

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK SAYURAN ORGANIK DI PASAR MODERN PLAZA ASIA TASIKMALAYA

LEVEL OF CUSTOMER SATISFACTION WITH ATTRIBUTES OF ORGANIC VEGETABLE PRODUCTS IN MARKET MODERN PLAZA ASIA TASIKMALAYA

WILDAN ALI MAULUDIN^{1*}, DINI ROCHDIANI², IVAN SAYID NURAHMAN³

¹Fakultas Pertanian, Universitas Galuh Ciamis

²Fakultas Pertanian Universitas Padjajaran

*Email: Wildanali540@gmail.com

ABSTRAK

Sayur merupakan makanan sehat untuk dimakan dan berperan penting bagi kesehatan manusia apalagi jika sayuran tersebut berlabel organik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen dan tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut sayuran organik di pasar modern Plaza Asia Tasikmalaya. Jenis penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dengan menggunakan metode survei. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan metode *judgement sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah Konsumen yang bersedia diwawancarai sedang membeli atau pernah membeli sayuran organik di Plaza Asia Tasikmalaya yaitu sebanyak 100 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen sayuran organik yaitu rata-rata usia 34 tahun, didominasi oleh perempuan, sudah menikah, tingkat pendidikan perguruan tinggi, dengan pekerjaan ibu rumah tangga dan pendapatan > 4.000.000 Rupiah. Tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut sayuran organik di pasar modern Plaza Asia Tasikmalaya berdasarkan hasil perhitungan *Customers Satisfaction Index* (CSI), diperoleh hasil nilai sebesar 75,74. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan umum konsumen sayuran organik di pasar modern Plaza Asia Tasikmalaya dapat dikatakan puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kata Kunci : Tingkat Kepuasan Konsumen, Sayuran Organik

ABSTRACT

Vegetables are healthy foods for consumption and play an important role for human health, especially if the vegetables are labeled as organic. This investigation will identify the characteristics of consumers and how satisfied customers are with the attributes of organic vegetables at the modern market Plaza Asia Tasikmalaya. Descriptive study employing these methods is part of this type of survey methods. In this investigation, non-probability sampling was the method of choice. by using the judgment sampling method. Respondents in this study were consumers who were willing to be interviewed while buying or had bought organic vegetables at Plaza Asia Tasikmalaya, namely 100 respondents. The analysis employed in this study is Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI). The results showed that the characteristics of organic vegetable consumers were an average age of 34 years, dominated by women, married, tertiary educational level, with a housewife job and income > 4,000,000 Rupiah. The level of consumer satisfaction with the attributes of organic vegetables at the modern market Plaza Asia Tasikmalaya based on the results of the calculation obtained a value of on the Customer Satisfaction Index (CSI). 75.74. This shows that overall satisfaction of organic vegetable consumers in the modern market of Plaza Asia Tasikmalaya deemed happy with the services rendered by the company.

Keywords: Level of Consumer Satisfaction, Organic Vegetables

PENDAHULUAN

Karena memiliki kandungan lemak dan karbohidrat yang rendah tetapi mengandung banyak vitamin, mineral, dan serat, sayur merupakan makanan yang sehat untuk dikonsumsi dan sangat penting bagi kesehatan manusia. Serat pangan pada sayur juga baik untuk kesehatan karena membantu mengontrol berat badan atau kegemukan (obesitas), mengobati diabetes, mencegah gangguan pencernaan, kanker kolon, dan mengurangi kolesterol dan penyakit jantung (Santoso, 2011).

Konsumen sayuran organik memperhatikan karakteristik produk salah satunya dari kualitas. Suatu barang atau jasa memiliki kemampuan yang didefinisikan sebagai kualitas dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Karena produk berkualitas tinggi yang tersedia untuk konsumen, perasaan suka dan puas pada produk tersebut akan menunjukkan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian. Menurut Prianisa (2017) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang diperkirakan dengan kinerja (atau hasil) yang diharapkan..

Pasar modern yang lengkap dan nyaman menawarkan berbagai produk, seperti sayuran segar lokal, yang biasanya

dapat ditemukan di pasar tradisional, dan sayuran segar impor. Berbagai jenis sayuran yang tersedia di pasar modern belum tentu menjamin bahwa pelanggan akan kembali berbelanja di sana dan menjadi pelanggan tetap. Perusahaan sangat memperhatikan bagaimana konsumen menilai kualitas produk sayuran dan seberapa puas mereka dengan produk yang mereka beli. Jika kebutuhan konsumen dipenuhi oleh suatu produk, mereka akan merasa puas. Pasar modern Plaza Asia Tasikmalaya ini membuat strategi penjualan atau pemasaran, mereka juga perlu mengetahui seberapa puas pelanggannya dengan produknya. (harga, ketersediaan produk, kesegaran dan kemasan) sehingga dapat mempertahankan bahkan dapat mendapat pelanggan baru.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ciri-ciri konsumen sayur organik dan Analisis kepuasan pelanggan terhadap atribut sayuran organik di Pasar Modern Plaza Asia Tasikmalaya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan metode survei. Menurut Sukmadinata (2010), Meneliti, menjelaskan, dan mendeskripsikan apa

yang dipelajari dengan menggunakan angka-angka, dan menarik kesimpulan dari fenomena yang dapat diamati disebut deskriptif. Menurut Sujarweni (2015), metode Survei adalah jenis penelitian yang mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner dan wawancara. Ini digunakan untuk menyelidiki gejala kelompok atau individu.

Operasionalisasi Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dioperasionalkan sebagai berikut:

1. Sayuran organik adalah sayuran yang ditanam menggunakan metode pertanian organik yang menggunakan bahan alami dan menghindari penggunaan pestisida dan pupuk kimia.
2. Atribut produk adalah komponen produk yang dianggap penting oleh pelanggan dan memengaruhi keputusan mereka untuk membeli barang. Yang diukur melalui harga dan ketersediaan produk, kesegaran produk, kemasan produk dan keterjaminan produk.
3. Karakteristik konsumen adalah karakteristik yang mendidik pelanggan tentang cara mendapatkan dan menggunakan suatu barang.
4. Kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap pelanggan terhadap barang atau jasa setelah mereka mendapatkannya dan menggunakannya. Beberapa indikatornya yaitu kualitas produk yang dihasilkan, kualitas pelayanan yang diberikan produk dan harga produk.
5. Pasar modern merupakan penjualan yang tidak melibatkan tawar menawar langsung antara penjual dan pembeli, karena harga produknya sudah tercantum secara pasti.
6. Usia adalah umur seseorang yang dihitung mulai dari tanggal kelahiran dan dapat dihitung dengan menggunakan satuan waktu yang disusun secara kronologis; individu normal dapat dianggap memiliki derajat perkembangan anatomis dan fisiologis yang sama.
7. Jenis kelamin adalah perbedaan biologis antara laki-laki dan perempuan. Perbedaan biologis tersebut dapat dilihat dari alat kelamin serta perbedaan genetik.
8. Jumlah tanggungan keluarga terdiri dari semua anggota keluarga yang bertanggung jawab sebagai

- tanggung rumah tangga. tanpa pekerjaan dan penghasilan.
9. Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh suatu perusahaan atau organisasi sebagai hasil dari operasinya, seperti menjual barang atau jasa.
 10. Pendidikan adalah proses mengubah sikap dan tingkah laku seseorang atau kelompok untuk mendewasakan manusia melalui pelatihan.
 11. Pekerjaan adalah pekerjaan yang dilakukan oleh manusia untuk tujuan tertentu dan dilakukan dengan cara yang benar dan sesuai dengan standar moral.
 12. Harga adalah jumlah uang yang diberikan untuk suatu barang atau jasa.
 13. Ketersediaan produk adalah Faktor yang berkaitan dengan ketersediaan produk, kemudahan pembelian, dan semua yang dibutuhkan konsumen untuk menggunakan produk tersebut disebut ketersediaan produk.
 14. Kesegaran produk adalah kualitas suatu produk yang bagus seperti awal ia diciptakan atau tumbuh.
 15. Kemasan adalah komponen penting yang harus dirancang dengan cermat dan teliti. Meskipun terlihat sepele, pembeli tidak akan tertarik untuk membeli produk yang Anda tawarkan jika kemasan tidak menarik dan buruk.
 16. Tingkat kepentingan konsumen didefinisikan sebagai keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk jasa yang akan digunakan sebagai standar untuk menilai kinerja produk jasa tersebut.
 17. *Importance Performance Analysis (IPA)* merupakan metode untuk mengevaluasi kepuasan kinerja perusahaan. Hasil tentang tingkat kepuasan akan dihasilkan dengan mempertimbangkan tingkat kesesuaian antara kepentingan dan kinerja dalam suatu organisasi.
 18. *Customer Satisfaction index (CSI)* adalah teknik yang menentukan tingkat kepuasan dengan menggunakan indeks pelanggan berdasarkan karakteristik dan analisis secara kuantitatif persentase kepuasan pelanggan dalam survei kepuasan pelanggan.

Teknik Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel non-probabilitas, atau judgement sampling. (Rahman, 2008) yaitu pengambilan sampel didasarkan pada kriteria peneliti sebelumnya, yaitu

pelanggan yang bersedia diwawancarai yang sedang membeli barang atau pernah membeli barang sayuran organik di Plaza Asia Tasikmalaya setidaknya satu bulan sebelum wawancara dilakukan, baik konsumen laki-laki maupun perempuan. Pengambilan sampel yang dipilih yaitu sebanyak 100 responden.

Rancangan Analisis Data

Importance Performance Analysis (IPA)

Rancangan analisis data untuk menentukan fitur yang paling penting untuk peningkatan kinerja perusahaan secara deskriptif menggunakan analisis Importance Performance Analysis (IPA). Menurut Supranto (2011), analisis IPA digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan dengan memperhatikan nilai kesesuaian perbandingan antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan pada atribut pelayanan. Menghitung tingkat kepuasan seseorang konsumen bermanfaat bagi perusahaan untuk mengevaluasi kinerja berbagai variabel yang diberikan perusahaan terhadap konsumen selama memberikan pelayanan. Rumus *Importance Performance Analysis (IPA)* sebagai berikut :

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

Dimana :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Total skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Total skor penilaian kepentingan pengunjung

Untuk menyederhanakan angka-angka dalam diagram kartesius dapat dilakukan dengan cara membagi total skor tingkat kepentingan dengan total responden yang dinotasikan dengan Yi dan Xi merupakan hasil pembagian total skor tingkat kepuasan dengan total responden.

$$Xi = \frac{\sum Xi}{n} \quad \text{dan} \quad Yi = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan :

Xi = Skor rata-rata setiap perubahan i pada tingkat kinerja.

Yi = Skor rata-rata setiap perubahan i pada tingkat kepentingan.

$\sum Xi$ = Total skor setiap perubahan i pada tingkat pelaksanaan dari seluruh responden.

$\sum Yi$ = Total skor setiap perubahan i pada tingkat kepentingan dari seluruh responden.

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

y Tingkat kepentingan

(Kepentingan) Prioritas Utama A	Pertahankan Prestasi B
Prioritas Rendah C	Berlebihan D

X Tingkat Kinerja

Keterangan :

- Kuadran A (prioritas utama) Kuadran ini merupakan wilayah yang memuat perubah dengan tingkat kepentingan tinggi, tetapi memilih tingkat kinerja rendah. Perubah-perubah yang masuk kudaran ini harus ditingkatkan kinerjanya. Perusahaan harus secara terus menerus melaksanakan perbaikan.
- Kuadran B (pertahankan prestasi) Faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap pelanggan sudah sesuai dengan apa yang dirasakannya, sehingga tingkat kepuasan relatif lebih tinggi. Perubah-perubah yang masuk ke kuadran ini harus tetap dipertahankan dan terus diawasi dengan cermat, karena semua perubah ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul di mata pelanggan.
- Kuadran C (prioritas rendah) adalah area di mana perubah dengan tingkat kepentingan rendah ditemukan. dan

tingkat kinerja rendah. Perubah-perubah Pelanggan tidak mengganggu kualitas produk yang termasuk dalam kuadran ini terlalu penting, dan tingkat kepentingan pelanggan dapat berubah seiring dengan peningkatan kebutuhan.

- Kuadran D, atau berlebihan, menunjukkan komponen yang dianggap tidak signifikan oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Perubah-perubah yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Rancangan analisis data untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas jasa yang diukur menggunakan analisis *Customer Satisfaction index (CSI)*. Menurut Syukri (2014), *Customer Satisfaction index (CSI)* digunakan untuk mnegetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan memperhatikan pentingnya atribut pelayanan. Pengukuran *Customer Satisfaction index* dibutuhkan karena hasil pengukuran tersebut dapat menjadi rencana untuk mencapai tujuan dalam beberapa tahun kedepan.

No	Nilai	Kriteria Kepuasan
1	0.00-0.34	Tidak Puas
2	0.35-0.50	Kurang Puas
3	0.51-0.65	Cukup Puas
4	0.66-0.80	Puas
5	0.81-1.00	Sangat Puas

Menurut Stramford dalam Joni (2019), ada empat tahapan perhitungan yaitu sebagai berikut :

1. Menghitung *Weighting Factor*, yang berarti mengubah nilai rata-rata tingkat kepentingan menjadi angka persentase dari nilai rata-rata tingkat kepentingan total untuk semua atribut yang diuji, sehingga menghasilkan *Weighting Factor* total sebesar 100%.
2. menghitung *Weighted Score*, yang merupakan nilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja atau kepuasan untuk masing-masing atribut dengan *Weighting Factor* masing-masing atribut.
3. Menghitung *Weight Median Total*, yaitu menjumlahkan *Weight Score* dari semua atribut kualitas jasa.
4. Menghitung *Satisfaction Index*
Menghitung indeks kepuasan, juga dikenal sebagai indeks kepuasan, adalah dengan membagi total berat rata-rata total dibagi dengan skala tertinggi atau skala tertinggi yang digunakan (dalam penelitian ini, skala tertinggi adalah lima), dan kemudian dikalikan dengan seratus persen.

Kriteria nilai tingkat kepuasan *Customer Satisfaction index* (CSI) dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut :

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Plaza Asia Tasikmalaya

Plaza Asia merupakan perusahaan wisata belanja terlengkap dan terbesar di Priangan Timur yang bertempat di Jl. HZ. Mustofa No.326, Tugujaya, Kecamatan Cihideung, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat. Plaza Asia berhasil menjaga reputasi sebagai pusat perbelanjaan dengan kelas tersendiri di tasikmalaya. Di dalamnya tersaji beragam produk konsumtif dan gaya hidup, mulai dari produk supermarket, fashion, furniture, kuliner hingga pameran.

Plaza Asia Tasikmalaya menjadi salah satu pusat perbelanjaan supermarket dengan keunggulannya yang terdapat berbagai aneka sayuran organik yaitu kangkung, caisim, bayam hijau, bayam merah, pakcoy, selada, terong, paicai, daun pepaya jepang, slemak dan kucai. Area tempat sayuran organik yang memiliki luas 6 m x 4 m dengan dilengkapi lemari pendingin untuk sayuran organik agar kesegaran produk akan selalu terjaga.

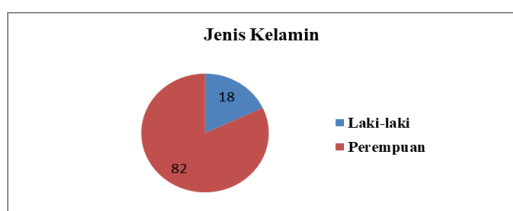
Karakteristik Responden

Usia

Usia merupakan penting karena perbedaan usia pelanggan akan berdampak pada produk yang dikonsumsi. Berdasarkan hasil data dari kuesioner menunjukkan bahwa semua responden yang membeli sayuran organik di Plaza Asia Tasikmalaya mulai usia muda sampai paling tua dari jumlah 100 responden dengan rata-rata usia responden adalah 34 tahun. Menurut Tatipikilawan (2012) usia produktif berkisar antara 15 hingga 64 tahun.

Jenis Kelamin

Jenis kelamin mengacu pada variasi biologis yang ada antara laki-laki dan perempuan. Jenis kelamin secara tidak langsung dapat mempengaruhi dalam kemampuan berbelanja seseorang dan menjadi titik acuan untuk menentukan pembelian terhadap sayuran organik. Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dari gambar 1 berikut:



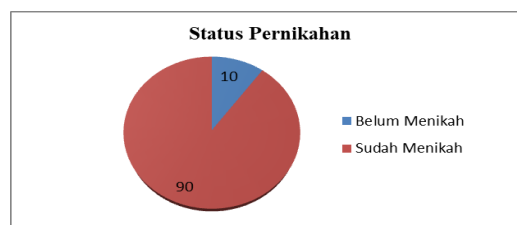
Sumber: Data Diolah dari Kuesioner 2023

Gambar 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 1 menunjukkan bahwa jenis kelamin perempuan lebih dominan dibandingkan dengan laki-laki yaitu sebanyak 82 orang responden. sebanyak 18 orang responden laki-laki. Dengan demikian, maka sebagian besar konsumen adalah perempuan, karena konsumen sayuran organik di Plaza Asia Tasikmalaya lebih sering melakukan pembelian dilakukan oleh perempuan.

Status Pernikahan

Status pernikahan dalam konsumen memiliki perbedaan yang terdapat pada pelanggan yang sudah menikah dan belum menikah, ini menunjukkan bahwa mereka yang sudah menikah cenderung memiliki tanggung jawab untuk secara teratur memenuhi kebutuhan keluarga mereka, termasuk sayuran. Adapun karakteristik responden berdasarkan status pernikahan dapat dilihat dari gambar 2 berikut:



Sumber: Data Diolah dari Kuesioner 2023

Gambar 2. Diagram Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Gambar 2 menunjukkan bahwa status pernikahan sudah menikah lebih dominan dibandingkan dengan belum menikah yaitu sebanyak 90 orang responden merupakan responden sudah menikah dan sebanyak 10 orang responden merupakan responden belum menikah. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa pasangan memiliki tanggung jawab untuk mengelola keuangan keluarga mereka untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Pendidikan

Proses perubahan sikap dan tingkah laku seseorang atau sekelompok orang dalam upaya mendewasakan manusia melalui pelatihan dan pendidikan dikenal sebagai tingkat pendidikan. Adapun karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat dari tabel 2 berikut:

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SLTP	2	2
2.	SLTA	32	32
4.	Perguruan Tinggi	66	66
Jumlah		100	100

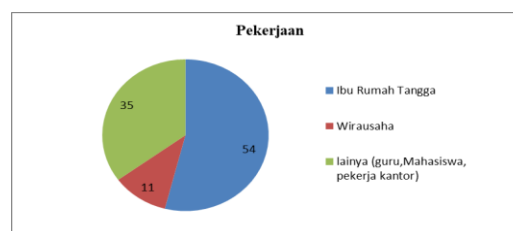
Sumber: Data Diolah dari Kuesioner 2023

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa tingkat pendidikan responden adalah berpendidikan terakhir SLTP sebanyak 2 orang atau 2%, tingkat

pendidikan SLTA sebanyak 32 orang atau 32%, dan tingkat pendidikan Perguruan Tinggi sebanyak 66 orang atau 66%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan konsumen sayuran organik di Plaza Asia Tasikmalaya didomisili oleh tingkat pendidikan Perguruan tinggi.

Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempunyai peran penting dalam mempengaruhi sebuah keputusan dalam pembelian. Sifat pekerjaan seseorang memiliki pengaruh langsung pada produk dan merek yang dia pilih untuk dirinya sendiri. Adapun keadaan responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat dari gambar 3 berikut:



Sumber: Data Diolah dari Kuesioner 2023

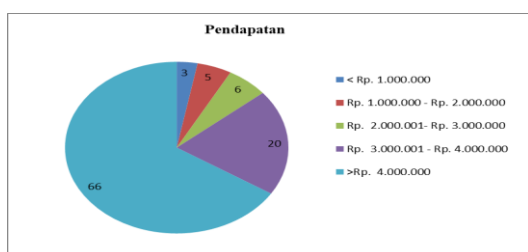
Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan gambar 3 menunjukkan bahwa semua responden yang memiliki profesi atau pekerjaan yakni responden berprofesi sebagai ibu rumah tangga sebanyak 54 orang, terbanyak kedua yaitu lainnya sebanyak 35 orang, ketiga berprofesi wirausaha sebanyak 11 orang. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa

konsumen sayuran organik di Plaza Asia Tasikmalaya yaitu Ibu rumah tangga.

Pendapatan

Pendapatan merupakan pembayaran untuk menyediakan layanan kepada orang lain, setiap individu menerima kompensasi atas layanan mereka kepada orang lain. Pendapatan bagi seseorang dapat



mempengaruhi terhadap pembelian terhadap produk sayuran organik. Adapun karakteristik responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat dari gambar 4 berikut:

Sumber: Data primer 2023

Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan gambar 4 menunjukkan bahwa semua responden yang membeli produk sayuran organik di Plaza Asia Tasikmalaya sebagian besar didominasi oleh responden yang memiliki pendapatan per bulan >Rp. 4.000.000 sebanyak 66 orang, terbanyak kedua responden berpendapatan per bulan Rp. 3.000.001 – Rp. 4.000.000 sebanyak 20 orang, terbanyak ketiga responden yang memiliki

pendapatan per bulan Rp. 2.000.001 – Rp. 3.000.000 sebanyak 6 orang, sebagiannya responden yang memiliki pendapatan perbulan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 sebanyak 5 orang, dan sisanya responden yang memiliki pendapatan perbulan < Rp. 1.000.000 sebanyak 3 orang. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen sayuran organik di Plaza Asia Tasikmalaya kalangan menengah keatas karena harga sayuran organik yang mahal. Namun kalangan menengah keatas ini tetap membeli sayuran organik walaupun mahal karena manfaat kesehatan yang diberikan oleh sayuran organik.

Importance Performance Analysis (IPA)

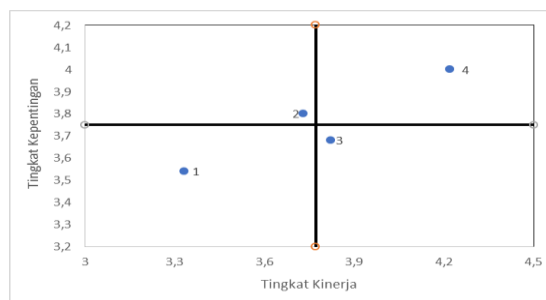
Importance Performance Analysis (IPA) pada penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen sayuran organik terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan Plaza Asia Tasikmalaya. Hasil kuesioner digunakan untuk menghitung tingkat kepentingan dan tingkat kinerja rata-rata. Hasilnya kemudian dikelompokkan ke dalam diagram kartesius. Adapun hasil analisis metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dapat dilihat pada tabel 3 berikut :

Tabel 3 Skor Rataan Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Pada setiap Atribut

No	Atribut	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kinerja (X)
1.	Harga Produk	3,54	3,33
2.	Kesegaran Produk	3,80	3,73
3.	Kemasan Produk	3,68	3,82
4.	Keterjaminan Produk	4,00	4,22
Jumlah rata-rata		3,75	3,77

Tabel 3 menunjukkan hasil rata-rata tingkat kepentingan pada atribut sayuran organik sebesar 3,75. Pada atribut sayuran organik yang memiliki dua ciri yang memiliki nilai kepentingan di atas rata-rata, yaitu kesegaran produk dan keterjaminan produk. sementara tingkat kinerja pada atribut adalah atribut rata-rata sayuran organik sebesar 3,77. Pada atribut sayuran organik yang memiliki dua ciri yang memiliki nilai kinerja di atas rata-rata, yaitu kemasan produk dan keterjaminan produk.

Dengan menggunakan empat kuadran dari diagram kartesius, nilai rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dapat dilihat pada gambar 5 berikut :



Gambar 7 Diagram Kartesius Atribut Kinerja Sayuran Organik

1. Kuadran I (prioritas utama)

Pada kuadran I menguraikan karakteristik sayuran organik yang dianggap penting dan diharapkan oleh konsumen sayuran organik. Namun demikian, atribut-atribut belum sesuai dengan harapan konsumen sayuran organik karena tidak puas dengan apa yang diberikan oleh perusahaan. Kuadran ini harus diprioritaskan untuk meningkatkan dan memperbaiki atribut oleh perusahaan untuk mendapatkan kepuasan dan kepentingan yang seimbang sesuai harapan konsumen. Pada kuadran I ini terdapat 1 atribut sayuran organik yang menjadi prioritas utama yaitu atribut nomor 2 (kesegaran produk).

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Pada kuadran II menggambarkan atribut-atribut sayuran organik yang paling diharapkan oleh konsumen, kepuasan didukung oleh atribut yang tercantum dalam kuadran II. Ketika dapat

mempertahankan kinerja pada hal-hal tertentu, ini dianggap penting untuk konsumen sudah sesuai dengan apa yang dirasakan. maka dari itu, perusahaan dapat mempertahankan prestasi kinerja yang telah dicapai. Pada kuadran II terdapat 1 atribut sayuran organik yaitu nomor 4 (keterjaminan produk).

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Perusahaan hanya perlu mempertahankan dan menyesuaikan diri dengan kondisi saat ini karena atribut sayuran organik, menurut kuadran III, dianggap tidak terlalu penting atau rendah dan tidak diharapkan oleh konsumen. Terdapat satu atribut sayuran organik pada kuadran III, yaitu nomor 1, yang merupakan harga produk.

4. Kuadran IV (Berlebih)

Sifat-sifat sayuran organik yang dianggap sudah memuaskan, tetapi tidak terlalu penting untuk diharapkan oleh konsumen, diuraikan dalam Kuadran IV, sehingga perusahaan hanya perlu mempertahankan sifat-sifat ini di sini. Kuadran IV ini memiliki satu atribut sayuran organik, yaitu nomor 3—kemasan produk.

Analisis *Customers Satisfaction Index* (CSI)

Customers Satisfaction Index (CSI) merupakan kepuasan konsumen secara

keseluruhan terhadap atribut sayuran organik di Plaza Asia Tasikmalaya. Untuk menentukan tingkat kepuasan total konsumen, Perhitungan Kepuasan Pelanggan memperhitungkan nilai rata-rata kepentingan suatu atribut untuk menentukan tingkat kinerja atribut tersebut. Hasil analisis ini akan menunjukkan tingkat kepuasan konsumen pada tahap sangat tidak puas, tidak puas, cukup puas, puas, dan sangat puas. Hasil analisis *Customers Satisfaction Index* (CSI) dapat dilihat pada tabel 4 berikut :

Tabel 4 Hasil Analisis *Customers Satisfaction Index* (CSI)

Atribut	Rata-Rata Tingkat Kepentingan	Rata-Rata Tingkat Kinerja	Weighting Factor (WF)	Weighted Score (WS)
Harga Produk	3,54	3,33	23,56	78,45
Kesegaran Produk Kemasan	3,80	3,73	25,29	94,33
Produk Ketejaminan Produk	3,68	3,82	24,50	93,59
Produk Ketejaminan Produk	4,00	4,22	26,63	112,37
Total	15,02	15,10	99,98	
Weighted Median Total (WMT)				378,74
Satisfaction Index (Index Kepuasan)				75,74

Tabel 4 menunjukkan hasil perhitungan *Customers Satisfaction Index* (CSI), diperoleh hasil nilai *Customers Satisfaction Index* (CSI) untuk atribut kinerja sayuran organik di Plaza Asia Tasikmalaya sebesar 75,74%. Hal ini

menunjukkan bahwa secara keseluruhan kepuasan konsumen sayuran organik di Plaza Asia Tasikmalaya dapat dikatakan cukup puas. Sebuah nilai antara 0.66 dan 0.80 menunjukkan kepuasan dengan atribut yang diberikan oleh perusahaan terhadap konsumen sayuran organik di Plaza Asia Tasikmalaya. Maka dari itu, perusahaan harus terus memenuhi dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen sayuran organik di Pasar Modern Plaza Asia Tasikmalaya berdasarkan hasil penelitian dan olah data maka dapat diketahui bawa rata-rata usia konsumen sayuran organik yaitu 34 tahun, didominasi oleh konsumen jenis kelamin perempuan dengan total 82%, status sudah menikah, tingkat pendidikan perguruan tinggi, pekerjaan mayoritas ibu rumah tangga yang memiliki pendapatan bulanan yaitu lebih dari Rp 4.000.000. maka konsumen sayuran organik di Plaza Asia Tasikmalaya kalangan menengah keatas karena harga sayuran organik yang mahal.

2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut sayuran organik di pasar modern Plaza Asia Tasikmalaya berdasarkan hasil perhitungan analisis Importance Performance Analysis (IPA) menunjukkan bahwa atribut kesegaran produk sayuran organik sangat penting berada pada kuadran I (prioritas utama). Atribut keterjaminan produk sayuran organik yang dianggap penting oleh pelanggan, dilaksanakan dengan baik, dan harus tetap beroperasi pada kuadran II (pertahankan prestasi). Atribut harga produk sayuran organik yang dianggap tidak terlalu penting berada pada kuadran III (prioritas rendah). Atribut kemasan produk sayuran organik yang dianggap sudah memuaskan, namun tidak terlalu penting berada pada kuadran IV (berlebih).

Maka berdasarkan hasil perhitungan Customers Satisfaction Index (CSI), diperoleh hasil nilai sebesar 75,74. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan kepuasan konsumen sayuran organik di pasar modern Plaza Asia Tasikmalaya dapat dikatakan puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan maka disarankan sebagai berikut :

1. Melihat dari karakteristik konsumen sayuran organik yang mana konsumen adalah kalangan menengah ke atas, maka perlu adanya pelayanan konsumen kalangan menengah ke bawah. Hendaknya manajemen meminta kepada produsen agar menyediakan kemasan yang ekonomis dengan tetap mempertahankan kualitas sayuran organik.
2. Diharapkan kepada perusahaan Plaza Asia Tasikmalaya dapat berusaha memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan terutama terfokus pada atribut kuadran I dalam diagram kartesius.
3. Berdasarkan analisis *Customers Satisfaction Index* (CSI), diperoleh hasil nilai sebesar 75.74 secara keseluruhan kepuasan konsumen sayuran organik di pasar modern Plaza Asia Tasikmalaya dikatakan puas, yang memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan dan terus meningkatkan kepuasan petani.

DAFTAR PUSTAKA

- Joni, E, dan Azizah, N. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Fanny Textile Jakarta. *Jurnal Mitra Manajemen*, Vol.10, No. 2.
- PusparinA, Bambang dan Budi. 2013. Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Telur Ayam Kampungdi Malang (studi kasus wilayah perdesaan dan perkotaan). *JURNAL-rinrin*.
- Santoso, B. dan Afrila, A. 2011. Water holding capacity (WHC), kadar protein, dan kadar air dendeng sapi pada berbagai konsentrasi ekstrak jahe (*Zingiber officinale* Roscoe) dan lama perendaman yang berbeda. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Hasil Ternak*, Agustus 2011. 6(2):41-46
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukmadinata. (2010). *Metode Penelitian*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Supranto, J. 2011. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Cetakan keempat, Penerbit PT Rineka Cipta
- Syukri, A. (2014). Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Analisis Gap Pada Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 13(2), 103– 111. Retrieved from journals.ums.ac.id/index.php/jiti/article/view/618.
- Tatipikalawan, J. M. 2012. Analisis produktivitas tenaga kerja keluarga pada usaha peternakan kerbau di Pulau Moa Kabupaten Maluku Baratdaya. *J. Agroforestri*. 7 (1) : 8–14