

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK
TEMPE DI KECAMATAN AIKMEL
KABUPATEN LOMBOK TIMUR**

***ANALYSIS OF CONSUMER SATISFACTION INDEX IN TEMPEH
PRODUCT AT AIKMEL DISTRICT EAST LOMBOK REGENCY***

Rina Lisa Fitri^{*}, Wuryantoro^{**}, Ni Luh Sri Supartiningsih^{**}

Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram^{*}

Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram^{**}

Email: Rina.liy09@gmail.com

ABSTRAK

Dalam mengonsumsi dan menggunakan produk, konsumen juga memiliki hak dan kewajiban yaitu kepuasan dari suatu produk yang digunakan. Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis atribut-atribut produk tempe yang dirasa penting oleh konsumen dalam membeli produk tempe dan tingkat kinerja dari atribut-atribut produk tersebut; (2) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk tempe di Kecamatan Aikmel; (3) Menganalisis biaya dan pendapatan agroindustri tempe.

Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif. Penentuan daerah penelitian ditetapkan dengan metode purposive sampling yaitu di Desa Kalijaga Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur. Jumlah responden pengusaha ditentukan dengan metode survey yaitu sebanyak 8 orang, dan responden konsumen ditetapkan dengan metode “quota sampling” yaitu sebanyak 32 responden. Sedangkan penentuan responden dilakukan secara “accidental Sampling”.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Atribut yang dianggap sangat penting oleh konsumen dalam membeli produk tempe di Kecamatan Aikmel yaitu: Rasa, Harga, Higienitas, dan Keamanan Produk. Sedangkan atribut yang memiliki tingkat kinerja paling tinggi adalah Harga, Rasa, Kemasan, dan Pelayanan. Atribut yang memiliki tingkat kinerja yang rendah yaitu: Keamanan, Higienitas, dan Variasi Produk; (2) nilai CSI produk tempe di Kecamatan Aikmel yaitu: 75,30%, yang artinya secara keseluruhan konsumen merasa “puas” terhadap produk tempe yang ada di Kecamatan Aikmel; (3) Rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri tempe di Kecamatan Aikmel dalam satu kali proses produksi adalah Rp.1.160.236, dan rata-rata pendapatan yang diperoleh dalam satu kali proses produksi yaitu sebesar Rp. 598.514.

Kata Kunci : Tingkat Kepuasan Konsumen, Agroindustri Tempe, Kabupaten Lombok Timur

ABSTRACT

Furthermore, they possess specific rights and obligations as consumers, such as the expectation of satisfaction from the products they utilize. Consumer satisfaction represents the extent to which customers' needs, desires, and expectations are fulfilled, resulting in repeat purchases and continued loyalty. Based on the descriptions, this study aim to: (1) Analyze the attributes of tempe products that are deemed important by consumers in purchasing tempe products and the performance level of these product attributes; (2) Analyze the level of consumer satisfaction towards tempe products in Aikmel Sub-District; (3) Analyze the costs and revenues of tempe agroindustry.

The method used in this research is descriptive method. The research area was determined using purposive sampling method, specifically in Kalijaga Village, Aikmel Sub-District, East Lombok Regency. The determination of the number of business respondent was

conducted using survey method with a total of 8 respondents, while the determination of consumer respondents was conducted using quota sampling method with a total of 32 respondents. The respondents were determined using accidental sampling method.

The results of this research show that: (1) The attributes of tempe that are considered very important by consumers in purchasing tempe products in Aikmel Sub-District are: Taste, Price, Hygiene, and Product Safety. Meanwhile, the product attributes with the highest performance level based on Importance Performance Analysis (IPA) calculation are Price, Taste, Packaging, and Service. The attributes with low performance level are Product Safety, Hygiene, and Product Variation; (2) The Customer Satisfaction Index (CSI) value of tempe products in Aikmel Sub-District is 75.30%, which means that consumers overall feel "satisfied" with the tempe products in Aikmel Sub-District; (3) The average cost incurred by tempe agroindustry in Aikmel Sub-District in one production process is Rp.1.160.236, and the average revenue obtained in one production process is Rp. 598.514.

Keywords: *Consumer Satisfaction Index, Tempe Agroindustry, East Lombok Regency*

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara agraris yang mengandalkan sektor pertanian baik sebagai penopang pembangunan maupun sebagai mata pencaharian utama bagi sebagian besar masyarakatnya. Sektor pertanian memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) sebagai sumber pendapatan dan pemenuhan kebutuhan hidup bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Salah satu subsektor pertanian yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan adalah agribisnis. Ruang lingkup agribisnis yang berpotensi untuk dikembangkan yaitu agroindustri, karena dapat menciptakan peluang usaha baru dan menghasilkan nilai tambah yang lebih bagi komoditi pertanian (Kusumaningrum, 2019).

Salah satu agroindustri yang memiliki potensi untuk dikembangkan yaitu agroindustri tempe. Tempe menjadi makanan khas Indonesia yang masih bertahan hingga saat ini, bahkan sudah menjadi makanan andalan keluarga Indonesia. Tempe merupakan makanan kegemaran yang dikonsumsi oleh seluruh kalangan masyarakat, tidak hanya dari kelas bawah dan menengah saja, melainkan dari semua kalangan termasuk kalangan atas juga ikut mengkonsumsi tempe (Denci, 2019).

Konsumen merupakan bagian terpenting dalam suatu usaha, tanpa adanya konsumen maka suatu usaha tidak akan bisa berjalan. Dalam mengonsumsi dan menggunakan produk, konsumen memiliki hak dan kewajiban yaitu kepuasan dari suatu produk yang digunakan. Konsumen juga memiliki sikap dan pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam melakukan pembelian.

Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk berbeda-beda, apabila kualitas dari suatu produk yang ditawarkan produsen melebihi yang diharapkan oleh konsumen maka kepuasan konsumen akan tercapai. Namun apabila kualitas produk yang ditawarkan produsen jauh dari yang diharapkan konsumen maka konsumen tidak akan merasa puas. Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Siregar, 2021).

Perilaku konsumen dapat menjelaskan bagaimana kepuasan konsumen terhadap produk tempe. Dari kepuasan yang didapatkan konsumen, akan berdampak kepada loyalitas dan adanya pembelian berulang dari konsumen tersebut. Informasi mengenai perilaku konsumen sangat penting bagi perusahaan untuk dapat menyesuaikan rencana strateginya dalam mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi di pasar maupun sektor industri. Informasi perilaku konsumen bagi perusahaan bukan lagi hanya sebagai input melainkan sudah menjadi asset dan alat pemasaran.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dipandang perlu untuk melakukan penelitian tentang **“Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Tempe di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur”**.

Penelitian bertujuan untuk (1) menganalisis atribut-atribut produk tempe yang dirasa penting oleh konsumen dalam membeli produk tempe dan tingkat kinerja dari atribut-atribut produk tersebut; (2) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk tempe di Kecamatan Aikmel; (3) Menganalisis biaya dan pendapatan agroindustri tempe

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah produsen dan konsumen produk tempe di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur. Penentuan daerah penelitian ditetapkan dengan metode purposive sampling yaitu di Desa Kalijaga Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur. Penentuan jumlah responden pengusaha dilakukan dengan metode survei yaitu sebanyak 8 orang, dan penetapan responden konsumen dilakukan dengan metode “quota sampling” dan ditetapkan sebanyak 32 responden. Sedangkan penentuan responden dilakukan secara “accidental Sampling”. Sumber data dalam penelitian ini ada 2 macam meliputi data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi, dan pengumpulan data sekunder. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif.

Analisi Data

Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut-atribut suatu peroduk terhadap kepuasan konsumen menggunakan skala 5 tingkat (likert). Skala likert digunakan sebagai indikator skala ukuran kuantitatif. Kelima skala tersebut akan diberikan nilai (1-5), seperti yang diterangkan pada tabel 3.2. di bawah ini.

Tabel 1. Skor Tingkat Kepentingan dan Skor Tingkat Kinerja.

Tingkat Kepentingan	Skor/Nilai	Tingkat Kinerja
Sangat Tidak Penting	1	Sangat Tidak Baik
Tidak Penting	2	Tidak Baik
Cukup Penting	3	Cukup Baik
Penting	4	Baik
Sangat Penting	5	Sangat Baik

Sumber: Simamora (2004)

Berdasarkan persepsi tingkat kepentingan konsumen, dapat dirumuskan tingkat kepentingan yang paling dominan. Dengan menggunakan konsep kepentingan ini diharapkan dapat menangkap persepsi yang lebih jelas mengenai tingkat kepentingan atribut produk tempe bagi konsumen.

Dari hasil pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, dihasilkan suatu perhitungan dalam bentuk angka-angka yang digambarkan dalam diagram kartesius. Tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang digambarkan dalam diagram kartesius adalah skor tingkat kepentingan dan kinerja rata-rata per responden. Rumus yang digunakan dalam menghitungnya adalah sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum Xi}{n}$$

$$Y = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan :

X = Skor rata-rata tingkat kinerja (pelaksana atau pelayanan)

Y = Skor rata-rata tingkat kepentingan (harapan)

$\sum Xi$ = Total skor penilaian kinerja

$\sum Yi$ = Total skor penilaian kepentingan

n = Jumlah seluruh responden

Tahap selanjutnya yaitu menghitung rata-rata seluruh atribut tingkat kepentingan (Y) dan kinerja (X) yang menjadi batas dalam diagram kartesius dengan rumus :

$$\bar{X}_i = \frac{\sum \bar{x}_i}{k}$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum \bar{y}_i}{k}$$

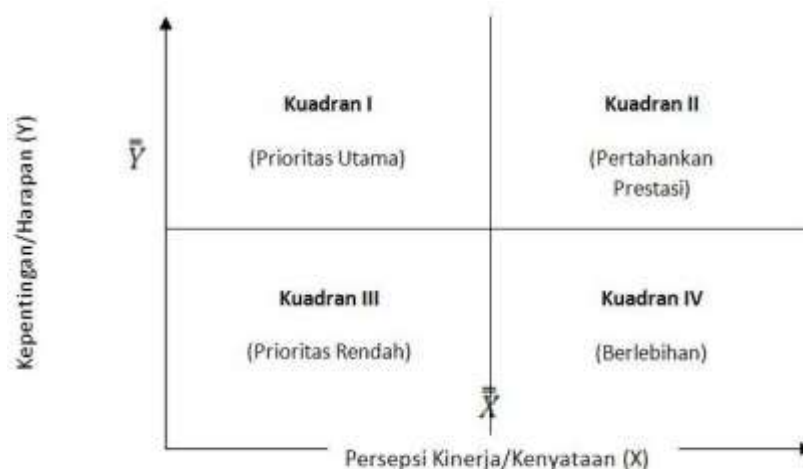
Keterangan:

\bar{X}_i = Rata-rata skor tingkat kinerja

\bar{Y}_i = Rata-rata dari tingkat kepentingan konsumen

k = Banyaknya atribut yang diteliti

Tahapan terakhir yang digunakan dalam menganalisis tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yaitu penjabaran tiap atribut dalam diagram kartesius, seperti pada gambar dibawah ini:



Gambar 3.1. Diagram Kartesius

Setiap hasil dari perhitungan nilai digunakan sebagai pasangan koordinat beberapa titik yang memposisikan suatu dimensi pada diagram kartesius yang terdiri dari kuadran I, II, III, dan IV.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) adalah skala pengukuran yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk pada suatu perusahaan dengan pendekatan yang mempertimbangkan penilaian pengguna terhadap kinerja atribut-atribut yang diukur. Menurut Stratford (2007), Terdapat empat tahapan dalam perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)*, yaitu:

1. Menghitung *Importance Weighting Factor*, yaitu mengubah nilai rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang diuji menjadi persen, sehingga didapatkan total *Importance Weighting Factor* 100.
2. Menghitung *Weighted Skor Terbobot*, yaitu nilai perkalian antar nilai rata-rata tingkat kinerja kepuasan dengan *Importance Weighting Factor* masing-masing atribut.
3. Menghitung *Weighted Total Terbobot*, yaitu menjumlahkan *Weighted Score* dari semua atribut mutu jasa.
4. Menghitung *Customer Satisfaction Index*, yaitu *Weighted Total* dibagi skala maksimal yang digunakan (dalam penelitian ini digunakan skala 5), kemudian dikalikan 100.

Skala nol sampai satu merupakan skala kepuasan konsumen yang umum digunakan dalam interpretasi indeks. Seperti yang dijabarkan pada Tabel 3.3. Semakin tinggi nilai CSI maka semakin tinggi nilai kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

Tabel 2. Kriteria Tingkat Kepuasan Konsumen

No	Nilai Indeks Kepuasan Konsumen	Indeks Kepuasan Konsumen
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

Sumber: Aritonang, 2005

Analisis Biaya dan Pendapatan

a. Biaya

Untuk menghitung analisis biaya digunakan rumus sebagai berikut (Soekartawi, 2006):

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC = Total Biaya/*Total Cost*

TFC = Total Biaya Tetap/*Total Fixed Cost*

TVC = Total Biaya Variabel/*Total Variabel Cost*

b. Pendapatan

Untuk analisis besarnya pendapatan usahatani dari kegiatan usahatani dihitung dengan menggunakan rumus (Soekartawi, 1995)

$$I = TR - TC$$

Keterangan :

I = Pendapatan Usahatani (*income*)

TR = Total Penerimaan (*total revenue*)

TC = Total Biaya (*total cost*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga dan pengalaman berusaha. Jumlah responden dalam penelitian ini yaitu 40 responden yang terdiri dari 8 orang responden pengusaha dan 32 orang responden konsumen produk tempe di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur.

Tabel 3. Karakteristik Umur Responden Produsen dan Konsumen Agroindustri Tempe di Kecamatan Aikmel Tahun 2023

No	Uraian	Jumlah		Persentase (%)	
		Pengusaha	Konsumen	Pengusaha	Konsumen
1	Kisaran Umur (Tahun)				
	a. 20-30	0	24	0	75
	b. 31-40	3	3	38	9
	c. 41-50	5	5	62	16
	Jumlah	8	32	100	100
2	Jenis Kelamin				
	a. Laki-Laki	3	10	37	31
	b. Perempuan	5	22	63	69
	Jumlah	8	32	100	100
3	Tingkat Pendidikan				
	a. Tamat SD	3	0	38	0
	b. Tamat SMP	2	4	24	13
	c. Tamat SMA	3	14	38	44
	d. Diploma	0	3	0	9
	e. Sarjana	0	11	0	34
	Jumlah	8	32	100	100
4	Tanggungjawab Keluarga (Orang)				
	a. 1-2	1	-	12	-
	b. 3-4	7	-	88	-
	Jumlah	8	-	100	-
5	Pengalaman Usaha (Tahun)				
	a. 1-10	5	-	63	-
	b. 11-20	3	-	37	-
	Jumlah	8	-	100	-

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Usia Responden

Tabel 3 menjelaskan bahwa sebagian besar umur pengusaha agroindustri tempe berkisar antara 41-50 tahun. Sedangkan umur konsumen sebagian besar berada pada rentang usia 20-30 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha dan konsumen berada dalam kelompok usia produktif secara fisik dan mental. Umur dapat mempengaruhi fisik dalam bekerja, cara berfikir, serta keinginan untuk menerima ide-ide baru dalam mengelola dan mengembangkan agroindustri yang dikelola.

Jenis Kelamin

Tabel 3 menjelaskan bahwa jenis kelamin responden pengusaha maupun konsumen produk tempe di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur cenderung berjenis kelamin perempuan. Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan sesuai atau tidaknya pekerjaan yang akan dilakukan. Menurut Kristof-Brown (2005) kesesuaian antara individu dengan pekerjaan atau tugas-tugas yang dilakukan di tempat kerja dan tuntutan pekerjaan serta keterampilan karyawan untuk memenuhi permintaan tersebut.

Tingkat Pendidikan

Tabel 3 menjelaskan bahwa tingkat pendidikan pengusaha terbanyak pada usaha agroindustri tempe di Kecamatan Aikmel, yaitu pada tingkat Sekolah Dasar (SD) dan Menengah Atas (SMA), masing-masing sebanyak 3 orang dengan persentase 38%. Sedangkan tingkat pendidikan konsumen di dominasi pada tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA), yaitu sebanyak 14 orang dengan persentase 44%. Tingkat pendidikan dapat mempengaruhi cara berfikir dan kesiapan untuk menerima suatu inovasi. Menurut Putri (2019) Pendidikan merupakan aspek yang penting dalam mengembangkan Sumber Daya Manusia.

Tanggungjawab Keluarga

Pada tabel 3 dapat dilihat bahwa rata-rata jumlah tanggungan keluarga responden pengusaha agroindustri tempe di kecamatan Aikmel sebanyak 3 orang. Jumlah tanggungan terbanyak yaitu berkisar antara 3-4 orang. Responden yang hanya memiliki 1 tanggungan dikarenakan anaknya sudah menikah dan hanya tinggal berdua dengan istrinya. Sedangkan responden yang memiliki tanggungan 3 orang yaitu terdiri dari istri dan 2 orang anak. Data tersebut menunjukkan bahwa rata-rata keluarga responden pengusaha agroindustri tempe di Kecamatan Aikmel tergolong ke dalam keluarga kecil.

Pengalaman Usaha

Berdasarkan tabel 3 Rata-rata lama berusaha responden agroindustri tempe di Kecamatan Aikmel yaitu 11 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden cukup berpengalaman dalam menjalankan usaha agroindustri tempe. Pengalaman berusaha menunjukkan pengaruh yang positif terhadap produktivitas yang dimiliki oleh pelaku usaha. Semakin banyak pengalaman dalam berusaha maka semakin banyak pengetahuan baru yang dimiliki, dengan begitu pengusaha memiliki banyak inovasi baru untuk mengembangkan usahanya dan meningkatkan pendapatan.

Gambaran Umum Usaha

Desa Kalijaga merupakan desa dengan pengusaha terbanyak yang memproduksi tempe di Kecamatan Aikmel. Terdapat 8 agroindustri skala rumahan atau *home industry* yang masih aktif memproduksi tempe. Agroindustri

tempe di Desa Kalijaga melakukan proses produksi setiap hari. Rata-rata tenaga kerjanya berjumlah 3 orang dengan jam kerja rata-rata 7-8 jam, dan belum memiliki merek khusus. Hasil produksi tempe sebagian besar dipasarkan melalui Pengecer, konsumen yang datang langsung ke lokasi produksi untuk membeli, dan dipasarkan langsung ke beberapa pasar tradisional yang terdapat di Kabupaten Lombok Timur dengan harga jual untuk satu kemasan tempe yaitu berkisar antara Rp 1.000 - Rp 1.500.

Analisi Data

Penilaian Konsumen Terhadap Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut Tempe

Tabel 4. Penilaian Terhadap Tingkat Kinerja dan Kepentingan Atribut

No	Atribut	Rata-Rata Tingkat Kepentingan	Peringkat	Rata-Rata Tingkat Kinerja	Peringkat
1	Rasa	4.34	2	4.19	2
2	Kemasan	4.06	5	3.97	3
3	Higienitas	4.47	1	3.84	6
4	Harga	4.25	3	4.28	1
5	Variasi Produk	3.69	6	3.19	7
6	Keamanan Produk	4.47	1	3.88	5
7	Pelayanan	4.13	4	3.91	4
Rata-Rata		4.2		3.89	

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat nilai rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yaitu 4.2 dan nilai rata-rata tingkat kinerja seluruh atribut yaitu 3.89, yang artinya ketujuh atribut yang diteliti menjadi pertimbangan yang cukup penting bagi konsumen dalam membeli produk tempe. Nilai rata-rata tingkat kinerja ketujuh atribut tersebut cukup mampu dalam memenuhi keinginan konsumen akan atribut tersebut. Nilai rata-rata kinerja lebih rendah dari nilai rata-rata kepentingan, artinya sebagian besar atribut belum memiliki kinerja yang cukup baik, oleh karena itu perusahaan harus memperbaiki atau meningkatkan kinerja dari atribut tersebut supaya keinginan konsumen dapat terpenuhi.

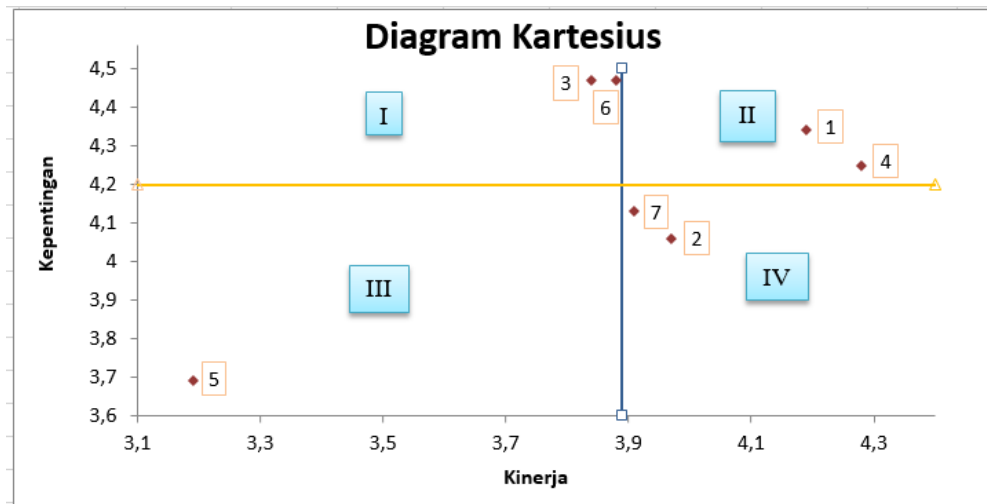
Analisis Importance Perfomance Analysis (IPA)

Tabel 5. Penilaian Terhadap Tingkat Kinerja dan Kepentingan Atribut

No	Atribut	Mean Perfomace Score	Mean Importance Score
1	Rasa	4.19	4.34
2	Kemasan	3.97	4.06
3	Higienitas	3.84	4.47
4	Harga	4.28	4.25
5	Variasi Produk	3.19	3.69
6	Keamanan Produk	3.88	4.47
7	Pelayanan	3.91	4.13
Rata-Rata		3.89	4.2

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat nilai rata-rata tingkat kepentingan konsumen yaitu 4.2 dan nilai rata-rata tingkat kinerja sebesar 3.89. Kedua nilai ini akan menjadi garis tengah diagram kartesius Importance Perfomance Analysis (IPA) sehingga terbentuk empat kuadran. Diagram kartesius Importance Perfomance Analysis (IPA) untuk atribut-atribut produk tempe dapat dilihat pada gambar 3 di bawah ini.



Gambar 1. Diagram Kartesius *Importance Perfomance Analysis (IPA)* Produk Tempe

Keterangan:

Kuadran I (Prioritas Utama)

Keamanan Produk (6)

Higienitas (3)

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Variasi Produk (5)

Kuadran II (Pertahankan)

Rasa (1)

Harga (4)

Kuadran IV (Berlebih)

Kemasan (2)

Pelayanan (7)

a. Kuadran I (Perioritas Utama)

Kuadran I menunjukkan atribut yang dianggap penting oleh konsumen, akan tetapi pihak perusahaan belum melakukan sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa kurang puas. Atribut yang ada dalam kuadran ini perlu diperhatikan dengan menjadikan prioritas dan meningkatkan kinerja. Adapun tribut yang ada dalam kuadran I sebagai berikut:

1) Keamanan Produk

Atribut keamanan produk pada produk tempe dinilai penting oleh konsumen akan tetapi perusahaan kurang memenuhi tingkat kepentingan dari atribut. Konsumen yang membeli produk tempe untuk dikonsumsi tentu akan memperhatikan keamanan dari produk, jika keamanan produk tempe sudah terjamin maka konsumen akan tertarik untuk membeli. Atribut keamanan yang dimaksud yaitu produk terbuat terbuat dari bahan-bahan yang aman untuk dikonsumsi. Secara keseluruhan semua unit produksi di Desa Kalijaga memproduksi tempe sudah sesuai dengan standar, akan tetapi produsen belum bisa menjamin keamanan tersebut secara resmi seperti sertifikat halal dan sejenisnya, sehingga konsumen kurang puas akan jaminan keamanan dari produk

tempe. Oleh karena itu delapan unit produksi di Desa Kalijaga harus memperbaiki atau memiliki jaminan bahwa bahan yang digunakan dalam proses produksi merupakan bahan yang aman untuk dikonsumsi, supaya konsumen memiliki kepercayaan penuh akan keamanan dari produk tempe.

2) Higienitas

Higienitas merupakan salah satu atribut yang dinilai penting oleh konsumen akan tetapi perusahaan kurang memenuhi tingkat kepentingan dari atribut higienitas. Secara keseluruhan produk tempe di Desa Klajaga sudah bersih akan tetapi masih sering ditemukan serpihan batu, lidi, dan ampas kedelai. Oleh karena itu perusahaan harus memperbaiki tingkat kinerja dari atribut higienitas supaya atribut dapat memenuhi tingkat kepentingan secara maksimal.

b. Kuadran II (Pertahanan)

Atribut-atribut pada kuadran II memiliki tingkat harapan dan kinerja yang tinggi. Kuadran II menunjukkan atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen, atribut yang masuk dalam kuadran ini dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan konsumen, sehingga perusahaan harus tetap mempertahankan atribut karena atribut yang ada di kuadran ini menjadi produk tersebut unggul dimata konsumen. Atribut yang termasuk dalam kuadran II yaitu:

1) Rasa

Atribut rasa pada produk tempe Desa Kalijaga dianggap sangat penting oleh konsumen dan perusahaan sudah sepenuhnya memenuhi tingkat kepentingan dari rasa sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Rasa pada produk tempe dapat dihasilkan dari kombinasi tekstur dan komposisi bahan makanan yang tercampur didalam makanan tersebut. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, sebagian besar konsumen tempe Desa Kalijaga menginginkan tempe yang memiliki aroma yang khas dan rasa yang enak yaitu tempe yang ketika dikonsumsi tidak pahit ataupun asam. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, produsen harus mampu mempertahankan kinerja dari atribut rasa, supaya konsumen tetap mengonsumsi produk tempe yang ada di Desa Kalijaga atau tidak beralih ke produsen lain.

2) Harga

Harga merupakan salah satu atribut yang dinilai penting oleh konsumen dan perusahaan sudah memenuhi tingkat kepentingan konsumen dengan kinerja yang baik. Harga yang ditawarkan oleh delapan produsen merupakan harga yang dapat diterima oleh konsumen karena sesuai dengan kualitas yang diberikan. Harga perbungkus yang ditawarkan oleh delapan produsen tempe yaitu berkisar antara Rp.1.000 sampai dengan Rp.1.500. pada atribut ini produsen harus mampu mempertahankan kinerja harga yang ditawarkan agar konsumen tetap setia untuk membeli dan mengonsumsi produk tempe dari perusahaan tersebut.

C. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting atau kurang berpengaruh terhadap konsumen dan tingkat kinerja dari perusahaan juga masih relative rendah. Atribut yang masuk pada kuadran ini memberikan pengaruh yang tidak terlalu besar atau relative kecil terhadap manfaat yang dirasakan oleh konsumen sehingga perbaikan atau peningkatan kinerja

atribut yang terdapat pada kuadran ini dapat dipertimbangkan. Adapun atribut yang termasuk pada kuadran ini yaitu:

a. Variasi Produk

Atribut variasi produk dianggap tidak terlalu penting oleh konsumen dan memiliki tingkat kinerja yang rendah. Meskipun tingkat kepentingan dari atribut variasi produk tidak terlalu penting akan tetapi tingkat kinerja perlu ditingkatkan agar nantinya konsumen merasa puas dengan kinerja atribut variasi menu ini. Variasi produk yang dimaksud yaitu adanya berbagai variasi produk tempe dapat dinikmati dengan berbagai cara, saat ini hanya ada satu varian produk yang di produksi oleh delapan produsen tersebut, sehingga perlu dilakukan inovasi dengan menambah beberapa macam produk, misalnya memproduksi tempe dengan berbagai ukuran dan kemasan.

D. Kuadran IV (Berlebih)

Kuadran IV menunjukkan atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen tetapi perusahaan telah memberikan kinerja yang sangat baik atau memuaskan sehingga kinerja pada kuadran ini dinilai berlebihan. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran IV yaitu:

a. Kemasan

Atribut kemasan dianggap konsumen kurang penting akan tetapi perusahaan sudah menjalankan atribut ini dengan sangat baik, sehingga atribut dinilai berlebihan. Selama ini kemasan yang digunakan oleh perusahaan adalah plastik dengan kualitas baik.

b. Pelayanan

Atribut pelayanan dianggap kurang penting akan tetapi perusahaan sudah menjalankan kinerja dari atribut ini dengan sangat baik. Atribut pelayanan yang di maksud yaitu pelayanan dari perusahaan sangat cepat dan ramah, produsen menerima aduan/complain dari konsumen apabila barang yang diberikan rusak, dan produsen/karyawan konsisten dalam memberikan pelayanan yang baik sehingga konsumen merasa nyaman.

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen

Tabel 5. Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) Produk Tempe

Atribut	Mean Importance Score (MIS)	Mean Satisfaction Score (MSS)	Weight Factor (WF) (%)	Weight Score (WS)
Rasa	4.34	4.00	14.76	0.59
Kemasan	4.06	3.56	13.80	0.49
Higienitas	4.47	3.75	15.20	0.57
Harga	4.25	3.88	14.46	0.56
Variasi Produk	3.69	3.38	12.54	0.42
Keamanan	4.47	3.91	15.20	0.59
Pelayanan	4.13	3.81	14.04	0.53
Total	29.41	26.28	100	3.76
CSI %				75,30

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5. Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang diperoleh

yaitu sebesar 75,30% yang berada pada rentang 66%-80%. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum indeks kepuasan konsumen produk tempe berada pada kategori “puas”. Meskipun demikian terdapat 24,7% konsumen merasa belum puas terhadap kinerja dari atribut produk tempe. Oleh karena itu perusahaan harus mampu memperbaiki atau meningkatkan kinerja dari atribut-atribut produk tempe sesuai dengan kepentingan atau harapan konsumen, supaya nilai *Customer Satisfaction Index* dari produk tempe dapat mencapai 100%.

Biaya Produksi

a. Biaya Variabel

Tabel 6. Jumlah Rata-Rata Biaya Variabel Agroindustri Tempe di Kecamatan Aikmel Dalam Satu Kali Produksi

No	Biaya Variabel/Proses Produksi				
	Komponen Biaya	Satuan	Jumlah	Harga	Nilai (Rp)/(pp)
1	Kedelai	Kg	72,5	12.625	913.750
2	Ragi	gr	0,175	15.000	2.625
3	Plastik	pcs	2,375	12.000	28.875
4	Pertalite	ltr	0,258	12000	3.125
5	Gas	tabung	2,125	18.000	38.250
6	Minyak Tanah	ltr	0,02408	30.000	722,46
7	Tepung	kg	0,875	16.000	14.000
8	Tenaga Kerja	org	3	46.875	139.375
9	Air	-	-	-	2.146
10	Transportasi	hari	1	16.875	16.875
Jumlah					1.159.743

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa rata-rata biaya variabel yang dikeluarkan oleh 8 produsen pengusaha agroindustri tempe yaitu sebesar Rp. 1.157.547. Agroindustri tempe di Kecamatan Aikmel melakukan produksi setiap hari sehingga biaya untuk setiap proses produksinya relative sama. Dengan biaya terbesar yaitu untuk pembelian kedelai senilai Rp. 913.750, dan biaya terkecil yaitu untuk pembelian minyak tanah senilai Rp. 722,46. Minyak tanah digunakan sebagai bahan penutup atau perekat pelastik pembungkus tempe. Gas digunakan sebagai bahan bakar dalam perebusan tempe, rata-rata gas yang dihabiskan untuk merebus 72,5kg kedelai yaitu 2,125 tabung.

b. Biaya Tetap

Tabel 7. Jumlah Rata-Rata Biaya Tetap Agroindustri Tempe di Kecamatan Aikmel Dalam Satu Kali Produksi

No	Biaya Tetap	Nilai (Rp)/(pp)
	Komponen Biaya	
A. Biaya Penyusutan Alat (unit)		
1	Mesin	253
2	Keranjang	32
3	Tabung Air	82
4	Panci/Dandang	13
5	Tabung Gas	12
6	Rak	44.22
7	Gayung	2.78
8	Kompor	8.33
Total Biaya Penyusutan Alat		447.63
B. Pajak Bumi Bangunan		45
Total Biaya Tetap		492.77

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan data pada tabel 7 menunjukkan bahwa rata-rata biaya tetap yang dikeluarkan oleh 8 reponden pengusaha agroindustri tempe pada setiap proses produksi yaitu sebesar Rp.492.77, dengan biaya penyusutan tertinggi yaitu mesin sebesar Rp. 253. Proses produksi tempe dilakukan setiap hari, sehingga rata-rata biaya tetap yang dikeluarkan dalam setiap proses produksi relative sama.

Tabel 8. Rata-Rata Total Biaya Produksi Tempe di Kecamatan Aikmel Dalam Satu Kali Produksi

No	Komponen Biaya	Total (Rp)
1	Biaya Variabel	1.159.743
2	Biaya Tetap	492.77
Jumlah		1.160.236

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Data pada tabel 8 menunjukkan bahwa total rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan oleh 8 pengusaha agroindustri tempe per proses produksi yaitu sebesar Rp.1.160.236. Jumlah ini di dapat dari penjumlahan biaya variabel sebesar Rp. 1.159.743, dan biaya tetap sebesar Rp. 492.77, sehingga didapat total nilai produksi dari produk tempe.

Total Penerimaan Agroindustri Tempe

Tabel 9. Jumlah Rata-Rata Penerimaan Agroindustri Tempe di Kecamatan Aikmel Dalam Satu Kali Produksi

No	Uraian	Satuan	Nilai
1	Produksi	Gr	117.250
2	Produksi	Bks	1.173
3	Harga Jual	Rp/bks	1.500
Total Penerimaan (Rp)			1.758.750

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Penerimaan merupakan nilai uang yang diperoleh pengusaha dari hasil jumlah produksi yang dihasilkan dengan satuan harga produksi. Sehingga diketahui bahwa besar kecilnya penerimaan sangat ditentukan oleh jumlah produksi yang dihasilkan dan harga jual produksi tersebut.

Pendapatan Agroindustri Tempe

Tabel 10. Jumlah Rata-Rata Pendapatan Agroindustri Tempe di Kecamatan Aikmel Dalam Satu Kali Produksi

No	Uraian	Satuan	Nilai
1	Jumlah Produksi	gr	117.250
2	Jumlah Produksi	bks	1.173
3	Harga Produk	Rp/bks	1.500
4	Nilai Produksi	Rp	1.758.750
5	Total Biaya Produksi	Rp	1.160.236
Total Pendapatan (Rp)			598.514

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari tabel 10 diketahui bahwa jumlah rata-rata produksi yang dihasilkan per proses produksi yaitu sebanyak 117.250g atau sama dengan 1.173 bungkus. Diketahui harga jual produk tempe perbungkus yaitu Rp. 1.500, sehingga diperoleh rata-rata penerimaan sebesar Rp. 1.758.750, dan jumlah rata-rata pendapatan dari 8 pengusaha agroindustri tempe dalam satu kali produksi yaitu sebesar Rp. 598.514. Pendapatan merupakan selisih antara jumlah penerimaan dalam satu kali proses produksi dengan biaya total yang digunakan dalam satu kali produksi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat diambil dari beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Atribut tempe yang dianggap sangat penting oleh konsumen dalam membeli produk tempe di Kecamatan Aikmel yaitu: Rasa, Harga, Higienitas, dan Keamanan Produk. Sedangkan atribut produk yang memiliki tingkat kinerja paling tinggi berdasarkan perhitungan *Metode Importance Perfomance Analysis* (IPA) adalah Harga, Rasa, Kemasan, dan Pelayanan. Atribut yang memiliki tingkat kinerja yang rendah yaitu: Keamanan Produk, Higienitas, dan Variasi Produk.
2. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) produk tempe yaitu: 75,30% . Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan konsumen merasa puas terhadap produk tempe yang ada di Kecamatan Aikmel.
3. Rata-rata biaya yang di keluarkan oleh agroindustri tempe di Kecamatan Aikmel dalam satu kali proses produksi adalah Rp.1.160.236, dan rata-rata pendapatan yang diperoleh dalam satu kali proses produksi yaitu sebesar Rp. 598.514.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disarankan:

1. Pengusaha agroindustri tempe perlu meningkatkan atau memperbaiki kinerja dari atribut-atribut yang belum sesuai dengan harapan konsumen, seperti keamanan produk, higienitas, dan variasi produk, supaya tercapainya kepuasan konsumen yang dapat menyebabkan kesetiaan konsumen untuk tetap membeli atau mengonsumsi produk tempe di Kecamatan Aikmel.
- 1) Pengusaha agroindustri tempe perlu melakukan survei mengenai tingkat kepuasan konsumen secara berkala, dengan menyediakan kontak keritik dan saran supaya dapat mengetahui apa saja yang diinginkan oleh kosumen terhadap produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistic (BPS) Kabupaten Lombok Timur, 2022.
- Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Lombok Timur. 2022. *Daftar IKM Kecamatan Aikmel 2021-2022*. Dinas Perdagangan dan Perindustrian: Lombok Timur.
- Kusumaningrum, S.I. 2019. *Pemanfaatan sektor pertanian sebagai penunjang pertumbuhan perekonomian indonesia*. *Transaksi*, 11(1), 80-89.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta..
- Siregar, M. (2021). *Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan*. *Jurnal Diversita*, 7(1), 114-120.
- Stratford. 2007. *Customer Satisfaction Index dalam Salimah. (Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Martabak House Restaurant)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor: Bogor.
- Soekartawi, 2006. *Analisis Usahatani*. UI-Press: Jakarta.
- Kristof-Brown A. L., Zimmerman R. D., Johnson E. C. 2005. Consequences of Individual's Fit at Work: A Meta-analysis of Person-job, Person-organization, Person-group, and Person-supervisor Fit. *Jurnal Personnel Psychology*. 58(2):281-342.
- Putri P. A. 2019. *Sistem Pengupahan Tenaga Kerja Pada Usahatani Padi Di Kecamatan Brang Rea Kabupaten Sumbawa Barat*. [Skripsi, *Unpublished*]. Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram.

