

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Rumah Potong Ayam (RPA) PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri

Imazunita Nur Azizah¹, Nastiti Winahyu², Rohmad¹

¹Program Studi Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Islam Kediri

²Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Kediri

Jalan Sersan Suharmaji No. 3, Kota Kediri

email : imazunita731@gmail.com

Abstrak

Ayam broiler merupakan salah satu komoditas peternakan yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. Ayam broiler mempunyai beberapa keunggulan salah satunya yaitu dipanen antara umur 4-5 minggu. Umumnya ayam broiler yang siap panen berkisar bobot 1.2 kg/ekor sampai 1.9 kg/ekor. Kualitas daging ayam yang baik hanya dapat diperoleh apabila ayam yang dipotong dalam kondisi sehat dan ditangani dengan baik dan benar. Upaya yang dilakukan untuk memperoleh kualitas produk sesuai permintaan konsumen salah satunya adalah dengan penerapan standar produk yang bertujuan untuk menjaga mutu produk. Sehingga hal ini diharapkan konsumen akan merasa puas atas kinerja yang dihasilkan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk Rumah Potong Ayam (RPA) PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri. Alat analisis yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Customer Satisfaction Analysis* (CSI). Berdasarkan hasil analisis IPA menunjukkan atribut yang perlu diperbaiki yaitu pada kuadran I yang meliputi warna, tekstur, cepat dan tanggap terhadap keluhan konsumen. Sedangkan hasil analisis CSI menunjukkan indeks tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk RPA sebesar 78,78 persen. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen puas atas kinerja yang dilakukan RPA.

Kata kunci: ayam, kepuasan konsumen, kualitas produk, Rumah Potong Ayam

Abstract

Broiler chicken is one of the livestock commodities that have an important role in the economy Indonesia. Broiler chicken has several advantages, one of it is it can be harvested between the ages of 4-5 weeks. Generally broiler chickens that are ready to harvest range from 1.2 kg/head to 1.9 kg/head. Good quality chicken meat can only be obtained if the chicken is cut in healthy conditions and handled properly and correctly. Efforts are made to obtain product quality according to consumer demand, by applying product standards that aim to maintain product quality. So it is expected that consumers will satisfied with the result. The purpose of this study was to determine how much the level of customer satisfaction with the quality of chicken slaughterhouse (RPA) products of PT. Bumi Nutrisia Jaya Kediri District. Validity Test, Reliability Test, Importance Performance Analysis (IPA), and Customer Satisfaction Analysis (CSI) was used as analytical tools. Based on the results of the IPA analysis showed the attributes that need to be improved namely in quadrant I which includes color, texture, fast and responsive to consumer complaints. While the CSI analysis results indicated an index of consumer satisfaction with the quality of RPA products at 78.78 percent. This indicated that consumer are satisfied with the performance of the RPA.

Keywords: chicken, chicken slaughterhouse, consumer satisfaction, product quality

Pendahuluan

Ayam broiler merupakan salah satu komoditas peternakan yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. Ayam broiler adalah jenis ayam ras yang mempunyai produktivitas tinggi terutama dalam menghasilkan daging. Karakteristik ayam broiler yaitu 1) mempunyai sifat tenang;

2) kulit putih bersih; 3) berdaging penuh; dan 4) pertumbuhan relatif cepat.

Ayam broiler mempunyai beberapa keunggulan salah satunya dapat dipanen relatif muda yaitu antara umur 4-5 minggu dan efisien dalam mengubah pakan menjadi daging. Umumnya ayam broiler yang siap panen berkisar bobot 1.2 kg/ekor sampai 1.9 kg/ekor (Kartasudjana, 2005). Dibalik keunggulan dari

ayam broiler, ayam broiler mempunyai kelemahan yaitu sulit untuk beradaptasi pada lingkungan dan lebih sensitif dan rentan terhadap suatu penyakit atau infeksi sehingga memerlukan pemeliharaan secara intensif.

Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan protein hewani mengakibatkan permintaan daging terutama daging ayam broiler semakin meningkat. Didukung dengan peningkatan jumlah penduduk dan tingkat pendidikan menyebabkan permintaan daging ayam broiler semakin meningkat. Permintaan tersebut perlu didukung dengan peningkatan jumlah produksi ayam broiler sehingga peternak harus meningkatkan produksinya. Hal ini menimbulkan berbagai macam usaha untuk memenuhi kepuasan kebutuhan konsumen saat ini.

Produksi daging ayam broiler di Provinsi Jawa Timur menunjukkan bahwa produksi ayam broiler setiap tahunnya meningkat. Pada tahun 2015 produksi ayam broiler di Jawa Timur sebesar 203.139 ton dan diikuti pada tahun 2016 sebesar 219.833 ton. Pada tahun 2017 mengalami peningkatan yang signifikan dua kali lipat dari produksi tahun sebelumnya yaitu 472.079 ton, kemudian pada tahun 2018 sebesar 480.309 ton dan pada tahun 2019 sebesar 510.535 ton. Kenaikan produksi daging ayam broiler salah satunya disebabkan karena banyaknya usaha kuliner berbahan dasar ayam yang membuat konsumsi daging ayam mengalami kenaikan.

Berbanding terbalik dengan kondisi saat ini, pola konsumsi dan daya beli masyarakat mengalami perubahan sejak Indonesia terdampak wabah Covid-19. Di Indonesia awal bulan Maret 2020 terdapat kasus 2 warga Indonesia yang terkonfirmasi positif Covid-19 yang berasal dari kota Bekasi. Wabah Covid-19 (*Coronavirus Disease-19*) merupakan penyakit yang telah menyebar luas di beberapa negara sebagai pandemi global. Wabah yang menyebar luas hingga 65 negara mengakibatkan jumlah penderita yang terlapor per Maret 2020 berjumlah 90.308 terinfeksi Covid-19 (WHO, 2020). Wabah Covid-19 tentunya berdampak pada beberapa sektor perekonomian secara global yakni pada perekonomian di Indonesia yang meliputi, sektor kesehatan, pendidikan, transportasi, dan ketahanan pangan salah satunya pada sektor peternakan.

Adanya banyak kasus yang terkonfirmasi Covid-19 yang semakin bertambah. Pemerintah melakukan upaya pencegahan seperti *physical distancing*, bekerja dari rumah, sekolah dirumah dan pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Hal

ini tentunya berakibat pada daya beli masyarakat yang mengalami perubahan terutama pada daya beli daging ayam. Usaha kuliner dan pedagang daging ayam ikut terdampak akan hal ini.

RPA PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri merupakan salah satu RPA yang mempunyai standar operasional produk tersendiri untuk menjaga mutu produknya. Sedangkan konsumen mempunyai permintaan produk yang sesuai spesifikasi produk yang konsumen inginkan. Rumah potong ayam atau RPA adalah kompleks bangunan yang di desain secara tertentu untuk tempat pemotongan ayam yang hanya untuk satu komoditas ternak, salah satunya adalah ayam broiler. Bangunan RPA di desain secara khusus untuk memenuhi persyaratan teknis dan *higiene* untuk memenuhi permintaan daging ayam khususnya masyarakat. Selain itu rumah potong ayam mempunyai SOP tersendiri sebagai standar perusahaan terhadap permintaan konsumen. Penjualan di PT. Bumi Nutrisia Jaya telah tersertifikasi Juru Sembelih Halal (JULEHA). Standarisasi penjualan di rumah potong ayam diperlukan, tujuannya adalah agar dalam pelaksanaan pemotongan dapat terjaga dan terkendali dengan baik. Selain itu sarana dan prasarana rumah potong ayam perlu ditingkatkan. Hal ini dikarenakan untuk memperoleh daging yang ASUH (aman, sehat, utuh dan halal) diperlukan peralatan yang memadai. Salah satu tahap produksi yang dapat menjadi titik kritis dan kehalalan daging ayam adalah pada tahap pemotongan hewan (penjualan).

Volume pemotongan ayam broiler di PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri dari bulan September 2019 sampai Februari 2020 menunjukkan bahwa pemotongan ayam broiler mengalami peningkatan setiap bulannya. Pada bulan September volume pemotongan ayam sebesar 168.661 kg, bulan Oktober sebesar 164.535 kg, bulan November sebesar 184.784 kg, bulan Desember 160.237 kg, pada bulan Januari mengalami kenaikan volume pemotongan ayam yaitu sebesar 262.606 kg, dan pada bulan Februari sebesar 255.821 kg.

RPA PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri jarang ditemukan *return* (pengembalian barang). Tetapi ada beberapa konsumen yang terkadang mengeluhkan karkas yang tersedia terkadang tidak sesuai dengan ukuran yang diminta konsumen dan sedikit mengalami perubahan warna dan aroma pada produk. Berdasarkan hal di atas perlu melakukan penelitian di RPA PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan

konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh rumah potong tersebut.

Materi Dan Metode

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 23 April – 7 Mei 2020 (situasi pandemi Covid-19). Pengambilan data bertempat di Rumah Potong Ayam PT. Bumi Nutrisia Jaya, Desa Gedangsewu, Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri, Provinsi Jawa Timur.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif dan kuantitatif. Data penelitian yang dikumpulkan yaitu meliputi data primer dan data sekunder.

Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk Rumah Potong Ayam (RPA) dalam penelitian ini memerlukan sejumlah sumber data yang mendukung. Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan sumber data yaitu sebagai berikut

1. Data Primer

Data primer adalah data asli yang diperoleh dan dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab penelitiannya secara khusus. Data primer diperoleh langsung dari responden dengan cara memberikan kuesioner atau angket. Data primer mencakup data kepuasan konsumen yang berasal dari isian kuesioner atau angket.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan secara langsung atau bukan dari sumbernya dan dapat diartikan sebagai data yang telah diperoleh dan dikumpulkan pihak lain bukan oleh peneliti sendiri. Data sekunder diperoleh dari data-data informasi yang berasal dari RPA, perpustakaan, jurnal, buku, Badan Pusat Statistika (BPS) dan data data lain yang mendukung.

Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini meliputi, wawancara, observasi, dan kuesioner. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 62 responden. *Purposive sampling* biasa disebut *judgmental sampling* yaitu teknik penarikan sampel dengan sebuah pertimbangan tertentu. Responden dalam penelitian ini mempunyai kriteria tertentu.

Adapun kriteria responden diantaranya :

- Konsumen yang sering membeli produk karkas di RPA. Konsumen yang membeli kurang lebih dari 1 kali.
- Konsumen kecil yang membeli produk karkas berkisar $\leq 0-5$ kg karkas.
- Konsumen sedang yang membeli produk karkas berkisar $\leq 5- 50$ kg karkas.

Analisa Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada empat metode analisa data yang berhubungan dengan kepuasan konsumen meliputi, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Customer Satisfaction Analysis* (CSI).

A. Uji Validitas

Uji validitas umumnya dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dalam penelitian ini yaitu menggunakan SPSS versi 20. Umumnya untuk menguji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor total. Pengujian validitas menggunakan data-data hasil kuesioner yang meliputi kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan. Dasar pengambilan keputusan menurut (Arikunto, 2005) adalah :

- Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrument atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

B. Uji Reliabilitas

Pengertian dari reliabilitas yaitu sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2006). Pengolahan uji reliabilitas dalam penelitian ini yaitu menggunakan SPSS versi 20. Uji reliabilitas yang dilakukan menggunakan uji *Cronbach's Alpha* (α) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60. Reliabilitas berhubungan dengan ketetapan hasil pengukuran. Instrumen dapat dikatakan reliabel jika dapat memberikan hasil relatif sama saat dilakukan pengukuran kembali pada objek yang berlainan pada waktu yang berbeda atau dapat dikatakan memberikan hasil yang tetap.

C. *Importance Performance Analysis* (IPA)

IPA atau *Importance Performance Analysis* merupakan alat analisis yang digunakan untuk menganalisis tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen. Tujuan dari analisis IPA adalah untuk menentukan atribut mana yang memiliki kinerja rendah dan harus ditingkatkan. Responden umumnya akan diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, selanjutnya nilai rata-rata dari tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis dengan menggunakan *Importance Performance Matrix (IPA)*, yang mana sumbu x mewakili kinerja sedangkan sumbu y mewakili kepentingan. Maka nanti akan didapat hasil berupa empat kuadran (Tjiptono, 2011).

Y (Kepentingan)

Kuadran I Prioritas Utama	Kuadran II Pertahankan Prestasi
Kuadran III Prioritas Rendah	Kuadran IV Berlebihan

X (Kepuasan)

Gambar 1. *Matriks Importance Performance Analysis* (Tjiptono, 2011).

Interpretasi dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut :

a. Kuadran I

Prioritas utama (*Concentrate Here*), pada kuadran I ada beberapa faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan oleh konsumen. Apabila dilihat dari tingkat kepentingan, atribut-atribut produk berada pada tingkat yang tinggi. Namun apabila dilihat dari segi tingkat kepuasan, konsumen merasa bahwa tingkat kepuasan yang rendah. Hal ini dapat menyebabkan konsumen menuntut adanya perbaikan pada atribut-atribut yang berada pada kuadran I tersebut.

b. Kuadran II

Pertahankan prestasi (*Keep Up The Good Work*), pada kuadran II ini terdapat beberapa faktor yang dianggap penting dan

diharapkan oleh konsumen sebagai faktor penunjang kepuasan. Sehingga hal ini menyebabkan perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja pada atribut-atribut yang berada pada kuadran II tersebut.

c. Kuadran III

Prioritas rendah (*Low Priority*), pada kuadran III ini terdapat atribut-atribut yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen. Sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan lebih pada atribut-atribut tersebut.

d. Kuadran IV

Berlebihan (*Possibly Overkill*), pada kuadran IV ini terdapat atribut-atribut yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh konsumen. Sehingga perusahaan sebaiknya menggunakan sumber daya yang terkait pada atribut tersebut untuk digunakan pada atribut lain yang memiliki tingkat prioritas lebih tinggi.

Untuk mengetahui kategori tingkat kepuasan dan kepentingan konsumen menggunakan interval, dimana rumus yang digunakan menurut Nurhayati dkk., (2007) yaitu :

Tabel 1. Rentang skala kepuasan dan kepentingan konsumen

Rentang skala	Kepuasan	Kepentingan
62 – 111,6	Sangat Tidak Puas	Sangat Tidak Penting
111,7 – 161,3	Tidak Puas	Tidak Penting
161,4 – 211	Cukup Puas	Cukup Penting
211,1– 260,7	Puas	Penting
260,8 – 310,4	Sangat Puas	Sangat Penting

Sumber : Nurhayati dkk., (2007)

D. *Customer Satisfaction Analysis* (CSI).

CSI atau indeks kepuasan konsumen umumnya digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari masing-masing atribut produk (Aritonang, 2005). Langkah-langkah untuk menentukan dan untuk mengetahui besarnya CSI menurut (Aritonang, 2005), adalah sebagai berikut :

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) atau rata-rata skor pentingnya. Nilai ini berasal dari rata-rata tingkat kepentingan tiap konsumen.
2. Membuat *Weight Factors* (WF) atau faktor tertimbang. Bobot ini merupakan persentase nilai *Mean Importance Score* (MIS) per atribut terhadap total *Mean Importance Score* (MIS) seluruh atribut.
3. Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS) pada setiap atribut.

4. Membuat *Weight Score* (WS) atau skor tertimbang. Bobot ini merupakan perkalian antara *Weight Factors* (WF) dengan rata-rata tingkat kepuasan atau *Mean Satisfaction Score* (MSS).
5. Menentukan *Customer Satisfaction Index*.

Dibawah ini adalah kriteria *customer satisfaction index* (CSI) yang dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2. Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI).

No	Nilai CSI	Kriteria CSI
1	X > 0,81	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

Sumber : Aritonang, (2005)

Hasil Dan Pembahasan

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas dapat dijelaskan bahwa seluruh variabel yang meliputi, kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan yang terdiri dari 27 item pernyataan. Setiap item pertanyaan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Uji validitas menunjukkan bahwa pada 27 item pernyataan pada seluruh variabel dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian karena nilai r_{hitung} (*Corrected Item –Total Correlation*) > r_{tabel} sebesar 0,2075.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reabilitas dapat dijelaskan bahwa uji reliabilitas yang dilakukan terhadap 62 responden menunjukkan bahwa semua variabel yang meliputi kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan dinyatakan reliabel. Hal ini disimpulkan bahwa setiap variabel ternyata memiliki nilai "*Alpha Cronbach*" lebih besar dari 0,60. Hal ini mengindikasikan bahwa kelima instrumen dinyatakan reliabel atau

memenuhi syarat yang berarti kuesioner ini dapat digunakan dalam penelitian.

Pengukuran Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan pada Kualitas Produk

Berdasarkan dari hasil penelitian masing-masing variabel yang meliputi kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Kualitas Produk

Variabel kualitas produk meliputi berat produk, keutuhan produk, kebersihan produk, warna produk, daya simpan, aroma dan tekstur produk. RPA PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri mempunyai standar produk untuk menjaga kualitas produknya. Standart produk untuk menjaga kualitas produk karkas salah satunya yaitu menyangkut kebersihan karkas yang dilakukan sebanyak dua kali. Hal ini bertujuan agar karkas yang dihasilkan benar-benar bersih dari sisa bulu, darah atau kotoran lainnya. Penyimpanan karkas dilakukan di ruang pendinginan dengan suhu - 32° C. Pada suhu tersebut karkas benar-benar dalam keadaan beku sehigga masa simpan lebih lama dan pertumbuhan mikroorganisme dapat terhambat. Sedangkan berat produk ada bermacam-macam mulai dari ukuran 0.2 kg- 2.5 kg, hal ini dikarenakan karena untuk menyesuaikan kebutuhan konsumen.

Pada Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk pada tingkat kepuasan di RPA PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri memiliki bobot rata-rata sebesar 245,2 dalam hal ini variabel kualitas produk pada tingkat kepuasan konsumen termasuk dalam kategori **Puas** karena berada pada skala 211,1 – 260,7. Sedangkan pada tingkat kepentingan memiliki bobot rata-rata sebesar 249,2 dalam hal ini variabel kualitas produk pada tingkat kepentingan konsumen termasuk dalam kategori **Penting**. Hal ini sesuai pendapat Kotler dan Amstrong (2008) yang menyatakan bahwa apabila kinerja produk sesuai harapan maka konsumen akan merasa puas dan jika kinerja produk tidak sesuai harapan maka konsumen akan kecewa.

Tabel 3. Tingkat kepuasan dan Kepentingan konsumen dari variabel kualitas produk RPA PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri

No	Pernyataan	Kepuasan			Kepentingan		
		Frek (Org)	(%)	Bobot (1)	Frek (Org)	(%)	Bobot (2)
1	Berat produk	62	100	254	62	100	251
2	Keutuhan produk	62	100	255	62	100	249
3	Kebersihan produk	62	100	255	62	100	249
4	Warna produk	62	100	240	62	100	251

5	Daya simpan	62	100	240	62	100	247
6	Aroma produk	62	100	230	62	100	243
7	Tekstur produk	62	100	243	62	100	255
TOTAL				1717			1745
RATA-RATA				245,2			249,2

Sumber : Data primer yang diolah 2020

b. Harga

Variabel harga meliputi jaminan halal (MUI), diskon, harga sebelum Covid-19, harga sewaktu Covid-19, dan harga terjangkau. Di RPA sudah mendapat sertifikat halal dari MUI, sehingga konsumen tidak perlu ragu untuk kehalalan produk yang dihasilkan. Harga sewaktu Covid-19 berkisar Rp.27.000,- - Rp.28.000., per kilogram. Sedangkan sewaktu Covid-19 Rp.23.000., per kilogram tetapi harga terus mengalami perubahan hingga Rp32.000., per kilogram. Harga dapat berubah mengikuti harga pasar. Untuk pembelian produk karkas banyak atau sedikit RPA tidak mengadakan diskon atau potongan produk.

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan

Tabel 4. Tingkat kepuasan dan kepentingan konsumen dari variabel harga RPA PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri.

No	Pernyataan	Kepuasan			Kepentingan		
		Frek (Org)	(%)	Bobot (1)	Frek (Org)	(%)	Bobot (2)
1	Jaminan halal (MUI)	62	100	275	62	100	274
2	Diskon/potongan	62	100	234	62	100	244
3	Harga sebelum Covid-19	62	100	244	62	100	236
4	Harga sewaktu Covid-19	62	100	242	62	100	231
5	Harga terjangkau	62	100	251	62	100	244
TOTAL				1246			1229
RATA -RATA				249,2			245,8

Sumber : Data primer yang diolah 2020

c. Service Quality

Variabel *service quality* meliputi cepat & tanggap terhadap keluhan, petugas ramah, memberikan fasilitas sesuai kebutuhan, label pada kemasan, jaminan higienis dari peternakan. RPA memberikan fasilitas kepada konsumen sesuai kebutuhan seperti konsumen skala kecil dengan memberikan fasilitas berupa plastik, sedangkan konsumen skala sedang menggunakan fasilitas berupa karung. Di RPA tidak terdapat label pada kemasan tetapi menggunakan plastik PP (*polyethylen*). Sebelum pematangan ayam yang datang dari peternakan terlebih dahulu diperiksa kondisi tubuh seperti kesehatan ayam, cacat fisik dan memar. Hal ini bertujuan agar ayam yang kurang sehat atau mengalami cacat fisik tidak dipotong karena hal ini mempengaruhi kualitas karkas yang dihasilkan.

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan

bahwa variabel harga pada tingkat kepuasan di RPA PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri memiliki bobot rata-rata sebesar 249,2 dalam hal ini variabel harga pada tingkat kepuasan konsumen termasuk dalam kategori **Puas** karena berada pada skala 211,1 – 260,7. Sedangkan pada tingkat kepentingan memiliki bobot rata-rata sebesar 245,8 dalam hal ini variabel harga pada tingkat kepentingan konsumen termasuk dalam kategori **Penting**. Hal ini sesuai dengan pendapat Irawan (2004), yang menyatakan bahwa harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

bahwa variabel *service quality* pada tingkat kepuasan di RPA PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri memiliki bobot rata-rata sebesar 242,8 dalam hal ini variabel harga pada tingkat kepuasan konsumen termasuk dalam kategori **Puas** karena berada pada skala 211,1 – 260,7. Sedangkan pada tingkat kepentingan memiliki bobot rata-rata sebesar 252,4 dalam hal ini variabel *service quality* pada tingkatkepentingan konsumen termasuk dalam kategori **Penting**. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Menurut Boyd *et al.* (2000), kemampuan pelayanan yang dimaksud adalah kecepatan dan kemudahan memperoleh perbaikan atau pelayanan keluhan konsumen.

Tabel 5. Tingkat kepuasan dan kepentingan konsumen dari variabel *service quality* RPA PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri.

No	Pernyataan	Kepuasan			Kepentingan		
		Frek (Org)	(%)	Bobot (1)	Frek (Org)	(%)	Bobot (2)
1	Cepat & tanggap pada keluhan	62	100	234	62	100	255
2	Petugas melayani dengan ramah	62	100	250	62	100	265
3	Memberikan fasilitas	62	100	237	62	100	246
4	Terdapat label pada kemasan	62	100	243	62	100	241
5	Jaminan higienis dari peternakan	62	100	250	62	100	255
TOTAL				1214			
RATA-RATA				242,8	1262 252,4		

Sumber : Data primer yang diolah 2020

d. Emotional Factor

Variabel *emotional factor* meliputi perusahaan memiliki reputasi positif, spesifikasi produk sesuai spesifikasi konsumen, memiliki variasi ukuran. Spesifikasi produk sesuai spesifikasi konsumen salah satunya berat produk dan variasi produk. Di RPA terdapat variasi produk mulai dari 0.2 kg-2.5 kg. Banyaknya variasi produk yang dihasilkan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel *emotional factor* pada tingkat kepuasan di RPA PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri memiliki bobot rata-rata sebesar 243,6 dalam hal ini variabel harga

pada tingkat kepuasan konsumen termasuk dalam kategori **Puas** karena berada pada skala 211,1 – 260,7. Sedangkan pada tingkat kepentingan memiliki bobot rata-rata sebesar 249,6 dalam hal ini variabel harga pada tingkat kepuasan konsumen termasuk dalam kategori **Penting**. Hal ini sesuai dengan pendapat Lupiyoadi (2011), konsumen akan merasa puas, bangga dan merekomendasikan kepada konsumen lainnya. Kepuasan yang diperoleh bukan hanya dari kualitas tetapi juga pada nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas dengan sebuah merek tertentu.

Tabel 6. Tingkat kepuasan dan kepentingan konsumen dari variabel *emotional factor* RPA PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri.

No	Pernyataan	Kepuasan			Kepentingan		
		Frek (Org)	(%)	Bobot (1)	Frek (Org)	(%)	Bobot (2)
1	Perusahaan memiliki reputasi positif	62	100	237	62	100	244
2	Spesifikasi produk sesuai konsumen	62	100	240	62	100	247
3	Memiliki variasi ukuran	62	100	254	62	100	258
TOTAL				731	749		
RATA-RATA				243,6	249,6		

Sumber : Data primer yang diolah 2020

e. Biaya dan Kemudahan

Variabel biaya dan kemudahan diantaranya produk mudah didapatkan sebelum Covid-19 dan produk mudah didapatkan sewaktu Covid-19. Dalam situasi sebelum pandemi dan sewaktu pandemi Covid-19 produk karkas tetap mudah didapatkan tetapi volumen pembelian menjadi menurun. Di RPA tidak terdapat gratis ongkos kirim karena jarak RPA dan lokasi usaha/rumah konsumen tidak terlalu jauh.

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan

bahwa variabel biaya dan kemudahan pada tingkat kepuasan di RPA PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri memiliki bobot rata-rata sebesar 239,1 dalam hal ini variabel biaya dan kemudahan pada tingkat kepuasan konsumen termasuk dalam kategori **Puas** karena berada pada skala 211,1 – 260,7. Sedangkan pada tingkat kepentingan memiliki bobot rata-rata sebesar 240,1 dalam hal ini variabel biaya dan kemudahan pada tingkat kepentingan konsumen termasuk dalam kategori **Penting**. Hal ini sesuai dengan pendapat Lupiyoadi

(2001), yang menyatakan bahwa ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kepuasan salah satunya adalah biaya dan

kemudahan.

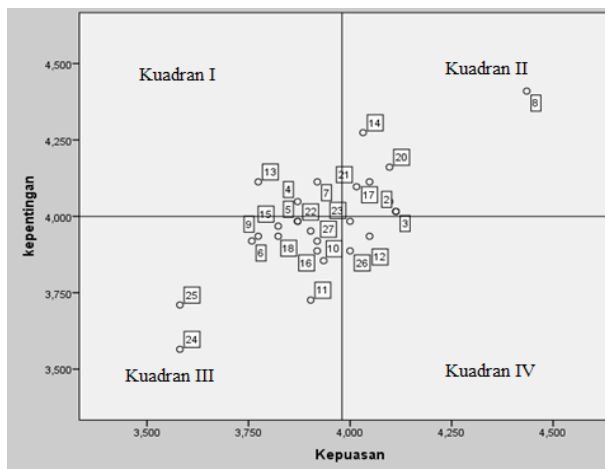
Tabel 7. Tingkat kepuasan dan kepentingan konsumen dari variabel biaya dan kemudahan RPA PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri.

No	Pernyataan	Kepuasan			Kepentingan		
		Frek (Org)	(%)	Bobot (1)	Frek (Org)	(%)	Bobot (2)
1	Mudah didapat sebelum Covid-19	62	100	249	62	100	254
2	Mudah didapat saat Covid-19	62	100	242	62	100	245
3	Informasi harga lengkap	62	100	248	62	100	247
4	Gratis ongkos kirim	62	100	222	62	100	221
5	Terdapat garansi	62	100	222	62	100	230
6	Melakukan pembelian ulang	62	100	248	62	100	241
7	Konsisten terhadap produk	62	100	243	62	100	243
TOTAL						1674	
RATA-RATA						240,1	

Sumber : Data primer yang diolah 2020

Importance Performance Analysis (IPA)

Analisis IPA atau *Importance Performance Analysis* merupakan sebuah analisis yang digunakan untuk menganalisis tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen. Tujuan dari analisis IPA adalah untuk menentukan atribut mana yang memiliki kinerja rendah dan harus ditingkatkan. Analisis IPA terbagi menjadi empat kuadran antara lain, kuadran I (prioritas utama), kuadran II (pertahankan prestasi), kuadran III (prioritas rendah) dan kuadran IV (berlebihan). Berdasarkan hasil rata-rata pada setiap atribut dari kepuasan dan kepentingan konsumen diperoleh hasil diagram kartesius dibawah ini :



Gambar 2. Diagram kartesius Kepuasan Vs Kepentingan

Diagram kartesius pada gambar 2

menunjukkan bahwa atribut berada pada posisi masing-masing disetiap kuadran. Masing-masing pada atribut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Kuadran I (warna produk, tekstur produk, cepat dan tanggap pada keluhan). Beberapa responden menilai produk terlihat pucat, agak lembek, dan respon terhadap pemesanan yang mendadak kurang tanggap.
- b. Kuadran II (berat produk, keutuhan produk, kebersihan produk, jaminan halal mui, petugas ramah, jaminan higienis dari peternakan, memiliki variasi ukuran, mudah didapatkan sebelum Covid-19).
- c. Kuadran III (daya simpan, aroma produk, diskon, harga sebelum Covid-19, harga sewaktu Covid-19, fasilitas sesuai kebutuhan, label kemasan, spesifikasi produk, memiliki reputasi positif, mudah didapatkan sewaktu Covid-19, gratis ongkos kirim, terdapat garansi, konsisten terhadap produk RPA).
- d. Kuadran IV (harga terjangkau, informasi harga lengkap, melakukan pembelian berulang).

Customer Satisfaction Analysis (CSI)

Analisis CSI merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan secara menyeluruh. Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperoleh dengan cara membagi nilai *Weighted Score Total* dengan

skala maksimum yaitu lima, kemudian dikalikan dengan 100 %, maka akan diperoleh hasil nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 78,78 persen. Berdasarkan

perhitungan diperoleh hasil pada Tabel 8 dibawah ini :

Tabel 8. Analisis nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) RPA PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri.

No	Pernyataan	Tingkat Kepuasan	Tingkat Kepentingan	Importance Weighting Factor (%)	WS
1	Berat produk	4,097	4,048	3,76	15,42
2	Keutuhan produk	4,113	4,016	3,73	15,36
3	Kebersihan produk	4,113	4,016	3,73	15,36
4	Warna produk	3,871	4,048	3,76	14,57
5	Daya simpan	3,871	3,984	3,70	14,34
6	Aroma produk	3,758	3,919	3,64	13,69
7	Tekstur produk	3,919	4,113	3,82	14,99
8	Jaminan MUI	4,435	4,410	4,10	18,18
9	Diskon	3,774	3,935	3,66	13,81
10	Harga sebelum Covid -19	3,935	3,855	3,58	14,10
11	Harga sewaktu Covid -19	3,903	3,726	3,46	13,52
12	Harga terjangkau	4,048	3,935	3,66	14,81
13	Cepat dan tanggap pada keluhan	3,774	4,113	3,82	14,43
14	Petugas ramah	4,032	4,274	3,97	16,02
15	Fasilitas sesuai kebutuhan	3,823	3,968	3,69	14,10
16	Label pada kemasan	3,919	3,887	3,61	14,16
17	Jaminan higienis	4,048	4,113	3,82	15,48
18	Memiliki reputasi positif	3,823	3,935	3,66	13,99
19	Spesifikasi produk	3,871	3,984	3,70	14,34
20	Memiliki variasi ukuran	4,097	4,161	3,87	15,85
21	Mudah didapatkan sebelum Covid-19	4,016	4,097	3,81	15,30
22	Mudah didapatkan sewaktu Covid-19	3,903	3,952	3,67	14,34
23	Informasi harga lengkap	4,000	3,984	3,70	14,82
24	Gratis ongkos kirim	3,581	3,565	3,31	11,87
25	Terdapat garansi	3,581	3,710	3,45	12,35
26	Melakukan pembelian ulang	4,000	3,887	3,61	14,46
27	Konsisten terhadap produk RPA	3,919	3,919	3,64	14,28
Total					393,9
<i>Customer Satisfaction Index</i> %					78,78

Sumber : Data primer yang diolah 2020

Berdasarkan hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI), diperoleh hasil kepuasan konsumen terhadap kualitas produk RPA PT. Bumi Nutrisia Jaya Kabupaten Kediri sebesar 78,788 persen. Nilai indeks kepuasan konsumen berada pada rentang 0,66 – 0,80. Menurut Aritonang (2005), hal ini menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen pada kriteria **Puas**. Nilai 78,788 persen mengindikasikan bahwa konsumen merasa puas atas kinerja yang dilakukan oleh RPA. Akan tetapi, sebaiknya RPA terus memantau dan melakukan perbaikan terhadap kualitas produk karkas supaya konsumen puas dengan kinerja yang dilakukan RPA. RPA harus tetap memperhatikan karena masih ada 21,212 persen konsumen yang merasa belum puas terhadap kinerja RPA. Perbaikan atribut harus

dilakukan oleh RPA agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi secara maksimal.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Rumah Potong Ayam PT. Bumi Nurtrisia Jaya Kabupaten Kediri yang telah diuraikan diperoleh hasil yaitu :

1. Rata-rata tingkat kepuasan dan kepentingan pada setiap variabel (kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan) konsumen menilai **Puas** dan **Penting**.
2. Hasil indeks tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk RPA adalah 78,78 persen. Hal ini mengindikasikan bahwa

konsumen **Puas** atas kinerja yang dilakukan RPA.

3. Atribut yang perlu diperbaiki adalah kuadran I seperti warna produk, tekstur produk, cepat dan tanggap terhadap keluhan konsumen. Dalam kuadran I perlu diperhatikan agar konsumen merasa puas atas kinerja RPA.

Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2.
Andi. Offset. Yogyakarta

Daftar Pustaka

- Abubakar. 2003. Mutu Karkas Ayam Hasil Pemotongan Tradisional Dan Penerapan *System Hazard Analysis Critical Control Point*. Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pertanian. Vol 22 No 1 pp 22-25. 2003
- Arikunto, S. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Bumi Aksara. Jakarta
- Arikunto, Suharsimi. 2005. Manajemen Penelitian. Rineka Cipta. Jakarta
- Aritonang Lerbin R. 2005. Kepuasan Pelanggan. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Boyd Jr Harper W., Walker Jr Orville C., Larreche Jean Claude., I. Nurmawan. 2000. Manajemen Pemasaran - Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global edisi 2 jilid 2. Erlangga. Jakarta
- Irawan. 2004. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Paradigma Baru Merebut Hati Pelanggan Untuk Memenangkan Persaingan. Penerbit PT. Elex Media Komputindo. Jakarta
- Kartasudjana, R. 2005. Manajemen Ternak Unggas. Fakultas Peternakan. Universitas Padjajaran. Bandung.
- Kotler dan Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Erlangga. Jakarta
- Lupiyoadi R., A. Hamdani. 2011. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Salemba Empat. Jakarta
- Lupiyoadi. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Prakte. Salemba Empat. Jakarta
- Nurhayati P., A. Fahrudin, D. Ramadhani. 2007. Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Mutu Pelayanan Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001. Buletin Ekonomi Perikanan Vol 7 No 2 pp 5. 2007
- Nuriyasa I.M. 2003. Pengaruh Tingkat Kepadatan dan Kecepatan Angin Dalam Kandang Terhadap Indeks Ketidaknyamanan dan Penampilan Ayam Broiler. Majalah Ilmiah Peternakan, Fakultas Peternakan, Unud. pp 99-103
- Suprijatna E., Atmomarsono, Kartasudjana. 2005. Ilmu Dasar Ternak Unggas. Penebar Swadaya. Jakarta
- Tjiptono Fandy. 2011. *Service Management*