

TINGKAT KEPUASAN PETANI JAGUNG TERHADAP PELAYANAN LEMBAGA PEMASARAN DI DESA KEPEL KECAMATAN CISAGA KABUPATEN CIAMIS

The level of satisfaction of corn farmers to the service of marketing institutions in Kepel Village Cisaga District Ciamis Regency

AGUNG IMAM SAMUDRA^{1*}, DINI ROCHDIANI², AGUS YUNIAWAN ISYANTO³

Fakultas Pertanian, Universitas Galuh

*Email: imamsamudraa02@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut apa saja yang dianggap penting oleh petani jagung dan atribut yang perlu ditingkatkan oleh lembaga pemasaran, untuk mengetahui tingkat kepuasan petani jagung terhadap lembaga pemasaran di Desa Kepel, Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2024 dengan jumlah responden 31, yaitu 15 orang laki-laki, 16 orang perempuan. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive sampling*) di Desa Kepel Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis. Metode yang digunakan dalam analisis data adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Dari hasil IPA dapat disimpulkan bahwa atribut yang dianggap penting dan perlu ditingkatkan lembaga pemasaran yaitu alat transportasi dalam melakukan pemasaran jagung, kesigapan dalam melayani petani, kemampuan dalam berkomunikasi antara pedagang dengan petani sehingga pedagang dapat melayani kebutuhan petani dengan baik, keakuratan penimbangan pada saat transaksi jual beli jagung seperti kelengkapan alat transaksi yang dimiliki lembaga pemasaran yaitu kalkulator dan timbangan. Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat disimpulkan bahwa petani jagung merasa sangat puas terhadap pelayanan lembaga pemasaran jagung dengan persentase CSI sebesar 81,30%.

Kata Kunci : Lembaga Pemasaran, Jagung, IPA, CSI

ABSTRACT

This study aims to determine what attributes are considered important by corn farmers and attributes that need to be improved by marketing agencies, to know the level of corn farm satisfaction with marketing agencies in Kepel Village, Cisaga District Ciamis Regency. This study was conducted in May 2024 with the number of respondents 31, namely 15 men, 16 women. The location of the research is determined (purposive sampling) in Kepel Village Cisaga District Ciamis Regency. The method used in this data analysis is Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI). From the analysis of the IPA can be concluded that the attributes are considered important and need to be increased marketing institutions are in the transportation of corn, the diagnaton of serving farmers, the ability to communicate between traders and farmers so traders can serve the needs of farmers well, the accuracy of the balance of the transaction of the sale of corn to the transaction of the transaction tools that the ownership of the marketing agency is the calculator and the scales. The result of the customer's satisfaction index (CSI) calculation can be concluded that corn farmers very satisfied to the service of corn marketing institutions with CSI percentage of 81.30%.

Keywords: Marketing Institution, Corn, IPA, CSI

PENDAHULUAN

komoditas penting yang dikembangkan di beberapa negara, untuk kebutuhan pangan maupun bahan

baku industri pertanian adalah jagung. Menurut (Maharani *et al.*, 2014 dalam Apriatiningsih *et al.*, 2019) saat ini jagung tidak hanya dimanfaatkan sebagai

bahan pangan, tetapi juga digunakan sebagai pakan ternak (*feed*). Permintaan jagung yang selalu berubah-ubah membuat produksi jagung mengalami fluktuasi. Tingginya permintaan jagung di pasar dalam negeri memberikan peluang bagi Indonesia untuk dapat menyeimbangkan permintaan dan pasokan jagung.

Kecamatan Cisaga merupakan sentra produksi jagung terbesar kedua di Kabupaten Ciamis setelah Kecamatan Panumbangan. Desa Kepel yang terdapat di Kecamatan Cisaga merupakan salah satu penghasil jagung. Hal ini didukung dengan potensi alam yang cocok untuk ditanami komoditi jagung. Desa Kepel memiliki luas panen yakni 21 ha dan menghasilkan produksi sebesar 124,53 ton. Hal ini menunjukkan bahwa Desa Kepel memiliki potensi yang besar dalam komoditi jagung. Pelayanan suatu lembaga pemasaran dibagi menjadi beberapa dimensi dengan unsur atribut pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reability*), kesigapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), perhatian (*emphaty*). Atribut tersebut nantinya akan dinilai oleh petani jagung untuk mengetahui tingkat kepuasannya yang diawali dengan identifikasi kinerja dan kepentingan dari masing-masing atribut. Dari pendahuluan diatas tujuan dari penelitian ini yaitu untuk

mengetahui atribut yang dianggap penting oleh petani jagung dan perlu ditingkatkan oleh lembaga pemasarannya, dan bagaimana tingkat kepuasan petani jagung terhadap pelayanan lembaga pemasaran.

METODE PENELITIAN

PENENTUAN LOKASI PENELITIAN

Lokasi pada penelitian ini dilakukan dengan sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Cisaga memiliki potensi pada komoditas jagung dan selanjutnya Desa Kepel merupakan Desa penghasil jagung serta terdapat lembaga pemasaran jagung.

METODE PENGUMPULAN DATA

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, Data primer merupakan data yang dikumpulkan dari responden secara langsung, individu atau kelompok melalui wawancara, observasi langsung, dan kuesioner. Data sekunder yang digunakan didalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari buku, jurnal, penelitian terdahulu, dan literatur lainnya berkaitan dengan penelitian ini.

METODE PENETUAN RESPONDEN

Jumlah petani jagung di Desa Kepel Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis berdasarkan data alokasi pupuk subsidi tahun 2023 dari BPP kecamatan Cisaga sebanyak 125 orang.

Sampel dihitung dengan menggunakan teknik slovin sebagai berikut:

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

E : Kesalahan pengambilan sampel ditetapkan sebesar 15%

Adapun perhitungan dari rumus di atas yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{125}{1 + 125(0,15)^2}$$

= 30,96 dibulatkan menjadi 31

Hasil dari perhitungan menggunakan rumus Slovin jumlah sampel didalam penelitian ini sebanyak 31 petani jagung. Pengambilan sampel 31 petani dari populasi 125 petani dilakukan dengan menggunakan *simple random sampling*. Menurut Sugiyono, (2017), *simple random sampling* adalah suatu metode pengambilan sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata atau status sosial yang ada dalam populasi tersebut, dan setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.

METODE ANALISIS DATA

Importance Perfomance Analysis (IPA)

Rangkuti (2006) dalam Diyahya *et al.*, (2016), menyatakan bahwa IPA merupakan alat untuk menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja suatu produk atau jasa. Tujuannya untuk mengetahui seberapa jauh kepuasan petani terhadap pelayanan dari lembaga pemasaran. Pengukuran dihitung menggunakan skala likert 5 tingkat untuk mengukur tingkat kepentingan, yaitu: sangat penting (5), penting (4), cukup penting (3), kurang penting (2), dan tidak penting (1). Untuk pengukuran tingkat kinerja menggunakan skala likert 5 tingkat, diantaranya: sangat baik (5), baik (4), cukup baik (3), kurang baik (2), tidak baik (1).

Tahapan dalam metode *Importance Performance Analysis* menurut Supranto (2001) sebagai berikut:

Pertama, menghitung rata-rata kinerja (X_i) dan kepentingan (Y_i) dari seluruh konsumen. Rata-rata kinerja dan kepentingan dari seluruh konsumen dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$X_i = \frac{\sum_{n=1}^n X_{in}}{n} \quad \text{dan} \quad Y_i = \frac{\sum_{n=1}^n Y_{in}}{n}$$

dimana n adalah jumlah responden

Kedua, menghitung Tingkat Kesesuaian (TK_i) antara tingkat kinerja dan kepentingan atau harapan. TK_i dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$TK_i = \frac{Y_i}{X_i} \times 100 \%$$

dimana X_i adalah skor kinerja atribut ke i , dan Y_i adalah skor kepentingan atribut ke i .

Ketiga, menghitung rata-rata kinerja (X) dan kepentingan (Y) dari seluruh atribut. Rata-rata kinerja dan kepentingan seluruh atribut dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{K} \quad \text{dan} \quad Y = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{K}$$

dimana K adalah banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Nilai \bar{X} dan \bar{Y} digunakan sebagai pasangan koordinat titik atribut yang memosisikan suatu atribut terletak dimana pada diagram kartesius. Penjabaran dari diagram kartesius dapat dilihat pada gambar 1.

Kinerja **x**

Gambar 1. Diagram Kartesius (Nasution, 2001)

Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran ini menunjukkan aspek dengan tingkat kepentingan tinggi akan tetapi memiliki tingkat kinerja rendah, sehingga dapat mengecewakan petani. Lembaga harus meningkatkan kinerjanya dan menjadikannya prioritas.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut yang berada di kuadran ini menunjukkan atribut-atribut yang dianggap sangat penting oleh para petani jagung dan telah dilaksanakan oleh lembaga pemasaran. Aspek-aspek yang masuk pada kuadran ini harus tetap dipertahankan dan harus terus dikelola dengan baik.

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran ini menunjukkan atribut dengan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja rendah. Artinya Aspek-aspek yang didalam kuadran ini dianggap kurang penting dan dinilai kurang baik oleh petani. lembaga perlu mewaspadai, dan mengontrol setiap aspek pada kuadran ini, karena tingkat kepentingan petani dapat berubah-ubah

(prioritas utama) I	(pertahankan prestasi) II
(prioritas rendah) III	(berlebihan) IV

seiring kebutuhan.

Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran ini menunjukkan atribut pelayanan yang menurut petani memiliki kinerja yang baik dan optimal meski petani memiliki harapan rendah dan dianggap tidak penting, sehingga dianggap berlebihan.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Menurut Devani & Rizko, (2016) Indeks Kepuasan Konsumen (CSI) merupakan metode yang digunakan untuk mengukur seberapa puas konsumen terhadap pelayanan berdasarkan indikator tertentu. Kepuasan konsumen tercapai bila harapannya terpenuhi atau bahkan terlampaui. Analisis CSI dimulai dengan mencari rata-rata skor kepentingan (MIS), faktor bobot (WF), skor rata-rata kepuasan (MSS), dan skor bobot (WSi), dan terakhir menghitung nilai CSI.

Berikut langkah-langkah dan rumus menghitung nilai CSI :

1. *Mean Importance Score (MIS)*

$$MIS = \frac{(\sum_{i=1}^n Y_i)}{n}$$

Keterangan:

Y_i = nilai bobot kepentingan

N = jumlah responden

2. *Weight Factor(WF)*

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^n MIS_i}$$

Keterangan:

MIS_i = Nilai rata-rata kepentingan

3. *Mean Satisfaction Score (MSS)*

$$MSS = \frac{(\sum_{i=1}^n Y_i)}{n}$$

Keterangan:

Y_i = Nilai bobot kepuasan

4. *Weight Score (Wsi)*

$$W_{si} = WF \times MSS$$

5. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WSi}{HS} \times 100\%$$

Keterangan:

HS = nilai skala maksimum yang digunakan, berdasarkan skala likert yaitu 5. Setelah menentukan indeks kepuasan petani jagung dengan langkah-langkah di atas, selanjutnya adalah mendefinisikan skor CSI untuk mengetahui tingkat kepuasan petani jagung terhadap lembaga pemasaran. Adapun kriteria indeks kepuasan sebagai berikut :

0% < CSI ≤ 20% : Sangat tidak puas.

21% < CSI ≤ 40% : Tidak puas.

41% < CSI ≤ 60% : Cukup puas.

61% < CSI ≤ 80% : Puas.

81% < CSI ≤ 100% : Sangat puas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

KARAKTERISTIK LEMBAGA PEMASARAN DAN PETANI JAGUNG

Pedagang atau lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran jagung di Desa Kepel adalah pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Lembaga pemasaran atau pengumpul di Desa Kepel ini sudah lama menjadi pengumpul jagung sejak tahun 2016 yang bermula dari adanya program padi, jagung kedelai (PAJALE) dan Desa Kepel menjadi pelopor pertama

di Kecamatan Cisaga yang membudidayakan jagung hibrida. Untuk harga yang dibeli oleh pengumpul relatif naik turun yakni Rp3.500 s/d Rp4.500/kg, bahkan pernah mencapai Rp6.000/kg pada saat musim tertentu, hal itu disebabkan permintaan tinggi tetapi penawaran rendah. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pengumpul di Desa Kepel diantaranya mendistribusikan hasil jagung pipilnya ke beberapa tempat, pertama ke pabrik pengolahan pakan yang berada di Cigembor Ciamis, bahkan sampai ke Kabupaten Majalengka.

Umur petani jagung lebih dominan di usia produktif artinya adanya peluang untuk memiliki produktivitas tinggi. Petani muda cenderung memiliki kemampuan baik dalam berpikir dan bisa memanfaatkan tenaganya secara maksimal. Menurut Saragih, (2021), usia produktif yaitu 15 sampai dengan 65 tahun.

Hasil menunjukkan bahwa keadaan tingkat pendidikan responden masih rendah, yaitu sebagian besar merupakan lulusan Sekolah Dasar (SD) sebesar 52% atau 16 orang. Unsrat (2018) menyatakan bahwa tingkat pendidikan merupakan faktor penting dalam menerima dan menerapkan teknologi baru disamping kemampuan dan keterampilan petani itu sendiri. Disamping itu, tingkat pendidikan

dapat mempengaruhi pola pikir dan pengambilan keputusan dalam usahatani jagung dan pemasaran yang dihasilkan

Hasil penelitian pengalaman usahatani jagung responden kebanyakan 1-5 tahun dengan persentase 58,06%. Menurut Saragih (2021), lama pengalaman berusahatani dapat mempengaruhi tingkat adaptasi petani terhadap perubahan lingkungan dan berbagai risiko untuk mempertahankan keberlangsungan aktivitas usahatani jagung yang dijalankan.

Tingkat Kesesuaian Atribut Kinerja Lembaga Pemasaran Jagung

Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor tingkat kinerja atribut layanan lembaga pemasaran jagung sebagai *performance* dengan skor kepentingan sebagai *importance*, sehingga dari perbandingan tersebut dapat digunakan untuk menentukan skala prioritas (Anggraini *et al.*, 2015). Jika nilai dari tingkat kesesuaian mendekati 100% dan diatas rata-rata, maka tingkat kesesuaian dapat dikatakan sudah baik. Berdasarkan tabel 1. Nilai rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 98% , hal ini menunjukkan bahwa kinerja lembaga pemasaran sudah memenuhi harapan petani jagung . atribut yang memiliki nilai tertinggi yaitu atribut (4) kelengkapan

No	Atribut Kinerja	Tingkat Kinerja (Xi)	Tingkat Kepentingan (Yi)	Tingkat Kesesuaian (%)
1	Kelengkapan peralatan transaksi (kalkulator, alat timbang, dll) yang dimiliki oleh pedagang	3.87	3.90	99.2
2	Alat komunikasi yang dimiliki oleh pedagang dalam membeli jagung dari petani dan memasarkan jagung	4.13	4.45	92.8
3	Alat transportasi yang dimiliki oleh pedagang dalam melakukan pemasaran jagung	3.68	4.23	87.0
4	Kelengkapan sarana pengemasan	4.26	3.77	112.8
5	Pedagang menyampaikan informasi kualitas jagung yang diinginkan konsumen kepada petani	4.16	3.77	110.3
6	Kemampuan berkomunikasi pedagang dengan petani	4.71	4.71	100.0
7	Kemampuan pedagang dalam memberi solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh petani dalam pemasaran jagung	3.16	3.19	99.0
8	Kesigapan pedagang dalam dalam melayani petani secara cepat	3.65	4.16	87.6
9	Pedagang memberikan layanan yang baik	4.29	4.55	94.3
10	Pedagang memberikan harga beli yang sesuai kepada petani	4.23	4.23	100.0
11	Pedagang tepat waktu dalam melakukan pembayaran kepada petani	4.26	4.48	95.0
12	Keakuratan penimbangan pada saat transaksi jual beli jagung	4.90	4.90	100.0
13	Pedagang mampu membeli berapapun jumlah jagung yang dijual oleh petani	3.74	4.26	87.9
14	Kejujuran pedagang dalam memberikan pelayanan informasi kepada petani	3.97	3.97	100.0
15	Pedagang memprioritaskan kebutuhan petani	3.35	3.26	103.0
Jumlah rata-rata		4.02	4.12	97.8

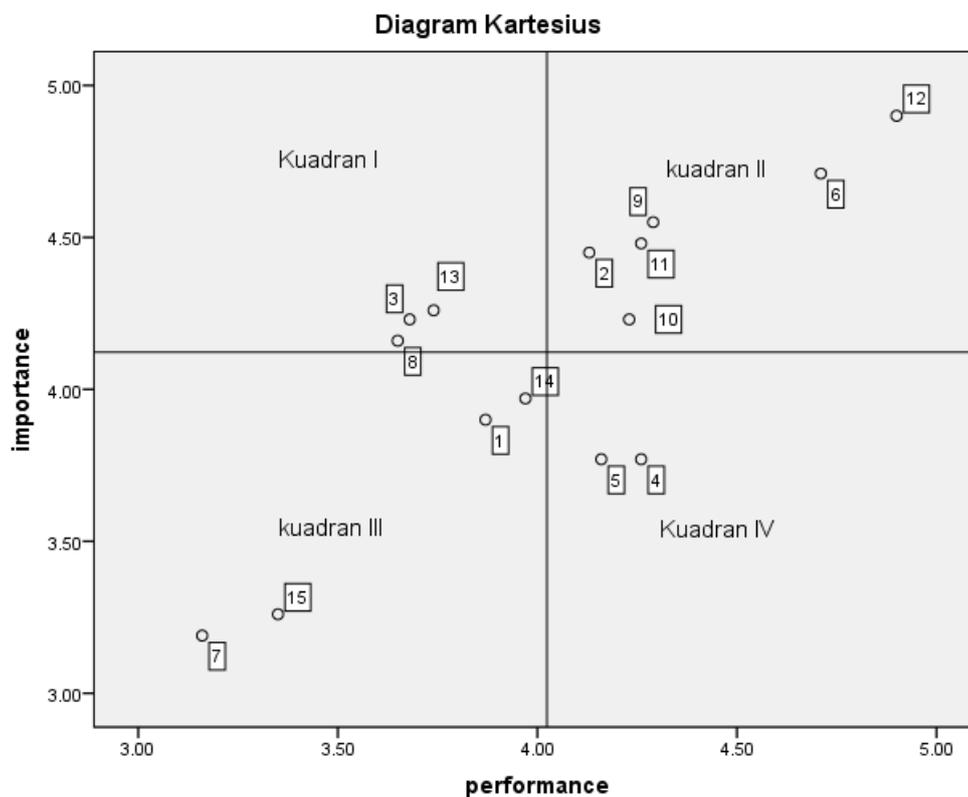
sarana pengemasan memiliki nilai tingkat kesesuaian paling tinggi yaitu 112,8%. Pedagang pengumpul jagung yang berada di Desa Kepel selalu menyediakan sarana pengemasan seperti karung, tali rafia. Dan atribut yang memiliki nilai terendah yaitu (3) Alat transportasi yang dimiliki oleh

pedagang dalam melakukan pemasaran jagung dengan nilai 87% .

Sumber : *Data Primer Diolah (2024)*

Secara keseluruhan, tingkat kinerja dari atribut-atribut dapat dikatakan seimbang dengan tingkat kepentingan. Atribut kinerja yang memiliki nilai diatas rata-rata, yaitu 2,4,5,6,9,10,11,12; sedangkan pada tingkat kinerja memperoleh nilai rata-rata 4,12 . Atribut yang termasuk diatas rata-rata berjumlah 9, yaitu atribut 2,3,6,8,9,10,11,12,13. Pengukuran tingkat

kepentingan dan kinerja disajikan dengan gambar 2. diagram kartesius untuk memperoleh gambaran mengenai atribut mana yang menjadi prioritas utama, prioritas dipertahankan, rendah ataupun berlebihan.



Beberapa atribut yang dianggap penting dan diprioritaskan tergambar pada gambar 1 yang menunjukkan tentang kualitas dari layanan pemasaran. Atribut yang dianggap penting oleh petani jagung dan perlu ditingkatkan oleh lembaga

pemasaran jagung di Desa Kepel yaitu alat transportasi yang dimiliki oleh pedagang, kesiapan pedagang dalam melayani petani secara cepat, pedagang mampu membeli berapapun jumlah jagung yang dijual oleh petani.

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut pelayanan lembaga pemasaran jagung yang termasuk ke kuadran I dianggap penting oleh petani jagung, namun tingkat kinerja dari atribut-atribut tersebut kurang memenuhi harapan sehingga petani merasa tidak puas. Tingkat kinerja yang berada kuadran I masih lebih rendah daripada tingkat kepentingan petani jagung, pada atribut pelayanan terdapat 3 atribut yang termasuk ke kuadran I. Atribut-atribut yang perlu ditingkatkan kinerjanya yaitu atribut (3) alat transportasi yang dimiliki oleh pedagang dalam melakukan pemasaran jagung; atribut (8) kesigapan pedagang dalam melayani petani secara cepat; dan atribut (13) pedagang mampu membeli berapapun jumlah jagung yang dijual oleh petani.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran II menunjukkan atribut kinerja pelayanan lembaga pemasaran yang sangat diharapkan oleh petani dan pada kuadran ini atribut yang sudah dilakukan oleh lembaga pemasaran sesuai dengan harapan petani dan harus ditingkatkan, sehingga lembaga pemasaran harus dapat mempertahankan prestasi antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan pada kuadran ini. Atribut yang masuk pada kuadran ini yaitu atribut (2)

alat komunikasi yang dimiliki oleh pedagang dalam membeli jagung dari petani dan memasarkan jagung; atribut (6) kemampuan berkomunikasi pedagang dengan petani; atribut (9) pedagang memberikan layanan yang baik; atribut (10) pedagang memberikan harga beli yang sesuai kepada petani; atribut (11) pedagang tepat waktu dalam melakukan pembayaran kepada petani; dan atribut (12) keakuratan penimbangan pada saat transaksi jual beli jagung.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Berdasarkan kuadran III, menunjukkan atribut yang dianggap kurang penting dan kurang diharapkan oleh para petani jagung. Atribut yang masuk kedalam kuadran ini yaitu atribut (1) kelengkapan peralatan transaksi (kalkulator, alat timbang, dll) yang dimiliki oleh pedagang; atribut (7) kemampuan pedagang dalam memberi solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh petani dalam pemasaran jagung; atribut (14) kejujuran pedagang dalam memberikan pelayanan informasi kepada petani; dan atribut (15) pedagang memprioritaskan kebutuhan petani.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran IV menggambarkan atribut pelayanan yang menurut petani memiliki kinerja yang baik dan optimal meski petani

memiliki harapan rendah dan dianggap tidak penting. Atribut yang masuk kedalam kuadran ini yaitu atribut (4) kelengkapan sarana pengemasan; dan atribut (5) pedagang menyampaikan informasi kualitas jagung yang diinginkan konsumen kepada petani.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index merupakan kepuasan petani jagung secara keseluruhan terhadap atribut kinerja layanan yang diberikan oleh lembaga pemasaran jagung. Pengukuran CSI dihitung dengan nilai rata-rata dari masing-masing atribut dalam tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Hasil dari analisis CSI dapat dilihat pada Tabel

N	Rata-rata Tingkat Kepentingan	Rata-rata Tingkat Kinerja	Weight Factor (WF)	Weighted Score (WS)
1	3.90	3.87	6.3	24.4
2	4.45	4.13	7.2	29.7
3	4.23	3.68	6.8	25.1
4	3.77	4.26	6.1	26.0
5	3.77	4.16	6.1	25.4
6	4.71	4.71	7.6	35.9
7	3.19	3.16	5.2	16.3

8	4.16	3.65	6.7	24.5
9	4.55	4.29	7.4	31.6
10	4.23	4.23	6.8	28.9
11	4.48	4.26	7.3	30.9
12	4.90	4.90	7.9	38.9
13	4.26	3.74	6.9	25.8
14	3.97	3.97	6.4	25.5
15	3.26	3.35	5.3	17.7
<i>Total</i>			100.0	
<i>Weighted Median Total</i>				406.5
<i>Satisfaction Index (Indeks Kepuasan)</i>				81.30

Berdasarkan Tabel menunjukkan hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan hasil sebesar 81,30%, dimana dapat dikategorikan bahwa petani jagung sangat puas terhadap pelayanan lembaga pemasaran yang berada di Desa Kepel. Meskipun petani merasa puas, pedagang pemasaran harus tetap meningkatkan kinerja yang dianggap penting oleh petani. Menurut (Diyahya *et al.*, 2016) untuk meningkatkan kepuasan petani, maka lembaga pemasaran harus meningkatkan juga atribut layanan kinerja yang masih rendah agar petani semakin merasa puas dengan pelayanannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Atribut-atribut yang dianggap penting oleh petani jagung dan perlu ditingkatkan oleh lembaga pemasaran jagung di Desa Kepel yaitu alat transportasi yang dimiliki oleh pedagang, kesiapan pedagang dalam melayani petani secara cepat, pedagang mampu membeli berapapun jumlah jagung yang dijual oleh petani. Kemudian atribut yang harus dipertahankan prestasi atau yang termasuk kedalam kuadran II yaitu alat komunikasi yang dimiliki oleh pedagang dalam membeli dan memasarkan jagung, kemampuan berkomunikasi pedagang dengan petani, pedagang memberikan layanan yang baik, pedagang memberikan harga beli yang sesuai kepada petani, pedagang tepat waktu dalam melakukan pembayaran kepada petani, keakuratan penimbangan pada saat transaksi jual beli jagung, atribut yang memiliki prioritas rendah atau kuadran III yaitu kelengkapan peralatan transaksi (kalkulator, alat timbang, dll) yang dimiliki oleh pedagang, kemampuan pedagang dalam memberi solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh petani dalam pemasaran jagung,

kejujuran pedagang dalam memberikan pelayanan informasi kepada petani, pedagang memprioritaskan kebutuhan petani. Dan terakhir atribut yang dianggap kurang penting oleh petani, tetapi lembaga telah melaksanakannya dengan baik, sehingga dianggap berlebihan yaitu Kelengkapan sarana pengemasan, pedagang menyampaikan informasi kualitas jagung yang diinginkan konsumen kepada petani.

2. Petani jagung merasa sangat puas terhadap pelayanan lembaga pemasaran jagung dengan persentase *CSI* sebesar 81,30%.

Saran

1. Pedagang agar memperhatikan alat transportasi yang lebih layak untuk digunakan dalam menunjang kegiatan pemasaran jagung, sehingga dapat meningkatkan pelayanan petani secara cepat dan efisien.
2. Pedagang disarankan selalu tanggap dalam membantu petani dalam hal pemasaran jagung, dengan cara melengkapi alat transaksi yang digunakan.
3. Kejujuran dan keterbukaan pedagang dalam memberikan informasi kepada petani jagung perlu ditumbuhkan dengan cara menginformasikan segala

sesuatu yang berkaitan dengan harga, kualitas dan pemasarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L. D., Deoranto, P., & Iksari, D. M. (2015). Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index. *Jurnal Industri*, 4(2), 74–81. <https://industri.ub.ac.id/index.php/industri/article/view/179>
- Apriatiningsih, Susilowati, D., & Sudjoni, M. N. (2019). Analisis Pendapatan Usahatani Dan Pemasaran Jagung Di Desa Campa Kecamatan Madapangga Kabupaten Bima. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 7(1), 1–15.
- Devani, V., & Rizko, R. A. (2016). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Potential Gain in Customer Value (PGCV). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 2(2), 24–29.
- Diyahya, I., Sukiyono, K., Redy Badrudin, D., Dan, A., Pengajar, S., Sosial, J., & Pertanian, E. (2016). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PETANI JAGUNG TERHADAP PELAYANAN LEMBAGA PEMASARANNYA DI KECAMATAN LUBUK PINANG KABUPATEN MUKOMUKO Analysis of Satisfaction Level Corn Farmers to Their Marketing Institution Services in Subdistrict of Lubuk Pinang District of Muk. *Agrisep*, 16(1), 48–58.
- Saragih, E. C. (2021). LAMBANAPU KECAMATAN KAMBERA KABUPATEN SUMBA TIMUR ANALYSIS OF INCOME FARMING OF VEGETABLES IN LAMBANAPU VILLAGE KAMBERA SUB-DISTRICT SUMBA TIMUR DISTRICT PENDAHULUAN Hortikultura merupakan salah satu subsektor pertanian di Indonesia yang cukup potensial . 7(June 2020), 386–395.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Unsrat, A. (2018). *No Title*. 14(September), 305–314.