

**ANALISIS KINERJA DAN KEPENTINGAN PADA ATRIBUT
KERIPIK BELEDANG BENGKULU SEBAGAI UPAYA PENGUKURAN
KUALITAS KEPUASAN PADA INDUSTRI MAKANAN**

***AN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS ON 'KERIPIK BELEDANG'
BENGKULU ATRIBUTES AS SATISFACTION QUALITY MEASUREMENT
IN FOOD INDUSTRY***

Zulman Efendi*, Evanila Silvia, Reko Rahmad Wijaya

Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Bengkulu

*E-mail korespondensi: ezulman@gmail.com

Diterima 11-04-2018, Selesai Direview 21-05-2018, Diterbitkan 30-05-2018

ABSTRACT

Costumer satisfaction is comparison between costumer's expected satisfaction and actual performance. The aims of research were to identify the Beledang Chips attributes that consumers need, improvement factor (IF), determine the costumer satisfaction index (CSI) and a map attributes of beledang chips. The research was conducted by purposive sampling. The results showed there were 13 attributes considered by consumers for their interest in Beledang Chips. The highest score of IF was color, CSI level was 0.93 that classified as highly satisfied. Based on attributes mapping, average satisfaction and important performance were 3.93 and 4.30. The color product situated in quadrant A for top priority, then packaging practices, packaging capabilities, oily impression, price suitability, without preservatives in quadrant B needs to be maintained, then lay out and attractive illustration, variant packaging, packaging colors, special pricing, crunchiness, uniformity of size in quadrant C for low priority, and discount in quadrant D as not expected..

Key words: beledang chips, importance performance analysis

ABSTRACT

Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan konsumen dan kinerja aktual. Pelanggan akan puas bila performansi aktual lebih tinggi dari harapan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi atribut keripik beledang yang diinginkan konsumen, faktor perbaikan atribut, menentukan indeks kepuasan konsumen dan peta atribut keripik beledang. Penelitian dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan ada 13 atribut yang dipertimbangkan konsumen untuk menilai kepuasan Keripik Beledang. Nilai faktor perbaikan atribut tertinggi adalah warna. Tingkat indeks kepuasan konsumen adalah 0,93 yang tergolong sangat puas. Berdasarkan pemetaan atribut, rata-rata kinerja dan kepentingan adalah 3,93 dan 4,30. Pada kuadran A terdapat warna produk tergolong prioritas utama, kemudian pada kuadran B terdapat atribut kemasan praktis, kehandalan kemasan, kesan berminyak, kesesuaian harga, tanpa bahan pengawet yang perlu dipertahankan prestasinya, lalu pada kuadran C terdapat atribut tata letak dan ilustrasi menarik, variasi kemasan, warna kemasan, harga khusus, kerenyahan, keseragaman ukuran keripik yang tergolong prioritas rendah, dan diskon berada di kuadran D tergolong yang tidak penting.

Kata kunci: keripik beledang, analisis kinerja - kepentingan

PENDAHULUAN

Ikan beledang atau disebut juga ikan layur (*Trichiurus lepturus*) merupakan salah satu potensi yang dimiliki perairan Bengkulu. Umumnya pengolahan sederhana yang dominan dilakukan nelayan selain dijual segar, adalah pengeringan dan pengasinan.

Kemudian, salah satu pengembangan industri ikan beledang adalah industri keripik beledang. Keripik adalah produk diversifikasi bercirikan renyah (*crispy*), sangat sesuai sebagai camilan, atau makanan ringan (*snack food*). Bahan pembuatan keripik beledang antara lain ikan beledang pilihan, garam, telur, ketumbar, tepung beras, daun jeruk, dan

bawang putih. Pembuatan keripik beledang sangat sederhana yakni pembaluran ikan beledang dengan tepung adonan kemudian dilakukan penggorengan.

Sektor usaha produksi keripik beledang mulai mendapat perhatian publik sebagai salah satu makanan oleh-oleh khas Bengkulu. Industri keripik beledang menghadapi persaingan merebut pasar yang ketat ditandai dengan bermunculan produk sejenis yang menawarkan atribut produk yang lebih menarik bagi konsumen. Usaha keripik beledang cukup menjanjikan karena didukung oleh potensi ikan beledang sebagai bahan baku yang berlimpah, terjangkau, dan proses pengolahan yang sederhana. Peluang ini dimanfaatkan oleh produsen keripik beledang Bengkulu. Usaha mempertahankan kenyamanan konsumen terhadap kesukaan keripik beledang belum banyak diinformasikan khususnya dalam kajian atribut keripik beledang Bengkulu yang dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen. Selain itu, penelitian mengenai pengembangan makanan khas keripik beledang diperlukan untuk memberi informasi perbaikan atribut-atribut yang berhubungan dengan kinerja dan kepentingan suatu atribut pada keripik ikan beledang.

Teori kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2012) bahwa kepuasan adalah perasaan seseorang atas kesenangan atau kekecewaan dari hasil perbandingan atas kinerja (*performance*) yang dirasakan dibandingkan dengan harapan (*expectation*) dari suatu produk. Kinerja atribut yang gagal memenuhi harapan, maka konsumen menjadi tidak puas begitupula sebaliknya apabila kinerja sesuai dengan harapan maka konsumen menjadi puas, apabila kinerja melebihi harapan maka semakin tinggi kepuasan konsumen (Kotler dan Keller, 2012).

Menurut Wardhani (2006), dalam menentukan kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan atau industri yaitu : kualitas produk, kualitas layanan, emosional, harga dan biaya. Oleh karena itu, kinerja konsumen merupakan susunan respon yang dapat mendorong konsumen untuk berkomitmen kepada produk dan layanan suatu industri

sehingga diharapkan dapat meningkatkan *market share* suatu produk.

Salah satu metode yang dapat mengungkapkan dan mengetahui kepuasan konsumen adalah dengan *Importance Performance Analysis* (IPA). Kelebihan metode IPA dibandingkan metode lain diantaranya prosedur yang sederhana, pengambil kebijakan dapat dengan mudah menentukan prioritas kegiatan yang harus dilakukan dengan sumberdaya terbatas, serta metode ini cukup fleksibel untuk diterapkan pada berbagai bidang (Yola dan Budianto, 2013).

Identifikasi atribut yang benar dan terpercaya (*valid* dan *reliable*) menjadi tolak ukur keberhasilan penelitian. Pengukuran validitas dilakukan untuk menguji kelayakan butir pertanyaan dalam kuisioner sehingga dapat digunakan untuk mengambil keputusan. Validitas berhubungan dengan kemampuan instrumen mendefinisikan variabel sedangkan reliabilitas berhubungan dengan kestabilan dan konsistensi dari konstruk pertanyaan dalam kuisioner (Sujarweni, 2015)

Pengukuran indikator dari tingkat kepuasan atas kinerja yang selalu lebih rendah dari tingkat kepentingan disebut *improvement factor* (IF) yang digunakan untuk mengetahui ranking perbaikan atribut (Tzeng and Chang, 2011). Tingkat kepuasan secara keseluruhan diukur dengan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Pengukuran IF, CSI dan IPA dapat membantu penentuan prioritas perbaikan dan pengembangan kualitas suatu produk yang memenuhi harapan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut-atribut keripik beledang, mengevaluasi nilai faktor perbaikan, indeks kepuasan, tingkat kepentingan dan kinerja untuk memperoleh prioritas perbaikan atribut keripik beledang berdasarkan respon konsumen.

BAHAN DAN METODE

Penelitian dilakukan disekitar area sentra oleh-oleh Bengkulu, Jl. Sukarno-Hatta, Kelurahan Anggut, Kota Bengkulu. Terdapat 3 (tiga) variabel yang dikaji dalam penelitian ini yakni 1) Variabel Kualitas (5

atribut), 2) Variabel Desain Kemasan (5 atribut) dan 3) Harga (3 atribut). Sumber data atribut keripik beledang berasal dari hasil wawancara dan kuisioner secara langsung. Penentuan responden melalui teknik *purposive sampling*.

Identifikasi atribut yang benar dan terpercaya (*valid* dan *reliable*) menggunakan 20 responden yang terdiri dari 15 responden pelanggan aktif belanja dan mengkonsumsi keripik beledang dalam 3 bulan terakhir dan 5 responden lainnya adalah pedagang berlokasi di sentra oleh-oleh yang dapat memberikan informasi keripik beledang yang digemari konsumen. Responden memberikan jawaban *agree-disagree scoring* pada skala 1-5, dan selanjutnya diuji validitas dan reliabilitas mengikuti kaidah dalam Sujarweni (2015).

Atribut yang memenuhi kaidah valid dan reliabel dilanjutkan dengan analisis kepentingan dan kinerja produk pada skala 1-5 dengan 100 responden. Teknik penentuan responden adalah *convenience sampling* yaitu penentuan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dan dievaluasi sesuai sebagai sumber data dapat digunakan sebagai responden (Sugiyono, 2007). Responden yang digunakan adalah 100 orang konsumen yang mudah ditemui dan melakukan pembelian keripik beledang di lokasi penelitian, aktif mengkonsumsi keripik beledang dalam tiga bulan terakhir, mampu memberikan penilaian kinerja dan kepentingan produk, memiliki rentang umur 17-56 tahun, dan bersedia bekerja sama dalam pengisian kusioner.

Parameter yang dianalisis antara lain:

1. Identifikasi Atribut yang Benar dan Terpercaya (*valid* dan *reliable*)
2. *Improvement Factor* (IF)

$$IF = \frac{\text{performance} - \text{importance}}{\text{importance}}$$

IF dilakukan untuk mengetahui rangking perbaikan kualitas berdasarkan *gap* antara *performancedan importance* (Tzeng dan Chang, 2011).

3. *Costumer Satisfaction Index* (CSI)

(Kurniati dkk, 2016):

$$CSI = \frac{\sum (X.Y)}{5. \sum Y}$$

Keterangan:

I=Nilaikepentingan (skala 1-5)

P=NilaiSkor Kinerja(skala 1-5)

$\sum Y$ =Total NilaiKepentingan

CSI dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan secara keseluruhan atribut kemudian dibandingkan dengan penggolongan tingkat kepuasan pelanggan (Irawan, 2002) yakni :

0,00-0,35 = sangat tidak puas

0,36-0,50 = tidak puas

0,51-0,65 = cukup puas

0,66-0,80 = puas

0,81-1,00 = sangat puas

4. Model IPA

Model *Importance Performance Analysis* (IPA) dilakukan untuk memperoleh hubungan antara tingkat kepuasan atas kinerja (*performance*) atribut suatu produk yang dipertimbangkan dalam memenuhi kepuasan konsumen dengan tingkat kepentingan (*importance*) yang menunjukkan harapan konsumen terhadap atribut produk.

Model IPA digambarkan dalam diagramsumbu X dan Y. Atribut-atribut menempati posisi dari hasil perhitungan kinerja(X) dan kepentingan (Y).

$$X = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{n} \quad Y = \frac{\sum_{i=1}^n Yi}{n}$$

Keterangan : n= jumlah data konsumen

X_i =nilai rata-rata kinerja atribut ke-i

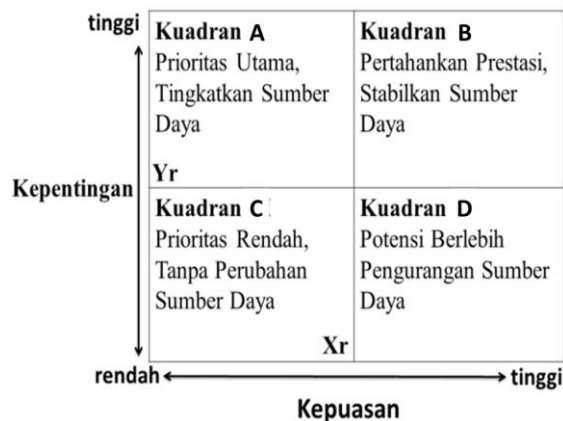
Y_i =nilai rata-rata kepentingan atribut ke-i

Kemudian ditentukan nilai rata-rata kinerja (X_r) dan kepentingan (Y_r) dari masing-masing atribut untuk menentukan pembagi diagram menjadi empat (4) ruang.

$$X_r = \frac{\sum \text{skor kinerja}}{N} \quad Y_r = \frac{\sum \text{skor kepentingan}}{N}$$

N=jumlah atribut

Selanjutnya setiap atribut digambarkan dalam diagram IPA seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram IPA (Algifari, 2016)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Atribut Valid dan Reliabel

Berdasarkan hasil identifikasi atribut diketahui bahwa pada variabel utama penelitian meliputi kualitas produk, desain kemasan dan kebijakan harga terdapat 13 atribut yang dipertimbangkan dalam memenuhi kepuasan konsumen keripik beledang (Tabel 1).

Tabel 1. Variabel dan Atribut Keripik Beledang

Variabel	Atribut
Kualitas Produk	1.Warna Produk
	2.Tanpa Pengawet
	3.Renyah
	4.Kesan Rendah Minyak
	5.Ukuran produk
Desain Kemasan	6.Kemasan Praktis
	7.Warna Kemasan
	8.Lay out
	9.Kemasan mendukung keamanan produk
	10.Variasi Kemasan
Kebijakan Harga	11.Harga produk
	12.Diskon
	13.Promo

Desain kemasan teridentifikasi sebagai variabel penting dalam penelitian ini. Atribut *lay out* dan warna menjadi salah satu atribut yang membentuk persepsi kepuasan konsumen. Menurut Nugrahani (2015), desain grafis pada label dan kemasan dapat membentuk kontak pribadi antara produsen dan konsumen serta menciptakan efek psikologis tertentu pada individu seperti elemen yang mencakupi warna, teks sedangkan elemen visual adalah elemen yang

saling melengkapi dalam membentuk persepsi konsumen terhadap suatu produk.

Kebijakan harga beserta atributnya terpilih menjadi pertimbangan konsumen dalam membentuk respon tingkat kepuasan keripik beledang. Atribut yang dimaksud adalah harga produk, diskon yang merujuk pada pembelian berulang dalam jumlah paket tertentu, dan promo merujuk pada kegiatan pengenalan keripik beledang kepada khalayak sasaran dengan menonjolkan faktor-faktor unggulan produk.

Tabel 2 menunjukkan hasil pengujian validitas atribut-atribut keripik beledang yang valid yakni telah memenuhi aturan nilai r hitung $> r$ tabel (0,4227) untuk 20 konsumen pada nilai kritis 0,05. Nilai r hitung tertinggi dan terendah adalah Harga Produk sebesar 0,769 dan Tanpa Pengawet sebesar 0,512.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Atribut	r hitung	r tabel	Status
1.Warna Produk	0,589	0,4227	Valid
2.Tanpa Pengawet	0,512	0,4227	Valid
3.Renyah	0,524	0,4227	Valid
4.Kesan Rendah Minyak	0,624	0,4227	Valid
5.Ukuran Produk	0,480	0,4227	Valid
6.Kemasan Praktis	0,500	0,4227	Valid
7.Warna Kemasan	0,655	0,4227	Valid
8.Lay out	0,547	0,4227	Valid
9.Kemasan Mendukung Keamanan Produk	0,765	0,4227	Valid
10.Variasi Kemasan	0,516	0,4227	Valid
11.Harga produk	0,769	0,4227	Valid
12.Diskon	0,619	0,4227	Valid
13.Promo	0,695	0,4227	Valid

Reliabilitas adalah tingkat kehandalan instrumen bila digunakan berulang untuk mengukur produk yang sama akan menunjukkan data yang sama. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 3.

Semakin tinggi tingkat α maka semakin stabil pula variabel tersebut dalam pengukuran atribut keripik beledang. Terdapat 13 atribut keripik beledang yang reliabel sebagai atribut instrumen penentuan kepuasan konsumen keripik beledang. Tingkat reliabel yang paling tinggi terdapat pada desain kemasan. Desain kemasan memerlukan atribut kemasan praktis, warna kemasan, *lay out*, bahan kemasan mendukung keamanan produk, dan variasi kemasan. Hal ini

menginformasikan bahwa konsumen saat ini sangat memperhatikan desain kemasan keripik beledang.

Atribut	α	Cronbach's Alpha (α)	Status
1. Warna Produk	0,651	0,6	Reliabel
2. Tanpa Pengawet	0,651	0,6	Reliabel
3. Renyah	0,651	0,6	Reliabel
4. Kesan Rendah Minyak	0,651	0,6	Reliabel
5. Ukuran Produk	0,651	0,6	Reliabel
6. Kemasan Praktis	0,690	0,6	Reliabel
7. Warna Kemasan	0,690	0,6	Reliabel
8. Lay out	0,690	0,6	Reliabel
9. Kemasan Mendukung Keamanan Produk	0,690	0,6	Reliabel
10. Variasi Kemasan	0,690	0,6	Reliabel
11. Harga produk	0,637	0,6	Reliabel
12. Diskon	0,637	0,6	Reliabel
13. Promo	0,637	0,6	Reliabel

Improvement Factor (IF)

Berdasarkan *Improvement Factor* (IF) yang terdapat pada Tabel 4, maka didapatkan ranking yang menunjukkan urutan atribut yang perlu mendapatkan perbaikan untuk memenuhi kepuasan konsumen keripik beledang.

Tabel 4. Hasil IF Atribut Keripik Beledang

Atribut	X	Y	IF	Rank
1. Warna Produk	3,75	4,40	0,148	1
2. Tanpa Pengawet	4,08	4,32	0,056	12
3. Renyah	3,85	4,15	0,072	9
4. Kesan Rendah Minyak	4,08	4,41	0,075	7
5. Ukuran Produk	3,73	4,13	0,097	4
6. Kemasan Praktis	4,05	4,55	0,110	2
7. Warna Kemasan	3,92	4,23	0,073	8
8. Lay Out	3,89	4,29	0,093	5
9. Kemasan mendukung Keamanan Produk	4,07	4,45	0,085	6
10. Variasi Kemasan	3,83	4,27	0,103	3
11. Harga Produk	4,06	4,37	0,071	10
12. Diskon	3,95	4,12	0,041	13
13. Promo	3,89	4,17	0,067	11

Ket : X=Skor Kinerja Y= Skor Kepentingan

Berdasarkan nilai IF maka warna keripik beledang perlu diperhatikan, hal ini menggambarkan bahwa konsumen menilai *gap* antara kinerja terhadap kepentingan atribut warna sangat besar mencapai nilai mutlak IF sebesar 0,148. Dengan demikian perbaikan terhadap warna menjadi prioritas. Tzeng and Chang (2011), menyatakan bahwa perbaikan kualitas layanan harus mengikuti ranking *improvement factor* apabila semakin besar IF semakin besar juga kebutuhan perbaikannya.

Keripik beledang saat ini berwarna coklat hingga coklat tua. Warna coklat tua dipengaruhi lamanya penggorengan. Adapun atribut diskon memiliki IF terendah yakni 0,041, hal ini menggambarkan bahwa pemberian diskon saat ini telah berjalan baik menjadi prioritas terendah dalam perbaikan atribut keripik beledang.

Costumer Satisfaction Index (CSI)

Atribut-atribut keripik beledang memiliki CSI seperti dalam Tabel 5.

Tabel 5. Costumer Satisfaction Index (CSI)

Atribut	X	Y	X.Y
1. Warna Produk	3,75	4,40	16,50
2. Tanpa Pengawet	4,08	4,32	17,63
3. Renyah	3,85	4,15	15,98
4. Kesan Rendah Minyak	4,08	4,41	17,99
5. Ukuran Produk	3,73	4,13	15,41
6. Kemasan Praktis	4,05	4,55	18,43
7. Warna Kemasan	3,92	4,23	16,58
8. Lay Out	3,89	4,29	16,69
9. Bahan Kemasan Mendukung Keamanan Produk	4,07	4,45	18,11
10. Variasi Kemasan	3,83	4,27	16,35
11. Harga Produk	4,06	4,37	17,74
12. Diskon	3,95	4,12	16,27
13. Promo	3,89	4,17	16,22
Σ	47,26		219,90
Rata-Rata	3,93	4,30	

Ket : X=Skor Kinerja Y= Skor Kepentingan

$$CSI = \frac{219,90}{5 \cdot 47,26} = 0,93$$

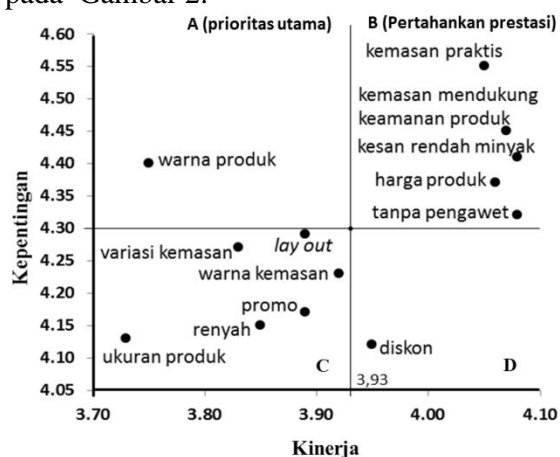
Berdasarkan CSI maka secara keseluruhan keripik beledang Bengkulu memiliki nilai 0,94 sehingga menurut penggolongan Irawan (2002) berada dalam

rentang sangat puas (0,81-1,00). Nilai CSI berbanding lurus dengan besarnya rata-rata nilai kepentingan dan kinerja, sehingga peningkatan nilai akan berpengaruh terhadap peningkatan CSI. Oleh karena itu, produsen dan yang terlibat dalam perbaikan atribut keripik beledang harus memperhatikan agar atribut-atribut berada dalam layanan maksimal.

Pada penelitian ini, rata-rata nilai kinerja adalah 3,93 sedangkan nilai atribut yang jauh berada di bawah nilai rata-rata kinerja adalah atribut warna produk (3,75), renyah (3,85), ukuran produk (3,73), *lay out* (3,89), dan ukuran kemasan (3,83). Dengan demikian industri dapat memperhatikan atribut-atribut tersebut dalam meningkatkan kepuasan atas kinerja atribut sehingga mendapatkan total loyalitas konsumen terhadap keripik beledang di Bengkulu.

Model IPA

Model IPA merupakan penempatan rata-rata nilai kinerja dan kepentingan atribut keripik beledang dalam peta IPA seperti pada Gambar 2.



Gambar 2. Peta Kuadran IPA Keripik Beledang Bengkulu

Nilai rata-rata kinerja dan kepentingan adalah 3,93 dan 4,30. Kuadran IPA terbagi dalam empat bagian, yakni kuadran A, B, C dan D yang memberikan makna dan kebijakan strategi sederhana yang perlu dilakukan oleh suatu industri keripik beledang.

Secara visual warna berperan penting dan tampil sebagai faktor pertama yang dilihat konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut warna berada dalam kuadran A.

Atribut yang berada dalam kuadran A tergolong prioritas utama untuk diperhatikan, diperbaiki dan diupayakan dengan segenap sumber daya dapat memenuhi kepuasan konsumen. Nilai kinerja warna produk keripik beledang sebesar 3,75 masih berada di bawah skor rata-rata kinerja atribut yakni 3,93. Konsumen berharap produk keripik beledang memberikan warna yang lebih menarik. Hal ini memperkuat dugaan bahwa pada penelitian ini keripik beledang berwarna kurang menarik, yakni *brown color*. Oleh karena itu produsen perlu memperhatikan kegiatan pengolahan seperti suhu penggorengan dan penggunaan pewarna alami yang bersumber dari kunyit untuk menghasilkan kualitas warna yang lebih cerah dan menarik bagi konsumen.

Pada kuadran B, terdapat atribut-atribut keripik beledang seperti kemasan praktis, kemasan mendukung keamanan produk, kesan rendah minyak, harga produk, dan tanpa pengawet. Atribut yang berada pada kuadran B tergolong atribut yang perlu dipertahankan layanan kepuasannya karena berada di atas rata-rata kinerja dan kepentingan yang diinginkan konsumen. Berdasarkan hasil peninjauan ke lokasi, diketahui bahwa kemasan yang digunakan adalah plastik tebal. Selain itu, tersedia juga kemasan plastik sebagai kemasan primer yang ditempatkan pada kemasan kotak sebagai kemasan sekunder. Penggunaan kotak karton sebagai kemasan sekunder merupakan faktor pendukung keamanan produk. Penggunaan plastik mika yang *rigid* dan polipropilen (PP) pada keripik beledang juga memberikan mutu simpan bagi keamanan produk. Hasil penelitian Rosalina dan Silvia (2015) atas penggunaan PP rigid dapat mempertahankan mutu simpan keripik beledang hingga 9 bulan 28 hari pada suhu 25°C atau 10 bulan 3 hari pada suhu 30°C.

Konsumen memberikan kesan bahwa Keripik beledang Bengkulu umumnya memenuhi kesan rendah minyak. Oleh sebab itu produsen harus menjamin kondisi produk gorengan dengan penuntasan minyak goreng sampai *oil-less* seperti kondisi saat ini.

Harga keripik beledang bervariasi diantaranya Rp 40.000,-/350g (kemasan karton), Rp 25.000,-/200g (kemasan plastik),

dan Rp 20.000,-/150g (kemasan plastik). Respon konsumen menyimpulkan bahwa harga menjadi atribut penting dan sudah memenuhi kepuasan konsumen.

Saat ini bahan-bahan yang digunakan dalam pengolahan keripik beledang tanpa menggunakan pengawet. Keripik beledang termasuk produk kering berkadar air rendah. Dengan demikian, konsumen lebih merasa yakin dalam mengonsumsi keripik beledang.

Pada kuadran C terdapat atribut-atribut seperti *lay out*, variasi kemasan, warna kemasan, promo, renyah, dan ukuran produk. Enam atribut yang berada dalam kuadran C memiliki skor > 4 dari skala 1-5 tingkat kepentingan. Skala kepentingan yang digunakan adalah 1=sangat kurang penting, 2=kurang penting, 3=cukup penting, 4=penting, dan 5=sangat penting. Berdasarkan tingkat kinerja atribut pada kuadran C masih berada di bawah skala 4 dari skala 1-5 (1=sangat tidak puas, 2=tidak puas, 3=cukup puas, 4=puas, dan 5=sangat puas). Secara umum tidak perlu perubahan sumber daya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Atribut *lay out*, berada sedikit lebih rendah dari rata-rata kepentingan sehingga potensial berpindah ke kuadran A, yakni golongan atribut penting namun belum sesuai harapan konsumen. *Lay out* pada kemasan keripik beledang merupakan tata letak komponen pendukung keterangan label diantaranya penggunaan *font* dan logo serta ilustrasi.

Variasi kemasan dan warna kemasan keripik beledang memiliki rata-rata tingkat kepentingan dan kepuasan di bawah rata-rata. Variasi kemasan yang disajikan antara lain kemasan plastik dan plastik dalam kotak karton berlapis plastik. Penggunaan aluminium foil tidak dilakukan karena beban biaya yang terlalu tinggi.

Warna kemasan kotak karton didominasi warna biru yang menunjukkan asal habitat ikan dari laut disertai fitur ikan beledang dengan fokus visual melalui tulisan warna kuning hingga kuning keemasan. Penggunaan warna kuning sangat membantu stimulasi mata, menurut Nugrahani (2015), misalnya warna merah dan kuning terbukti menimbulkan rasa lapar dan pembelian secara

impulsif, sehingga kita melihat banyak kombinasi warna tersebut yang digunakan oleh gerai makanan cepat saji. Produk dengan karakter warna yang kuat akan memiliki modal untuk mempengaruhi respon konsumen.

Lay out, yang terkait warna, motif dan logo telah menjadi perhatian penting dalam merancang desain kemasan keripik beledang. Penelitian desain kemasan keripik lainnya seperti dinyatakan oleh Wicaksono dkk (2017), bahwa pada kemasan keripik belado “Christine Hakim”, bahwa terdapat 3 (tiga) indikator desain kemasan meliputi warna, motif, dan logo kemasan yang berpengaruh dalam keputusan pembelian produk.

Atribut lain yang membentuk respon konsumen dalam bentuk layanan publik adalah kebijakan promo. Tingkat kepuasan kegiatan promo keripik beledang masih di bawah rata-rata kinerja. Hal ini diduga konsumen tidak lazim membeli keripik beledang karena adanya promo, umumnya konsumen membeli di pusat jajanan sentra oleh-oleh Kota Bengkulu. Kegiatan promo umumnya diberikan saat pameran produk. Kegiatan promo khusus melalui *banner*, iklan cetak dan elektronik belum dilakukan.

Kerenyahan merupakan atribut yang selalu terdapat pada produk gorengan seperti keripik. Kerenyahan keripik beledang berhubungan dengan kandungan air bahan. Air yang teruapkan pada saat penggorengan dan pembentukan ruang berpori pada bahan menyebabkan volume bahan lebih besar dibandingkan volume awal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada keripik beledang atribut renyah berada dalam kuadran C. Hal ini membuktikan bahwa konsumen belum memperoleh kerenyahan yang maksimal dari keripik beledang.

Atribut ukuran produk yang dimaksud adalah ukuran ikan beledang. Berdasarkan letak atribut dalam diagram kuadran IPA maka atribut yang paling lemah adalah ukuran produk. Hal ini diduga karena ukuran ikan beledang yang tidak sama bahkan terdapat campuran dengan jenis ikan lainnya.

Pada kuadran D, terdapat atribut diskon yakni golongan atribut yang memberikan kinerja berlebih dibandingkan rata-rata nilai

kinerja, namun kepentingannya rendah di bawah rata-rata kepentingan keripik beledang.

KESIMPULAN

Atribut keripik beledang yang diyakini sebagai pertimbangan dalam menentukan kualitas kepuasan memiliki 13 atribut yaitu warna produk, tanpa pengawet, renyah, kesan rendah minyak, ukuran produk, kemasan praktis, warna kemasan, *lay out*, kemasan mendukung keamanan produk, variasi kemasan, harga produk, diskon, dan promo.

Parameter *Improvement Factor* (IF) menempatkan atribut warna sebagai atribut prioritas perbaikan bagi keripik beledang. *Costumer Satisfaction Index* (CSI) secara keseluruhan sebesar 0,93 dan dapat dikategorikan sangat puas.

Model IPA merekomendasikan atribut warna menjadi prioritas perbaikan, sedangkan atribut yang harus dipertahankan adalah kemasan praktis, kemasan mendukung keamanan produk, kesan rendah minyak, harga produk, dan tanpa pengawet.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, 2016. Mengukur Kualitas Layanan dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Model Kano. PT BPFE Yogyakarta. 144 hal.
- Irawan, H. 2002. 10 Prinsip Kinerja Pelanggan, edisi 1. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta. 170 hal.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2012. Marketing Management, 14th ed. Pearson Prentice Hall. 658 hal.
- Kurniati, E., E. Silvia, dan Z. Efendi. 2016. Analisis Kinerja Konsumen Terhadap Kue Bayat Bengkulu. J. Teknologi dan Industri Pert. Indonesia. 8(2): 67-75
- Nugrahani, R. 2015. Peran desain Grafis pada Label dan Kemasan Produk Makanan UMKM. Jurnal Imajinasi. 9(2): 127-136
- Rosalina, Y. dan E. Silvia. 2015. Kajian Perubahan Mutu Selama Penyimpanan dan Pendugaan Umur Simpan Keripik Ikan Beledang Dalam Kemasan Polypropylene Rigid. J. Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia 07(1):1-6
- Sujarweni, V.W. 2015. Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi, edisi 1. Pustaka Baru Press, Yogyakarta. 192 hal.
- Sugiyono, 2007. *Statistika untuk Penelitian*, edk 12. CV. Alfabeta, Jakarta. 390 hal.
- Tzeng, G.H. dan H.F. Chang. 2011. Applying Importance-Performance Analysis as a Service Qyality Measure in Food Service Industry. J. Technol. Manag. Innov. 6(3): 106-115
- Wardhani, E. K. 2006. Pengukuran Tingkat Kinerja Konsumen Jasa Penerbangan (Studi Kasus Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Semarang-Jakarta). J. Studi Manajemen & Organisasi. 3(1): 40-63
- Wicaksono, P., A.H. Prastawa dan Ardanesia. 2017. Redesain Kemasan Produk Keripik Balado “Christine Hakim” Prosiding Seminar dan Konferensi Nasional IDEC 2017 Surakarta, 8-9 Mei 2017: 208-203
- Yola , M. dan D. Budianto. 2013. Analisis Kinerja Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket Menggunakan Metode IPA. J. Optimasi Sistem Industri. 12(1): 301-309