</sup>sulton@ahmaddahlan.ac.id, <sup>2</sup>athok@mail.unnes.ac.id, <sup>3</sup>fitrarenarizkyana@mail.unnes.ac.id

### Abstrak

Pemanfaatan dan pengembangan potensi sumberdaya pesisir dan laut menjadi paradigma baru pembangunan di masa sekarang yang harus dilaksanakan secara rasional dan berkelanjutan. Kebijakan ini sangat realistis karena didukung adanya potensi sumberdaya pesisir dan laut yang masih cukup besar peluang untuk pengembangan usaha dibidang perikanan baik penangkapan maupun usaha budidaya ikan (Lasabuda, 2013). Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen suatu usaha secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan penilaian pengguna terhadap kinerja pada atribut-atribut yang diukur. Hasil Pengukuran Tingkat Kepentingan Dan Pengukuran Tingkat Kepuasan dapat disimpulkan bahwa rata-rata pelanggan merasa penting dan rata-rata puas dengan inovasi produk dari pengolahan ikan asap di desa banjarwati..

**Kata kunci** : Kualitas Layanan, Tingkat Kepentingan, Kepuasan Pelanggan

### Abstract

*Utilization and development of coastal and marine resource potential is a new development paradigm today that must be implemented rationally and sustainably. This policy is very realistic because it is supported by the potential of coastal and marine resources, which still have quite large opportunities for business development in the fisheries sector, both fishing and fish cultivation (Lasabuda, 2013). The Customer Satisfaction Index (CSI) is used to determine the overall level of customer satisfaction of a business with an approach that considers user assessments of performance on the attributes being measured. From the results of measuring the level of importance and satisfaction, it can be concluded that the average customer feels important and, on average, is satisfied with product innovation from smoked fish processing in Banjarwati village.*

**Keywords** : *Service Quality, Level of Importance, Customer Satisfaction*

## PENDAHULUAN

Potensi sumber daya kelautan dan perikanan menyebabkan munculnya suatu aktivitas atau usaha di bidang perikanan sesuai dengan kondisi lokasi dan fisiknya. Banyak penduduk yang menggantungkan kehidupan mereka pada laut yakni sebagai nelayan. Kehidupan nelayan yang sangat bergantung pada alam dan senantiasa diliputi kekhawatiran ketika musim pasang tiba, seringkali kondisi demikian dihadapi oleh para nelayan (Wijayanti, 2008).

Pengalihan sasaran pembangunan ke wilayah pesisir dan laut merupakan salah satu alternatif pembangunan yang selama ini hanya bertumpu pada sektor pertanian dengan tingkat kejenuhan yang sudah semakin tinggi. Hal tersebut tetap untuk memadukan tiga kepentingan pembangunan, yaitu: mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta menjaga kualitas sumberdaya dan lingkungan. Upaya memadukan ketiga kepentingan tersebut diantaranya dapat ditempuh melalui penerapan prinsip-prinsip yang terdapat dalam konsep Blue Economy (Pauli, 2010) Pada tahun 2010 telah diperkenalkan konsep Blue Economy oleh Gunter Pauli melalui bukunya berjudul The Blue Economy. Hal ini salah satu yang mendasari peralihan pembangunan dari terestrial ke maritim, juga karena pertimbangan potensi dari Indonesia, yang merupakan negara kepulauan terbesar di dunia, menerapkan ekonomi

hijau saja tidak cukup perlu dibarengi dengan konsep ekonomi biru. Oleh karena itu, pemerintah terus mengusung prinsip ekonomi biru (blue economy) di dalam setiap perencanaan pembangunannya. Selain itu, atas pertimbangan sudah banyak nilai-nilai kearifan lokal yang menerapkan prinsip blue economy, yang mempertimbangkan aspek pelestarian perikanan dan distribusi sumber daya yang berkelanjutan. Artinya, bagaimana menyelaraskan antara kearifan lokal tersebut dengan konsep-konsep blue economy untuk mewujudkan pembangunan kelautan dan perikanan yang lestari dan berkelanjutan.

Pemanfaatan dan pengembangan potensi sumberdaya pesisir dan laut menjadi paradigma baru pembangunan di masa sekarang yang harus dilaksanakan secara rasional dan berkelanjutan. Kebijakan ini sangat realistis karena didukung adanya potensi sumberdaya pesisir dan laut yang masih cukup besar peluang untuk pengembangan usaha dibidang perikanan baik penangkapan maupun usaha budidaya ikan (Lasabuda, 2013). Dasar dalam pengelolaan sumber daya ikan adalah bagaimana memanfaatkan sumber daya sehingga menghasilkan manfaat ekonomi yang tinggi bagi pengguna, namun kelestariannya tetap terjaga Fauzi dan Anna (2005). Provinsi Jawa Timur mempunyai luas areal penangkapan ikan di perairan umum daratan dan laut termasuk Zona Ekonomi Eksklusif seluas 208.097 km<sup>2</sup>, tiga Kabupaten unggulan dalam penangkapan perikanan laut yaitu Kabupaten Lamongan, Kabupaten Banyuwangi dan Kabupaten Trenggalek (Hendarto, 2008). Pemanfaatan sumber daya perikanan di Kabupaten Lamongan tergolong pada tipologi perikanan tangkap pelagis kecil. Wilayah ini sangat strategis dan termasuk sentra produksi perikanan di Jawa Timur karena memiliki panjang pantai kurang lebih 47 km dengan lebar 4 mil laut dengan armada tangkap 7.527 unit, alat tangkap sebanyak 8.466 unit dan didukung oleh lima tempat pelelangan ikan (TPI) (Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Lamongan, 2014).

Sentra usaha perikanan tangkap di Kabupaten Lamongan berada di Kecamatan Paciran. Jenis alat tangkap yang digunakan didominasi dengan alat tangkap dogol, bubu dan gillnet. Jenis ikan yang tertangkap tergolong ikan pelagis kecil yaitu swanggi/ mata besar, kuniran, tembang, salem, layang, dan kurisi serta hasil sampingan ikan rucah. Ikan rucah merupakan ikan berukuran kecil dan hasil tangkapan sampingan oleh nelayan yang terdiri dari ikan cucut, ikan tembang, ikan kuniran, udang rebon, ikan selar, ikan kurisi dan sejenisnya yang memiliki nilai ekonomis relatif rendah (APFIC, 2005).

Berangkat dari paparan di atas yang melatari pemanfaatan potensi pengolahan ikan, salah satunya yaitu ikan asap merupakan salah satu jenis pengolahan ikan dengan cara pengasapan untuk mengawetkan ikan dan memberikan rasa yang spesifik dan aroma yang khas.

#### Definisi Kepuasan

Menurut Kotler (2008) kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau pelayanan yang diberikan. Apabila penampilan kurang dari harapan, maka pelanggan tidak dipuaskan, namun apabila penampilan sebanding dengan harapan, pelanggan puas, dan apabila penampilan melebihi harapan pelanggan akan sangat puas atau senang. Secara umum kepuasan konsumen dan ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari perbedaan antara harapan dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen, atau dengan kata lain ada dua kemungkinan yang akan terjadi, yaitu:

1. Kinerja yang dirasakan konsumen lebih besar dari yang diharapkan, artinya konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan
2. Kinerja yang dirasakan konsumen lebih kecil dari yang diharapkan, artinya konsumen tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.

#### Definisi Layanan

Layanan adalah pemberian suatu kinerja atau tindakan tidak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, di mana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut. Pada pengertian yang

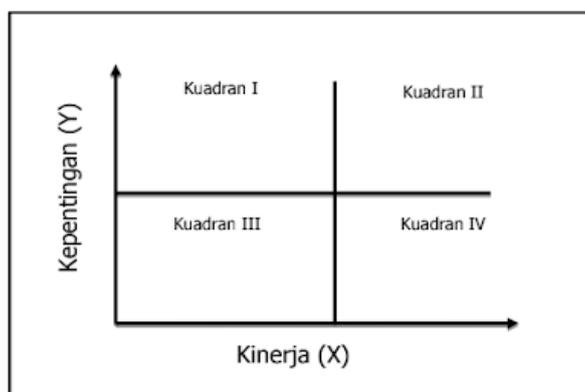
lain, jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi, yang bersifat tak teraba, yang direncanakan untuk pemenuhan kepuasan konsumen.

**Dimensi Kualitas Layanan**

Menurut Parasuraman yang dikutip Fandy Tjiptono (2002:70) mengemukakan lima dimensi pokok kualitas pelayanan, kelima dimensi pokok tersebut meliputi:

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keyakinan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan

Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggannya.



**Gambar 1.** Diagram Kartesius Importance-Performance Analysis

**Customer Satisfaction Index**

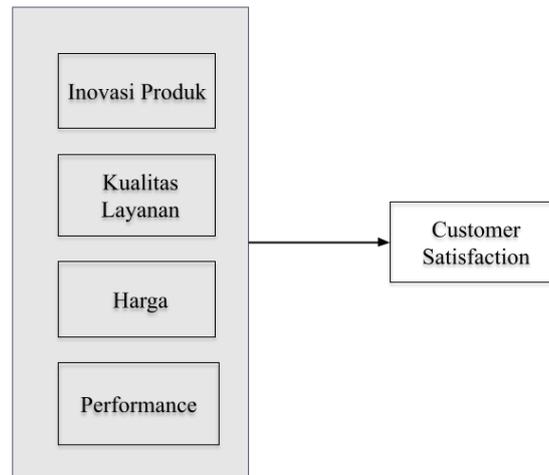
Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan/konsumen suatu perusahaan/penyedia jasa secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan penilaian pengguna terhadap kinerja pada atribut-atribut yang diukur. Interpretasi nilai CSI

Tabel 1. Customer Satisfaction Index Interpretation

Angka Indeks	Interpretasi
$X \leq 64\%$	Sangat Tidak Puas
$64\% < \leq 71\%$	Tidak Puas
$71\% < \leq 77\%$	Kurang Puas
$77\% < \leq 80\%$	Netral
$80\% < \leq 84\%$	Cukup Puas
$84\% < \leq 87\%$	Puas
$87\% < X$	Sangat Puas

**Kerangka Konsep**

Berdasarkan landasan teori dalam penelitian ini maka dibuat kerangka konsep penelitian



**Gambar 2.** Kerangka Konsep

**METODE PENELITIAN**

**Jenis Penelitian**

Dalam permasalahan yang telah dirumuskan diawal maka dalam penelitian ini menggunakan metode jenis penelitian yang bersifat deskriptif kuantitatif meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dengan tujuan untuk menguji penelitian yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2015; 14) menjelaskan “Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

**Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini yaitu di Desa Banjarwati, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Juli - Agustus 2022

**Populasi Penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono, (2015:167). Populasi adalah seluruh masyarakat desa banjarwati berjumlah 6319 orang (BPS, 2021). Pengertian tersebut menunjukkan bahwa bukan hanya manusia tetapi juga objek atau benda-benda subjek, bukan juga sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subjek atau objek populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat.

**Sampel Penelitian**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015:168). Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sampel jenuh atau sensus, yaitu metode penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2013:85). Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi dikarenakan keterbatasan peneliti dalam melakukan

penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang sangat banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus betul betul representatif (benar-benar mewakili). Wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kualitas dan karakteristik untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah seluruh masyarakat. Sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi. Sampel dalam penelitian ini diambil dari anggota populasi dengan memberikan peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel dengan teknik sampling sederhana secara acak (teknik sampel random sampling) Sugiyono (2009). Sampel tersebut diambil dari populasi dengan menggunakan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%. Penentuan ukuran sampel responden menggunakan rumus Slovin, yang ditunjukkan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :  
n = Ukuran sampel  
N = Ukuran Populasi  
e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Populasi: (N) = 6319 orang dengan asumsi tingkat kesalahan (e) = 10% maka jumlah sampel (n) adalah

$$n = \frac{6319}{1 + 6319(0,10)^2}$$

$$n = \frac{6319}{1 + 6319(0,01)}$$

$$= \frac{6319}{7319}$$

$$= 70,3490988$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebanyak 70 orang

#### Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, (2013: 2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dari definisi diatas metode penelitian kali ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden yang dalam penelitian ini masyarakat desa banjarwati dengan menggunakan kuesioner dan data yang diperoleh dari perusahaan. Kuesioner dibagikan kepada masyarakat yang akan diteliti dan diwajibkan untuk mengisi. Data sekunder yaitu data yang berisi dokumentasi, tulisan-tulisan dan data yang diperoleh dari studi pustaka dan buku-buku literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian.

#### Instrumen Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini digunakan jenis instrumen sebagai alat pengambilan data:

##### 1) Kuesioner

Teknik pengambilan dan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket/ kuesioner pada sejumlah sampel yang ditetapkan kepada responden yang dianggap mewakili seluruh populasi. Kuesioner dibagikan kepada masyarakat yang akan diteliti dan diwajibkan untuk mengisi.

Menurut Prof. Dr. Sugiyono (2013: 142), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk jawabnya.

##### 2) Wawancara

Dengan bertanya jawab atau wawancara langsung kepada masyarakat dan karyawan yang menjadi objek penelitian. Data sekunder yaitu data yang berisi dokumentasi, tulisan-tulisan dan data yang diperoleh dari studi pustaka dan buku-buku literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian.

##### 3) Bentuk dan Jenis Instrumen

Dalam metode penelitian ini menggunakan pernyataan yang ada di Kuesioner (angket) dan perhitungan skor menggunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi responden tentang fenomena social.

**Pengolahan Data**

Setelah data terkumpul kemudian diberikan skor pada setiap jawaban responden dan menganalisa hubungan antara variabel yang berhubungan, meliputi: a) Editing adalah memilih atau mengambil data yang perlu dan membuang data yang tidak perlu untuk memudahkan perhitungan dalam pengujian hipotesis. b) Rekapitulasi adalah proses pemberian kode tertentu terhadap macam dari kuesioner untuk kelompok pada kategori yang sama. c) Pengukuran Tingkat Kepentingan (Harapan Konsumen) Dan Pengukuran Tingkat Kepuasan pemberian skor pada data yang menggunakan skala likert, skala likert ini digunakan untuk memberi nilai derajat kesetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap suatu pernyataan untuk pemberian skor. Skala yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena social, Ditetapkan skor tertinggi diberi nilai 5 dan skor yang terendah diberi nilai 1.(Hidayat 2007; 107).

Tabel 2. Pengukuran Tingkat Kepentingan (Harapan Konsumen) Dan Pengukuran Tingkat Kepuasan

Nilai / Score	Skala Kepentingan	Skala Kepuasan
1	Tidak Penting	Tidak Puas
2	Kurang Penting	Kurang Puas
3	Cukup Penting	Cukup Puas
4	Penting	Puas
5	Sangat Penting	Sangat Puas

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Validitas**

Suatu skala atau instrumen pengukur (kuesioner) dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut, sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan mengetahui korelasi tiap-tiap butir atribut dengan nilai total yang diperoleh. Rumus umum untuk menghitung korelasi ini dapat dilihat pada Rumus 2. Nilai r<sub>xy</sub> kemudian dibandingkan dengan r tabel. Apabila r<sub>xy</sub> tabel lebih besar dari r tabel maka atribut tersebut dinyatakan valid.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

- r<sub>xy</sub> = Koefisien korelasi suatu atribut
- N = Jumlah subjek
- X = Skor suatu atribut
- Y = Skor total

## Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha lebih dari r tabel. Perhitungan untuk memperkirakan reliabilitas yaitu menggunakan rumus alpha.

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

$r_{11}$  = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item

$S_t$  = Varians total

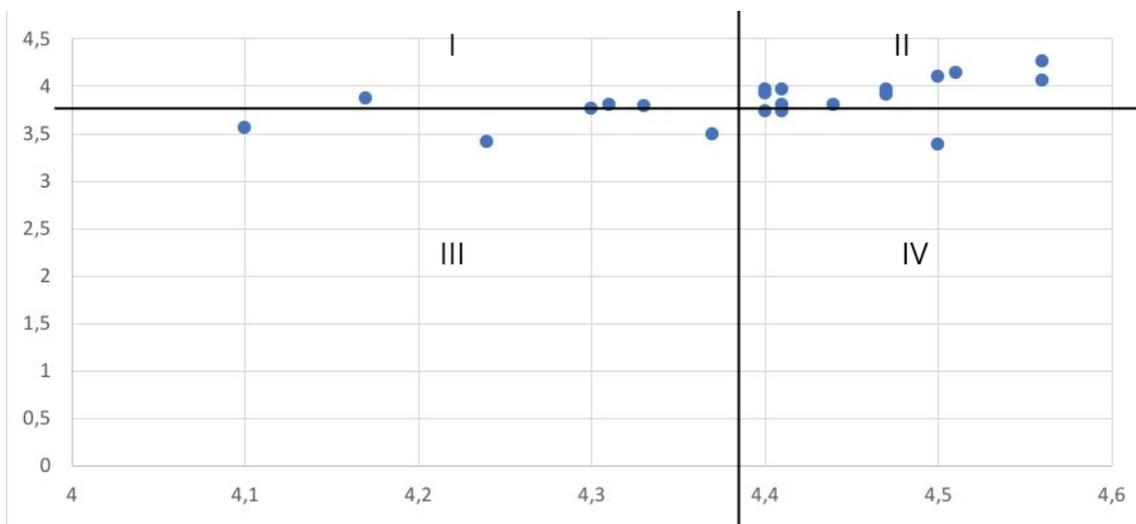
$k$  = Jumlah item

Tabel 3. Hasil Pengukuran Tingkat Kepentingan Dan Pengukuran Tingkat Kepuasan

No	Atribut	Bobot Kepentingan	Bobot Kepuasan
1	Produk yang dihasilkan tidaklah benar-benar baru tetapi relatif baru untuk sebuah pasar	292	271
2	Meningkatkan kualitas dari menu yang disediakan	313	274
3	Produk baru bagi bisnis tetapi tidak baru bagi pasar	287	249
4	Penyajian menu dengan cara baru dan berbeda	309	262
5	Produk yang termasuk baru baik bagi bisnis maupun pasar	315	237
6	Produk menjadi ciri khas bisnis	306	244
7	Kecepatan pelayanan dalam melayani konsumen	311	267
8	Kecepatan pelayanan dalam menyajikan pesanan konsumen	308	262
9	Ketepatan waktu dalam menyajikan pesanan konsumen	309	278
10	Ketepatan dalam kesesuaian keinginan konsumen dengan pelayanan yang diberikan	297	239
11	Keramahan dalam melayani konsumen yang datang	309	266
12	Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan	302	266
13	Harga bervariasi sesuai dengan produk yang ditawarkan	303	265

14	Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen	301	264
15	Harga produk sesuai dengan Kualitas yang didapatkan konsumen	308	275
16	Harga produk yang dapat bersaing dengan produk lain	315	287
17	Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya.	313	275
18	Cita rasa produk yang berbeda menjadikan produk mampu untuk bersaing	325	278
19	Warna dari produk sendiri punya karakter	316	290
20	Aroma yang khas dari produk membuat pelanggan loyal	319	298
21	Komposisi Produk yang selaras dengan selera lokal dan nasional	308	278
22	Desain Kemasan menarik pelanggan	319	284

Dari tabel Hasil Pengukuran Tingkat Kepentingan Dan Pengukuran Tingkat Kepuasan diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata pelanggan merasa penting dan rata-rata puas dengan inovasi produk dari pengolahan ikan asap di desa banjarwati.



**Gambar 3.** Diagram Kartesius Importance-Performance Analysis

Tahap selanjutnya adalah melakukan pemetaan antara tingkat kepentingan (importance) dan tingkat kinerja (performance) ke dalam diagram kartesius Importance-Performance Analysis sebagai berikut:

Kuadran I (concentrate these) menunjukkan bahwa masih belum sesuai dengan yang diharapkan oleh pengguna, sebagai pihak pengolah harus bisa lebih memperhatikan dan meningkatkan lagi faktor-faktor tersebut. Atribut yang ada pada kuadran I antara lain: Komposisi Produk yang

selaras dengan selera lokal dan nasional, Ketepatan dalam kesesuaian keinginan konsumen dengan pelayanan yang diberikan.

Kuadran II (keep up the good work) menunjukkan bahwa sudah dianggap sesuai oleh para pelanggan, antara lain: Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan, Produk menjadi ciri khas bisnis, Cita rasa produk yang berbeda menjadikan produk mampu untuk bersaing.

Kuadran III (low priority) menunjukkan bahwa atribut bukanlah hal yang terlalu penting bagi para pengguna, serta pada kenyataannya kinerjanya tidak istimewa. Peningkatan faktor terlalu faktor yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pengguna sangat kecil. Atribut yang ada pada kuadran ini antara lain: Produk yang dihasilkan tidaklah benar-benar baru tetapi relatif baru untuk sebuah pasar.

Kuadran IV (possible overkill) menunjukkan bahwa Produk baru bagi bisnis tetapi tidak baru bagi pasar.

Tabel 4. Customer Satisfaction Index

No	Atribut	Range Kepentingan	Range Kepuasan
1	Produk yang dihasilkan tidaklah benar-benar baru tetapi relatif baru untuk sebuah pasar	4,17	3,87
2	Meningkatkan kualitas dari menu yang disediakan	4,47	3,91
3	Produk baru bagi bisnis tetapi tidak baru bagi pasar	4,1	3,56
4	Penyajian menu dengan cara baru dan berbeda	4,41	3,74
5	Produk yang termasuk baru baik bagi bisnis maupun pasar	4,5	3,39
6	Produk menjadi ciri khas bisnis	4,37	3,49
7	Kecepatan pelayanan dalam melayani konsumen	4,44	3,81
8	Kecepatan pelayanan dalam menyajikan pesanan konsumen	4,4	3,74
9	Ketepatan waktu dalam menyajikan pesanan konsumen	4,41	3,97
10	Ketepatan dalam kesesuaian keinginan konsumen dengan pelayanan yang diberikan	4,24	3,41
11	Keramahan dalam melayani konsumen yang datang	4,41	3,8
12	Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan	4,31	3,8
13	Harga bervariasi sesuai dengan produk yang ditawarkan	4,33	3,79

14	Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen	4,3	3,77
15	Harga produk sesuai dengan Kualitas yang didapatkan konsumen	4,4	3,93
16	Harga produk yang dapat bersaing dengan produk lain	4,5	4,1
17	Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya.	4,47	3,93
18	Cita rasa produk yang berbeda menjadikan produk mampu untuk bersaing	4,47	3,97
19	Warna dari produk sendiri punya karakter	4,51	4,14
20	Aroma yang khas dari produk membuat pelanggan loyal	4,56	4,26
21	Komposisi Produk yang selaras dengan selera lokal dan nasional	4,4	3,97
22	Desain Kemasan menarik pelanggan	4,56	4,06

Analisis Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan olahan ikan asap di desa banjarwati secara menyeluruh dengan menggunakan kriteria nilai seperti pada Tabel 1. Berdasarkan hasil perhitungan penentuan nilai CSI, maka diperoleh nilai CSI sebesar 62,56%,  $62\% < \leq 77\%$ ; cause for concern). Hal ini berarti atribut-atribut pelayanan jasa yang diberikan oleh pelanggan olahan ikan asap di desa banjarwati secara keseluruhan masih belum bisa dikatakan memuaskan dan atribut-atribut pelayanan tersebut masih perlu mendapat perhatian untuk terus ditingkatkan oleh pelanggan olahan ikan asap di desa banjarwati.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dari produk olahan ikan asap di desa banjarwati, dapat disimpulkan bahwa:

1. Penelitian ini menggunakan 22 atribut/ Pernyataan yang mewakili setiap dimensi kualitas pelayanan, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy
2. Pada Importance-Performance Analysis diperoleh perpotongan sumbu X (kinerja) sebesar 3,83 dan sumbu Y (kepentingan) sebesar 4,39. Hasil perpotongan sumbu pada diagram kartesius menghasilkan kualifikasi kuadran menjadi 4 bagian, yaitu kuadran I, kuadran II, kuadran III, dan kuadran IV
3. Faktor yang berhubungan dengan Cita rasa produk yang berbeda menjadikan produk mampu untuk bersaing merupakan prioritas utama yang harus dilaksanakan, karena faktor-faktor tersebut sangat penting menurut pelanggan, namun dalam pelaksanaannya masih dirasa belum memuaskan
4. Komposisi Produk yang selaras dengan selera lokal dan nasional adalah faktor yang bukan menjadi prioritas utama bagi para pengguna
5. Secara umum kinerja kepuasan yang diberikan pada produk ke para pelanggan masih belum memuaskan, sehingga masih harus diperhatikan untuk dilakukan perbaikan dan

peningkatan dalam memberikan produk yang terbaik kepada konsumen. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan nilai CSI sebesar 62,56%.

### SARAN

Sebagaimana hasil yang diperoleh dari penelitian ini, peneliti memberikan saran untuk dilakukan kajian lanjutan untuk melihat pengaruh dari perbaikan atribut-atribut produk hasil analisis terhadap kepuasan konsumen

### DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gery & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Anggun Setya Ningrum, Sri Suryoko (2018), Pengaruh Harga, Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Peacockoffie Semarang. Ejournal3.undip.ac.id
- Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 2000. Reabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Danang, Sunyoto, 2013. Teori Kuesioner dan Analisis Data Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Dimas, Maulana. 2020. Pengaruh Store Atmosfer, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Café Wapress JK Pemalang. Core.ac.uk
- Dinda, Andriani. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana Resto Terhadap Keputusan pembelian pada Café dan Resto Sugar Rush di Bontang. Core.ac.uk
- Durianto, Darmadi (2011). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Cetakan XX. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Fandy Tjiptono, (2002). Strategi Pemasaran. Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. (2008). Strategi Peemasaran Edisi 3. Yogyakarta : Andi Offset
- Fandy, Tjiptono. (2004). Manajemen Jasa, Edisi Pertama, Yogyakarta : Andi Offset.
- Fandy, Tjiptono. (2011). Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi. 2. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Martin, W. (2005). Quality Customer Service: Cara Jitu Memikat Hati Pelanggan. Jakarta: Penerbit PPM.
- Novel, H., Napitulu, H. (2013). Penelitian Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Jasa Puskesmas Medan Johor Dengan Metode SERVPERF (Service Performance) Dan Customer Satisfaction Index. e-Jurnal Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Sumatera Utara-Medan.
- Rizal. (2012). Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Industri Transportasi Massal dengan Metode Servqual Studi Kasus Trans Jakarta Koridor VI. Skripsi. Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Indonesia-Depok.
- Supranto, J. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. Jakarta: Penerbit RINEKA CIPTA.
- Wicaksono, DS. (2010). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Taksi Untuk Meningkatkan Loyalitas. Tesis. Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Diponegoro-Semarang.