



Available online at <http://joseta.faperta.unand.ac.id>

Journal of Socio Economics on Tropical Agriculture (Jurnal Sosial  
Ekonomi Pertanian Tropis) (JOSETA)

ISSN: 2686 – 0953 (online)



## ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ROTI OHAYO BAKERY DI KOTA PADANG

### *Analysis of Customer Satisfaction Level of Ohayo Bakery Padang*

Miranti Fadhilla Anggun<sup>1</sup>, Rudi Febriamansyah<sup>2</sup>, Cipta Budiman<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Padang

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Padang

<sup>3</sup>Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Padang

email koresponden: r\_febriamansyah@agr.unand.ac.id

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap roti Ohayo Bakery di Kota Padang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*, sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Hasil analisa IPA diperoleh bahwa atribut yang harus diperbaiki adalah harga produk dan daya tahan produk. Sedangkan hasil kepuasan konsumen diperoleh nilai CSI sebesar 82% atau 0.82 yang berada pada range 0.81-1.00, sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan atribut roti Ohayo Bakery sudah memuaskan konsumennya.

**Kata Kunci:** ohayo Bakery, kepuasan konsumen, IPA, CSI

#### Abstract

*This research aims to analyze the customer satisfaction level of Ohayo Bakery Padang. The sampling method used in this research is the accidental sampling technique, and the data is analyzed by Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI). The Importance Performance Analysis (IPA) result explains that the attributes that must be improved include product prices and durability. Based on Customer Satisfaction Index (CSI) analysis, the customer satisfaction level reached a value of 82% or 0,822, which is in the range of 0,81-1,00. Thus, the overall attribute of Ohayo Bakery has satisfied its consumers.*

**Keywords:** Ohayo Bakery, customer satisfaction, IPA, CSI

## PENDAHULUAN

Bagi negara berkembang seperti Indonesia, transformasi sektor pertanian menjadi sektor industri tidak dapat dihindarkan, karena Indonesia sedang bertransformasi dari negara agraris menjadi negara industri yang maju. Peran sektor pertanian masih menjadi ciri khas kemajuan sektor industri, karena itu kondisi struktur ekonomi perlu seimbang antar sektor industri (Soekartawi, 1999). Agroindustri merupakan industri yang bahan baku utamanya adalah hasil pertanian (Soekartawi, 2000). Dalam hal ini studi agroindustri menekankan pada pengelolaan-pengolahan pangan pada perusahaan produk olahan yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utama (Soekartawi, 2005). Pengolahan hasil produk pertanian sangat penting karena pertimbangan antar lain menambah nilai, meningkatkan kualitas hasil, meningkatkan penyerapan tenaga kerja, meningkatkan keterampilan produsen, dan meningkatkan pendapatan produsen (Soekartawi, 2003).

Pengembangan sektor industri makro dan mikro harus kita upayakan dengan mengoptimalkan potensi semua sumberdaya yang ada. Pengembangan sektor industri memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Industri roti merupakan sektor industri yang perlu dikembangkan. Roti merupakan salah satu jenis makanan berkarbohidrat karena terbuat dari tepung terigu (Hattari, 2014 ; Syahputri dan Wardani, 2015). Roti memiliki kandungan nutrisi yang baik sehingga dapat menggantikan nasi. Roti, kue, donat, biskuit, dan pie adalah bagian dari produk roti. Selain itu, beberapa jenis roti yang kaya serat dan mengandung omega-3 yang dapat berperan sebagai penangkal berbagai penyakit degeneratif (Iswanti, 2012). Saat ini, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, roti merupakan salah satu makanan yang paling dibutuhkan

masyarakat Indonesia. Peningkatan permintaan roti menyebabkan pertumbuhan bisnis yang pesat pada industri roti dan memiliki peluang usaha yang luas.

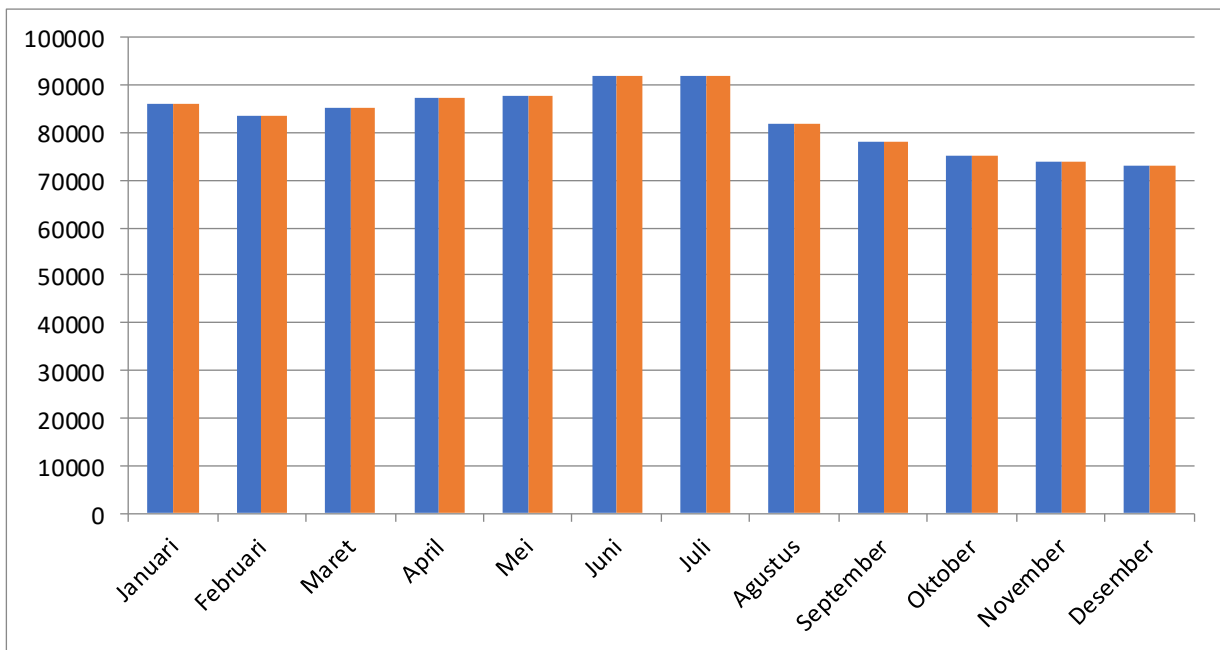
Salah satu daerah yang potensi industri roti berkembang dengan pesat di Propinsi Sumatera Barat, adalah Kota Padang. Hal ini dapat dilihat adanya peningkatan industri roti dari 92 industri pada tahun 2014 menjadi 103 industri roti pada tahun 2017. Perkembangan pesat industri *Bakery* di Kota Padang saat ini telah meningkatkan persaingan antar industri yang semakin ketat. Setiap produsen roti dituntut untuk harus mampu meningkatkan mutu, mempertahankan produknya serta menginovasi produk. Untuk itu setiap perusahaan seharusnya mulai memperhatikan aspek perilaku konsumen, terutama untuk mengetahui apakah konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkannya.

Saat ini Kota Padang telah memiliki 63 IKM roti dengan berbagai merek, salah satunya adalah industri roti Ohayo *Bakery*. Industri roti Ohayo *Bakery* adalah industri roti yang berlokasi di Jalan Mutiara No. 12 Tunggul Hitam, Padang. Usaha ini berdiri sejak tahun 2011 dan memiliki 35 orang tenaga kerja. Berdasarkan kriteria klasifikasi jumlah tenaga kerja dari industri dan perdagangan Kota Padang, dalam perkembangan usahanya industri roti Ohayo *Bakery* mengalami tantangan yang cukup besar karena tingkat persaingan yang tinggi dikalangan produsen roti sejenis yang terlebih dahulu memiliki nama. Banyaknya pesaing di dalam industri roti membuat usaha roti Ohayo *Bakery* mengalami kesulitan dalam mencapai tingkat penjualan yang diinginkan. Hal ini dapat dilihat bahwa volume penjualan roti Ohayo *Bakery* mengalami penurunan pada bulan Februari 2019 dan bulan Juli sampai Desember 2019 (lihat Gambar 1.).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pihak industri roti Ohayo Bakery, penjualan roti di dalam Kota Padang lebih sedikit dibandingkan luar Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa belum kuatnya selera konsumen terhadap roti Ohayo Bakery di dalam Kota Padang. Oleh karena itu, usaha roti Ohayo Bakery harus mampu mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, agar konsumen tidak beralih ke produk pesaing. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk roti Ohayo Bakery di Kota Padang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, melalui wawancara terstruktur dengan responden yang terpilih sebagai sampel. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*. Penerapan *accidental sampling technique* dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa kriteria sebagai berikut : (1) konsumen pria atau wanita yang berusia diatas 17 tahun, (2) Konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi Roti Ohayo Bakery lebih dari satu kali dalam satu bulan terakhir.

Menurut Wirartha (2006), Riyanto dan Hatmawan (2020) apabila banyak populasi tidak diketahui maka



Gambar 1. Diagram Volume Penjualan (pcs) Roti Ohayo Bakery Tahun 2019

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di tiga swalayan di Kota Padang yaitu Budiman, Aciak Mart dan Suzuya Plaza. Pemilihan tempat ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) karena jumlah penjualan roti Ohayo di ketiga swalayan tersebut relatif lebih banyak dibanding dengan swalayan lainnya di kota Padang. Ketiga swalayan tersebut cukup terkenal dan relatif merupakan swalayan besar di Kota Padang.

untuk menentukan jumlah sampel dapat menggunakan rumus Lemeshow dengan nilai  $d$  yang diinginkan 10% sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \times P Q}{d^2}$$

Keterangan :

$n$  = jumlah sampel

$Z$  = skor  $z$  pada kepercayaan 90% = 1,64

$P$  = maximal estimasi = 0,5

$$Q = 1 - P$$

d = alpha atau sampling error

Maka didapatkan jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{1.64^2 \times 0.5 (1-0.5)}{0.1^2} = 67,24 \approx 67 \text{ orang}$$

Tabel 1. Sebaran Responden

No	Swalayan	Jumlah Responden
1	Budiman	22
2	Aciak Mart	22
3	Suzuya Plaza	23
	Total	67 orang

Untuk itu jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 67 orang yang tersebar di tiga swalayan yang terpilih di Kota Padang. Pengambilan sampel di distribusikan

secara merata pada tiga swalayan tersebut.

Variabel yang diamati dalam penelitian ini dikelompokkan sesuai dengan tujuan penelitian. Pengukuran kepuasan konsumen dalam penelitian ini difokuskan pada dimensi atribut kualitas produk. Pada atribut kualitas produk tersebut ditetapkan sejumlah indikator dan pada setiap indikator ditetapkan beberapa subindikator. Identifikasi variabel, indikator dan subindikator untuk melakukan analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk roti Ohayo *Bakery* di Kota Padang dapat dilihat pada Tabel 2.

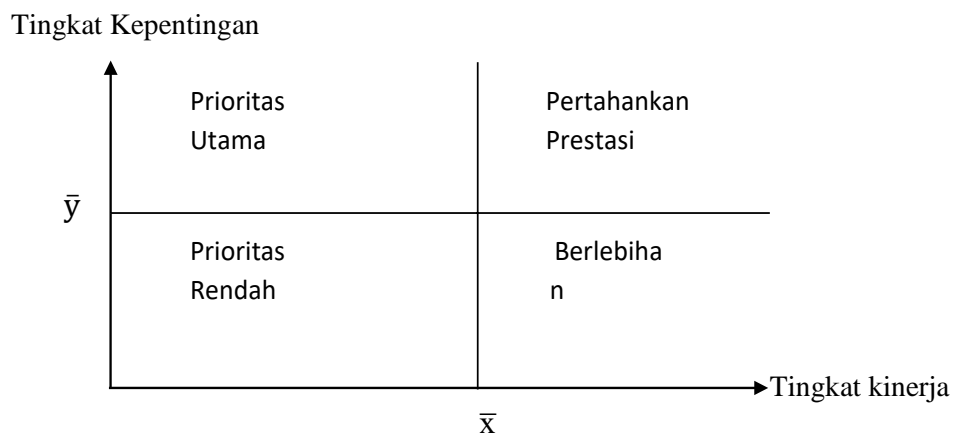
Metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah:

Tabel 2. Atribut Produk

Dimensi Kualitas Produk	Variabel Atribut	Indikator
Kinerja	Cita Rasa	Rasa yang enak, lezat dan gurih membuat konsumen ingin mencoba kembali
	Aroma	Aroma roti harum dan menggugah selera
	Bentuk dan Ukuran	Ukuran roti, tebal dan mengenyangkan
	Variasi Produk	Variasi rasa roti yang beragam menimbulkan rasa ingin tahu konsumen untuk mencobanya.
	Harga Produk	Harga roti yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan rasanya.
	Usaha Promosi	Iklan (Media Cetak dan elektronik) dan informasi dari mulut ke mulut menarik konsumen untuk berbelanja produk roti Ohayo <i>Bakery</i> .
Reabilitas	Kandungan gizi	Roti memiliki banyak kandungan gizi
	Kehigienisan produk	Roti dan pembungkusnya bersih tidak ada debu dan kotoran lainnya.
Ketepatan waktu dan kenyamanan	Lokasi pembelian	Lokasi pembelian yang mudah dijangkau
	Izin produksi	Roti memiliki izin produksi sehingga layak dibeli dan dikonsumsi
Estetika	Pengemasan	Pengemasan yang praktis memungkinkan konsumen dapat langsung menyantap roti kapanpun dan dimanapun.
	Kemasan produk	
Daya Tahan	Daya tahan roti	Berapa lama roti basi atau rusak
	Label kemasan produk	Label pada kemasan sangat membantu dalam mendapatkan informasi tentang mutu produk seperti komposisi, jaminan halal dan tanggal kadaluarsa.
Estetika		
Kesadaran akan merek	Merek	Pandangan atau persepsi konsumen terhadap kualitas merek dibanding merek lain.

### **Importance Performance Analysis (IPA)/Analisis Kinerja dan Kepentingan**

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengetahui indikator mana yang harus dipertahankan berdasarkan pandangan konsumen, dengan melakukan penilaian konsumen terhadap kepentingan (*importance*) dan Kinerja (*performance*) pada setiap indikator kualitas produk yang diteliti (Rizqiyah dan Putri. 2021); (Anggraini 2017). Selanjutnya, hasil penilaian tersebut diletakkan pada diagram Kartesius yaitu suatu ruang yang dibagi empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik dari sumbu X (horizontal) dan sumbu Y (vertikal) (Supranto, 2011). Sumbu X diisi oleh skor tingkat kinerja (*performance*) perusahaan terhadap indikator kualitas produk yang dihasilkan. Sedangkan sumbu Y diisi oleh skor tingkat kepentingan (*importance*) yang dinilai oleh konsumen terhadap indikator kualitas produk yang dikonsumsi (lihat Gambar 2.).



Gambar 2. Diagram Cartesius Importance Performance

### **Customer Satisfaction Index (CSI)/Indeks Kepuasan Pelanggan**

*Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan suatu indeks yang dapat digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan. Metode ini memperhatikan pentingnya atribut yang diukur dan juga mempertimbangkan faktor-faktor

berikut (Aritonang, 2007); (Stratford dalam Rahmania, 2009: 56) :

1. Menentukan MIS (*Mean Importance Score*) dan MSS (*Mean Satisfaction Score*) dari masing-masing atribut:

$$MIS_i = \frac{Y_i}{n} \quad MSS_i = \frac{X_i}{n}$$

2. *Weight Factor* (WF) adalah fungsi dari *Mean Importance Score* atau nilai rata-rata tingkat kepentingan masing-masing atribut ( $MIS_i$ ) terhadap total *Mean Importance Score* (Total MIS) untuk seluruh atribut yang diuji yang dinyatakan dalam bentuk persen.

$$WF = \frac{MIS_i}{Total\ MIS} \times 100\%$$

3. *Weighted Score* (WS) adalah fungsi dari *Mean Satisfaction Score* (MSS) dikali dengan *Weighting Factor* (WF). *Mean Satisfaction Score* atau nilai rata-rata tingkat kepuasan diperoleh dari nilai rata-rata tingkat

performance atau nilai rata-rata tingkat kinerja suatu atribut.

$$WS = MSS \times WF$$

4. *Weighted Total* (WT) adalah fungsi dari total *Weighted Score* (WS) atribut ke-1 ( $a_1$ ) hingga atribut ke-n ( $a_n$ ).

$$WT = WSa_1 + WSa_2 + WSa_3 + \dots + WSa_n$$

5. *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu fungsi dari nilai *Weighted Total* (WT) dibagi dengan *Highest Scale* (HS) atau yang dinyatakan dalam bentuk persen. Skala maksimum diperoleh dari ukuran skala likert yang digunakan dalam pembobotan tingkat kepentingan kinerja. Maka dalam penelitian ini skala maksimum yang digunakan yaitu lima.

$$CSI = \frac{WT}{HS} \times 100\%$$

Kriteria nilai *Customer Satisfaction Index* atau indeks Kepuasan Konsumen menggunakan kisaran 0,00 hingga 1,0 (Tidak puas hingga sangat puas). Kriteria ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3. Rentang Skala dan Interpretasi Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) Keseluruhan

Customer Satisfaction Index	Kriteria
0,81 – 1,00	Sangat Puas
0,66 – 0,80	Puas
0,51 – 0,65	Cukup Puas
0,35 – 0,50	Kurang Puas
0,00 – 0,34	Tidak Puas

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Industri Ohayo Bakery

Ohayo Bakery merupakan salah satu usaha roti di kota padang yang berlokasi di Jalan Mutiara No.12 Tunggul Hitam. Usaha ini didirikan oleh ibu Eva Susanti pada Tahun 2011. Berdirinya usaha ini dilatar belakangi dari hobi pemilik usaha dalam membuat roti dengan berbagai macam varian dan rasa. Selain itu, pemilik usaha juga melihat belum adanya roti dengan beraneka rasa dan bentuk di pasar. Sehingga Ibu Eva mencoba untuk mengolah roti sendiri dan memasarkannya pertama kali di toko sendiri yang berada di Bandara Internasional Minangkabau. Hal tersebutlah yang menjadi alasan pemilik usaha dalam memulai usahanya.

Awalnya usaha ini hanya berupa industri rumahan dengan dua orang tenaga kerja. Seiring dengan berjalannya waktu, usaha ini mendapatkan respon yang baik dari konsumen yang menjadikan usaha ini cukup dikenal oleh masyarakat sehingga pemilik berpikir untuk mengembangkan usaha dengan menambah jumlah varian rasa dan isian roti. Pada saat ini usaha roti Ohayo Bakery telah memiliki 35 orang tenaga kerja dan telah bekerja sama dengan beberapa mitra dalam penyediaan bahan baku, seperti Bogasari, Kokokium, Aroma Raya, Toko Bahagia, Semoga Sukses Jaya, dan Jaya Permex. Usaha roti Ohayo Bakery buka dari hari minggu sampai jumat, jam 8 pagi sampai jam 5 sore. Demi memberikan pelayanan kepada konsumen, roti Ohayo Bakery telah mendapatkan izin usaha industri dan gangguan pada tahun, izin produksi P-IRT No.206137101773 dan sertifikat Halal pada label kemasan.

Pada tahun 2016, roti Ohayo Bakery pernah mendirikan kios yang berlokasi di Tunggul Hitam, namun karena terjadi musibah kebakaran kios tersebut tidak didirikan lagi. Untuk saat ini roti Ohayo Bakery memasarkan produknya melalui supermarket yang berada di dalam maupun di luar Kota Padang. Daerah pemasaran di luar Kota Padang yaitu, Kabupaten Pesisir Selatan, Kota Bukittinggi, Kabupaten Solok dan Kota Pariaman.

Dalam menjalankan usahanya, pihak roti Ohayo Bakery memiliki struktur dan susunan organisasi. Semua orang yang termasuk di dalam organisasi usaha roti Ohayo Bakery bertanggung jawab atas tugasnya masing-masing dan saling membantu satu sama lain. Pemilik merupakan pimpinan perusahaan yang bertugas untuk mengatur, mengawasi, pengambil keputusan dan yang bertanggung jawab terhadap semua kegiatan yang dilakukan pada usaha roti Ohayo Bakery. Pemilik berkunjung ke tempat usaha minimal sekali dalam tiga hari untuk melihat

kondisi usahanya. Dalam kesehariannya, usaha roti Ohayo Bakery diawasi oleh kepala produksi yang merangkap sebagai pengelola keuangan. Kepala produksi roti Ohayo Bakery memiliki peran yaitu bertanggung jawab atas ketersediaan bahan mentah dan bahan penolong yang dibutuhkan selama proses produksi, membuat laporan produksi dan laporan keuangan. Kepala produksi juga mengkoordinir, mengawasi dan bertanggung jawab atas pelaksanaan produksi agar dapat terlaksana secara ekonomi dan efisien.

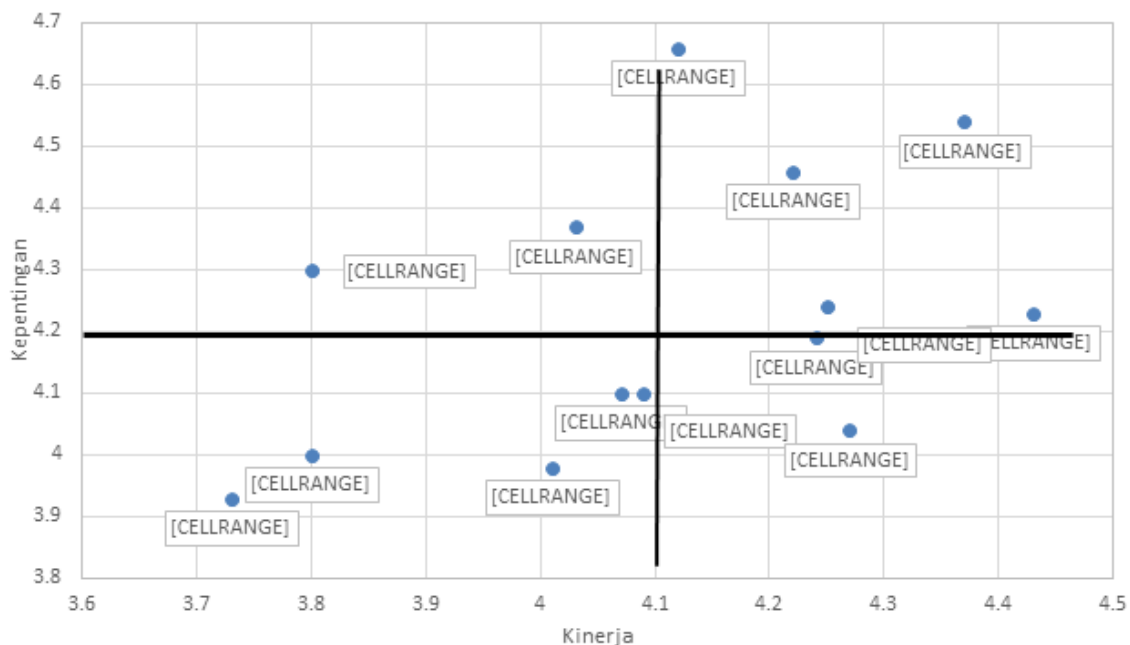
Pada bagian tenaga kerja terdiri dari tenaga kerja bagian membuat dan penakaran adonan, tenaga kerja bagian pembakaran, dan tenaga kerja bagian pengemasan. Pada bagian membuat dan penakaran adonan, Tenaga kerja bertanggung jawab untuk menakar dan mencampur semua bahan baku sesuai dengan jumlah yang akan di produksi, kemudian dilakukan pengisian topping pada bagian dalam roti sesuai dengan kebutuhan. Tenaga kerja pada bagian pembakaran bertanggung jawab untuk pengembangan adonan menggunakan mesin fermentasi dan memanggang roti menggunakan oven. Pada bagian pengemasan, tenaga kerja bertanggung jawab memasukkan roti yang sudah

dinginkan saat keluar dari oven kedalam plastik yang telah diberi label dan produk siap untuk dikirim ke konsumen.

Setelah produk siap dikemas, maka sales bertanggung jawab untuk membuat jumlah barang yang dibawa, mempersiapkan arah rute tempat roti dipasarkan, mengecek jumlah dan kualitas roti yang akan disiapkan, mengambil barang dari mobil dan diserahkan kepada toko, serta membuat nota sesuai pesanan dan meminta pembayaran atau tanda terima.

### Pemetaan Tingkat Kepentingan dan Kinerja Produk

Tingkat kepentingan konsumen dapat diukur berdasarkan apa yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan untuk dapat memuaskan konsumen. Tingkat kepentingan tersebut juga akan mendorong perusahaan untuk meningkatkan tingkat kinerja yang dirasa kurang sesuai bagi konsumen. Selain itu juga dapat dijadikan acuan untuk menjaga kinerja yang dipandang dapat mementingkan kepentingan konsumen tersebut. Alat yang digunakan untuk menganalisis tingkat kepentingan dan tingkat kinerja adalah *Importance and Performance Analysis (IPA)*.



Gambar 3. Diagram Kartesius Pemetaan Atribut Roti Ohayo Bakery



Dari hasil penilaian tingkat kepentingan dan kinerja terhadap 14 atribut dicari rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari masing-masing atribut dengan membagi skor yang diperoleh dengan jumlah responden sebanyak 67 orang. Rata-rata dari tingkat kepentingan dan kinerja ini digunakan sebagai dasar untuk membentuk diagram kartesius IPA yaitu diagram yang terdiri dari empat kuadran yang digunakan untuk melihat prioritas perbaikan kinerja berdasarkan kepentingannya secara keseluruhan.

Metode IPA digunakan untuk mengetahui item-item mana yang harus diperbaiki atau dikembangkan dan item mana yang harus dipertahankan berdasarkan pandangan konsumen. Sumbu x (*performance*) pada diagram kartesius ini akan diisi oleh tingkat kinerja dari roti Ohayo Bakery sebesar 4,10 dan sumbu y (*importance*) sebesar 4,22 diperoleh dari rata-rata atribut tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Ini berarti bahwa kinerja roti Ohayo Bakery belum memenuhi keseluruhan keinginan konsumen karena nilai tingkat kinerja lebih rendah jika dibandingkan dengan nilai tingkat kepentingan konsumen. Untuk itu, roti Ohayo Bakery harus meningkatkan kinerjanya agar terjadi kesamaan antara tingkat kepentingan keinginan konsumen dan kinerja perusahaan. Diagram kartesius yang memetakan atribut Roti Ohayo ke dalam empat kuadran berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dapat dilihat pada Gambar 3.

Keterangan :

a.	Cita rasa	(4.12;4.66)
b.	Aroma	(4.24;4.19)
c.	Bentuk dan Ukuran	(4.07;4.10)
d.	Variasi Produk	(4.09;4.10)
e.	Harga Produk	(4.03;4.37)
f.	Usaha Promosi	(3.80;4.00)
g.	Kandungan Gizi	(4.22;4.46)
h.	Kehigienisan Produk	(4.43;4.23)

i.	Lokasi Pembelian	(4.01;3.98)
j.	Izin Produksi	(4.37;4.54)
k.	Kemasan Produk	(4.25;4.24)
l.	Daya Tahan Produk	(3.80;4.30)
m.	Label Kemasan Produk	(4,27;4.04)
n.	Merek	(3.73;3.93)

Setidaknya dari Diagram Kartesius tersebut, pada Kuadran I, harga produk (e) dan daya tahan produk (l) memerlukan perbaikan, karena penilaian konsumen terhadap dua sub indikator ini tinggi sedangkan kinerja yang diberikan perusahaan dinilai konsumen masih kurang. Konsumen merasa kurang puas karena dengan harga yang mahal tersebut konsumen tidak bisa membeli dalam jumlah yang banyak. Harga menjadi faktor yang perlu diperhatikan agar mampu bersaing dengan produk roti sejenisnya. Selain harga, pada Kuadran I ini, atribut daya tahan produk juga belum sesuai dengan kepentingan konsumen karena daya tahan roti Ohayo Bakery ini memiliki masa simpan maksimal 7 hari, setelah itu roti akan mengeluarkan bau tengik dan berjamur. Sebaiknya produsen menambahkan informasi pada kemasan mengenai tanggal produksi maupun tanggal kadaluarsa dan juga bagaimana menyimpan roti agar lebih tahan lama.

Sementara di Kuadran IV, dimana Kinerja produk sudah relatif tinggi, sedangkan nilai kepentingannya bagi konsumen dianggap kurang penting, maka hanya perlu untuk terus mempertahankannya, sehingga tidak ada perubahan selera dari konsumen, yang akhirnya nanti berbalik menjadi faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam pembelian produk ini.

### Indeks Kepuasan Konsmen

Untuk mengukur tingkat konsumen terhadap produk roti Ohayo Bakery dilakukan dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Menurut Sumarwan (Sumarwan, 2011) pengukuran tingkat



kepuasan konsumen dengan model *Customer Satisfaction Index* (CSI) ini menggunakan nilai rata-rata skor dari tingkat kepentingan (*Mean Importance Score*) dan nilai rata-rata tingkat kinerja (*Mean Satisfaction Score*). Model CSI ini digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan berdasarkan nilai aktual atau dalam bentuk angka dengan tingkat standar kepuasan CSI. Perhitungan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk roti Ohayo Bakery dengan menggunakan model CSI sebagai berikut:

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap roti Ohayo Bakery di Kota Padang, maka dapat disimpulkan bahwa pengukuran tingkat kinerja dan tingkat kepentingan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), dimana tingkat kinerja 4,10 sedangkan tingkat kepentingan 4,22. Maka kinerja roti Ohayo Bakery belum memenuhi keseluruhan keinginan konsumen karena nilai tingkat kinerja yang didapat lebih rendah dibandingkan dengan nilai tingkat kepentingan konsumen, terutama pada

**Tabel 4. Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Pada Produk Roti Ohayo Bakery di Kota Padang**

Rata-Rata Skor					
No	Atribut	Kinerja (X)/MSS	Kepentingan (Y)/MIS	WF	WS
1.	Cita Rasa	4,12	4,66	0,08	0,33
2.	Aroma	4,24	4,19	0,07	0,30
3.	Bentuk dan Ukuran	4,07	4,10	0,07	0,28
4.	Variasi Produk	4,09	4,10	0,07	0,29
5.	Harga Produk	4,03	4,37	0,07	0,28
6.	Usaha Promosi	3,80	4	0,07	0,27
7.	Kandungan Gizi	4,22	4,46	0,07	0,29
8.	Kehigienisan Produk	4,43	4,23	0,07	0,31
9.	Lokasi Pembelian	4,01	3,98	0,07	0,28
10.	Izin Produksi	4,37	4,54	0,08	0,35
11.	Kemasan Produk	4,25	4,24	0,07	0,30
12.	Daya Tahan Produk	3,80	4,3	0,07	0,27
13.	Label Kemasan Produk	4,27	4,04	0,07	0,30
14.	Merek	3,73	3,93	0,07	0,26
Total		57,43	59,14		
WAT					4,11
CSI					82%

Dari Tabel 4 diatas dapat dilihat bahwa hasil CSI yang didapatkan oleh roti Ohayo Bakery yaitu 82% atau 0,82. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum indeks kepuasa konsumen roti Ohayo Bakery terhadap atribut yang dianalisis yaitu sangat puas yang mana berada pada rentang skala 0,81-1,00. Dari hasil perhitungan indeks kepuasan konsumen ini dapat ditarik kesimpulan bahwa konsumen roti Ohayo Bakery sudah merasa sangat puas dengan produk roti Ohayo Bakery

indikator harga produk dan daya tahan produk. Walaupun dua indikator tersebut belum memuaskan secara umum pengukuran tingkat kepuasan konsumen dengan menggunakan metode CSI didapatkan hasil 82% dan nilai ini berada pada kriteria sangat puas. Dari hasil perhitungan ini maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan konsumen sudah merasa puas atas kualitas produk roti Ohayo Bakery di Kota Padang.

## Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, adapun saran yang dapat diberikan pada hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Ohayo *Bakery* diharapkan dapat mempertahankan atau meningkatkan kinerja atribut yang berada pada kuadran II dimana atribut yang berada dalam kuadran II ini dianggap penting bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan kepuasan kosumen.
2. Ohayo *Bakery* diharapkan dapat memperbaiki kinerja usahanya pada harga dan daya tahan produk, karena jika tidak diperbaiki dapat dikhawatirkan konsumen roti Ohayo *Bkaery* beralih ke roti merek lain. Untuk harga, Ohayo *Bakery* perlu membuat beberapa tingkatan harga pada jenis dan variannya. Sehingga alternatif ini dapat membuat konsumen memilih roti sesuai dengan selera dan *budget* yang tersedia serta berdampak pada peningkatan pendapatan. Ohayo *Bakery* diharapkan juga menambah informasi pada kemasan tentang bagaimana cara menyimpan roti dengan cara menjaga suhu tempat penyimpanan roti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angraini, L.D., Daeranto, P., Ikasari, D.M., 2015. Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index the Analysis of Consumer Perception Used Importance Performance Analysis Method and. *Jurnal Industri* 4, 74–81.
- Aritonang, Lerbin R. 2007. *Riset Pemasaran : Teori & Praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hattari, R 2014. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen terhadap Produk Roti Radang NiNur di Kota Padang*. [Skripsi]. Fakultas Pertanian. Padang : Universitas Andalas.
- Iswanti, N. 2012. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Roti Pryangan Bakery Di Kota Padang*. [Skripsi]. Padang: Fakultas Pertanian Universitas Andalas.
- Rahmania, Ella.2009. *Analisis Perilaku Konsumen dan Kepuasan Konsumen Terhadap Performance Restoran Pasta dan Pizza Rijsttafel di Kota Bogor*. [Skripsi]. Bogor : Fakultas Ekonomi Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Riyanto, Slamet. Hatmawan, Andhita. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta : CV. Budi Utama.
- Rizqiyah, P. E., Subagio, R. T., & Putri, T. E., 2021. Penerapan Metode IPA dan PGCV untuk Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen Coffee Shop. *Jurnal Teknologi Dan Informasi*, 11, 137–151.
- Soekartawi. 1999. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Soekartawi. 2003. *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi. 2005. *Agribisnis dalam Perspektif Sosial Ekonomi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran..* Jakarta : Ghalia .
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Cetakan keempat. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Syaputri, Dwi Arinda. Wardani, Agustin Krisna., 2015. Pengaruh Fermentasi Jali (Coix Lacryma Jobi-L) Pada Proses Pembuatan Tepung Terhadap Karakteristik Fisik Dan Kimia Cookies Dan Roti Tawar. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 3, 384-995.
- Wirartha, I Made. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.