

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MAKANAN TRADISIONAL “LEMANG TAPAI” DI KOTA BENGKULU

CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS ON LEMANG TAPAI TRADITIONAL FOOD OF BENGKULU

Rexy Pratama Jayadi, Zulman Efendi, dan Marniza*

Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Bengkulu

Jl. W.R Supratman, Kandang Limun, Bengkulu, 38371A Indonesia

**Email korespondensi: rpratamajayadi@gmail.com*

Diterima 30-10-2018, Selesai Direview 27-12-2018, Diterbitkan 30-12-2018

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan atribut yang diinginkan konsumen, menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap lemang tapai dan mendapatkan prioritas perbaikan mutu atribut lemang tapai. Penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling untuk penentuan 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas atribut, menentukan tingkat kepuasan konsumen dan menentukan tingkat kepentingan dan kepuasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang diinginkan konsumen lemang tapai adalah rasa lemang, tekstur lemang, warna lemang, aroma lemang, bambu tanpa cacat retak, bambu tanpa cacat gosong, rasa tapai, tekstur tapai, warna tapai dan aroma tapai. Hasil analisis CSI menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan lemang tapai dengan nilai sebesar 0,82. Atribut lemang tapai yang direkomendasikan perbaikan mutu oleh produsen yaitu atribut aroma tapai.

Kata kunci : Lemang, tapai, Customer Satisfaction Index (CSI), Importance performance Analysis (IPA)

ABSTRACT

The purpose of this study is to get Lemang Tapai attributes desired by customers, determine customers satisfaction on “lemang tapai”, and to determine the priority of quality attributes of lemang tapai. The sampling technique this study is accidental sampling to decided 100 respondents. The method of analysis test validity and reliability, determine customer satisfaction indexes (CSI) and determine importance performance analysis (IPA). The result of this study show that attributes desirable customer lemang tapai is a sense of lemang, texture of lemang, colors of lemang, aroma of lemang, bamboo whitout a disability and crack, flawed prevent burning, sense of tapai, texture of tapai, colors of tapai and aroma of tapai. The resut of CSI show the level of satisfaction customer of lemang tapai 0,82. The attributes of lemang tapai that recommended for quality repair by producers is aroma of tapai.

Key word : Lemang, tapai, Customer Satisfaction Index (CSI), Importance performance Analysis (IPA)

PENDAHULUAN

Makanan tradisional adalah makanan yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat tertentu dengan citarasa khas yang diterima oleh masyarakat (Maflahah, 2012). Salah satu makanan tradisional yang ada di Kota Bengkulu adalah lemang tapai. Lemang merupakan makanan tradisional yang dihasilkan dari beras ketan (pulut)

berbentuk silinder dan mempunyai aroma asli hasil dari proses penyediaan yang unik dengan menggunakan wadah bambu. Setelah beras dimasukkan kedalam rongga bambu yang didalamnya dilapisi daun pisang, kemudian bambu yang berisi beras ketan dan bumbu-bumbu lainnya tersebut dibakar diatas tungku pembakaran (Sinaga dkk, 2016). Sedangkan tape terbuat dari beras ketan hitam yang difermentasi

menggunakan ragi tradisional dengan waktu selama 2 hari 1 malam. Lemang tapai termasuk salah satu menu makanan ketika berbuka puasa saat bulan Ramadhan, acara pernikahan dan kuliner sehari-hari yang dicari oleh masyarakat Bengkulu.

Di Kota Bengkulu, produksi lemang tapai berkisar dari 20 – 30 batang per hari/penjual. Pada saat menjelang lebaran terjadi peningkatan permintaan, sehingga pihak produsen meningkatkan produksi lemang tapai. Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan diketahui bahwa kondisi lemang memiliki perbedaan meliputi ukuran yang tidak seragam, kemasan menggunakan wadah bambu, tekstur, rasa dan aroma yang khas, sedangkan untuk tapai menggunakan kemasan plastik ketika dijual, rasa, aroma khas dan tapai hanya sebagai pelengkap produk lemang. Pada umumnya produk lemang tapai dijadikan sebagai konsumsi rumah tangga, namun ada juga yang menjadikan produk lemang tapai sebagai ole-ole. Keberadaan lemang tapai diharapkan mampu memberikan kepuasan pada konsumen.

Dengan kondisi persaingan bisnis di era sekarang agar makanan tradisional lemang tapai dapat bertahan, setiap produsen dapat mengeluarkan kemampuan dalam menghasilkan produk yang kreatif dan inovatif sesuai dengan kebutuhan konsumen. Semakin tinggi tingkat persaingan, akan menyebabkan konsumen menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas, sehingga konsumen akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler dan Keller, 2009). Menurut Amanah (2010), kepuasan konsumen dapat dipengaruhi dua faktor berikut, yaitu kualitas produk dan kemasan produk. Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga akan lebih baik bila dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk makanan sebagai dasar strategi pemasaran. Kemasan pun memiliki daya tarik produk yang dapat membantu konsumen dalam mempertimbangkan suatu produk.

Pada saat ini produk lemang tapai belum diketahui atribut-atribut yang menjadi harapan dan penunjang kepuasan konsumen terhadap produk. Maka perlu dilakukan analisis respon kepuasan konsumen untuk mengetahui atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen lemang tapai serta untuk mendapatkan prioritas perbaikan mutu atribut yang mempengaruhi kualitas dan kepuasan konsumen. Menurut Kurniati dkk(2016), Atribut yang diinginkan konsumen pada kue bay tat adalah daya tarik ilustrasi, warna kemasan, kemampuan kemasan melindungi produk, kepraktisan kemasan, warna kue, aroma kue, tekstur kue, rasa kue, masa simpan dan harga produk. Sedangkan menurut Virgo (2015), atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada produk Lempuk terdiri dari rasa, ukuran, kemasan, warna dan harga.

Pengukuran tingkat kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan metode IPA dan CSI. Metode IPA merupakan suatu teknik untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) yang berguna untuk pengembangan program atau strategi pemasaran yang efektif (Yola dan Budianto, 2013), sedangkan menurut Rangkuti (2003), CSI merupakan analisis kuantitatif berupa persentase pengguna yang senang dalam suatu survei kepuasan pengguna. CSI diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu dilakukannya penelitian mengenai analisis kepuasan konsumen terhadap makanan tradisional lemang tapai di Kota Bengkulu dalam upaya meningkatkan tingkat kepuasan konsumen terhadap lemang tapai berdasarkan atribut-atribut yang diharapkan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan atribut yang diinginkan konsumen, menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap lemang tapai dan

mendapatkan prioritas perbaikan mutu atribut lemang tapai.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan November 2017 - Januari 2018 di sentra penjualan lemang tapai Jl. Sungai Rupert, Lingkar Barat, Kota Bengkulu. Bahan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu lemang tapai yang berada di sentra penjualan yang telah disajikan. Alat yang digunakan adalah alat tulis kantor, *camera*, *recorder*, Kuesioner dan Aplikasi SPSS.

Rancangan Penelitian

Penentuan responden pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan untuk menggunakan pembeli yang ada di sentra penjualan lemang tapai sebagai sampel. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer yang dikumpulkan dengan teknik wawancara dan kuesioner.

Tahapan Penelitian

Studi pendahuluan ini dilakukan dapat mempermudah dalam menyelesaikan permasalahan yang ada serta mencapai kesimpulan yang tepat.

Observasi dilakukan pada sentra penjualan lemang tapai di Jalan Sungai Rupert, Lingkar Barat, Kota Bengkulu yang melibatkan produsen (penjual) dan konsumen produk lemang tapai. Observasi ini dilakukan untuk mendapatkan produsen terpilih, informasi tentang atribut lemang tapai yang dipertimbangkan oleh konsumen. Selain itu observasi juga dilakukan untuk mendapatkan informasi proses pembuatan lemang tapai.

Pada tahapan pengambilan data dilakukan menggunakan kuesioner dan recorder dengan tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan responden yang menjadi pembeli produk lemang dan produsen lemang tapai. Wawancara dilakukan sebanyak 3 kali yaitu wawancara

pertama dilakukan dengan melibatkan 10 responden, wawancara kedua dilakukan dengan melibatkan 25 responden dan wawancara ketiga dilakukan dengan melibatkan 100 responden sebagai kuesioner penelitian utama.

Pembuatan kuesioner berdasarkan dari hasil observasi selama pengamatan pada sentral penjualan produk lemang tapai di Jalan Sungai Rupert, Lingkar Barat, Kota Bengkulu. Pembuatan kuesioner dilakukan terhadap konsumen lemang tapai untuk mengetahui atribut lemang tapai yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian ini dengan melibatkan 10 orang responden lemang tapai. Responden yang digunakan yaitu 3 orang produsen dan 7 orang konsumen produk lemang tapai.

Berdasarkan hasil dari pembuatan kuesioner penentuan atribut produk lemang tapai didapatlah atribut-atribut lemang tapai. Selanjutnya, peneliti melakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui atribut produk lemang tapai yang *valid* dan *reliabel*.

Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan cara menguji kuesioner penentuan atribut produk lemang tapai dengan teknik *agree-disagree scale* yang dilakukan kepada 25 responden dengan menggunakan program SPSS. Uji validitas dapat digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Sunyoto, 2013). Tingkat validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai *r* hitung (*correlation item total correlation*) dengan *r* tabel dengan ketentuan degree of freedom ($df = n - 2$) dan taraf signifikasi ($\alpha = 5\%$), dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka atribut tersebut valid dan $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka atribut tersebut tidak valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan dengan cara menguji kuesioner penentuan atribut produk lemang tapai yang dilakukan kepada 25 responden. Uji reliabilitas alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk

(Sunyoto, 2013). Perhitungan reliabilitas menggunakan metode *Cronbach Alpha*, dengan tingkat signifikansi 0,05 sehingga bila probabilitas r hitung $\geq 0,6$ berarti item tersebut reliabel.

Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk lemang tapai menggunakan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) yang diolah dengan software microsoft excel 2007 dan untuk mengetahui rekomendasi perbaikan atribut maka digunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) menggunakan software SPSS.

Customer Satisfaction Indeks (CSI)

Customer Satisfaction Indeks (CSI) merupakan analisis kuantitatif berupa persentase pengguna yang senang dalam suatu survei kepuasan pengguna. *Constomer Satifcation Indeks* (CSI) diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk (Rangkuti, 2003). CSI dihitung dengan rumus:

$$CSI = \frac{T}{5Y} \times 100 \%$$

Keterangan:

- T = Total Skor (S) = (I)x(P)
- I = Kepentingan (skala 1-5)
- P = Kepuasan (skala 1-5)
- Y = Total Kepentingan (Total I)

Importance Performance Analysis (IPA)

Teknik IPA untuk mencari hubungan antara tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*). Perbandingan *performance* dan *importance* dirangkum dalam suatu diagram IPA, yang terbagi atas empat kuadran. Penilaian tingkat kinerja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen akan diwakili huruf x, sedangkan untuk penilaian tingkat kepentingan diwakili oleh huruf y. Untuk menilai kinerja dan kepentingan konsumen digunakan skor seperti terlihat pada **Tabel 1**.

Total penilaian tingkat kinerja dan kepentingan diperoleh dengan cara menjumlahkan skor penilaian yang

diberikan konsumen. Hasil penelitian akan digambarkan dengan diagram IPA.

Tabel 1. Skor penilaian tingkat kepuasan dan kepentingan

Skor	Kepuasan	Kepentingan
1	Sangat tidak puas	Sangat tidak penting
2	Tidak puas	Tidak penting
3	Cukup puas	Cukup penting
4	Puas	Penting
5	Sangat Puas	Sangat penting

Masing-masing atribut diposisikan dalam diagram tersebut berdasarkan skor rata-rata, dimana skor rata-rata penilaian kinerja (X) menunjukkan posisi suatu atribut pada sumbu x sedangkan pada atribut sumbu y ditunjukkan oleh skor rata-rata tingkat kepentingan (Y). Adapun rumus yang digunakan adalah (Rangkuti, 2003):

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

Keterangan :

- X = skor rata-rata tingkat kinerja
- Y = skor rata-rata tingkat kepentingan
- N = jumlah data konsumen

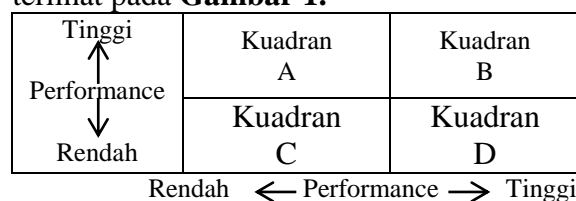
Diagram *cartecius* merupakan suatu ruang yang dibagi atas 4 bagian dan dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (a,b), titik tersebut diperoleh dari rumus :

$$a = \frac{\sum xi}{k} \quad b = \frac{\sum yi}{k}$$

keterangan :

- a = batas sumbu x (tingkat kinerja)
- b = batas sumbu y (tingkat kepentingan)
- k = banyaknya atribut yang diteliti

Selanjutnya setiap atribut tersebut dijabarkan dengan diagram IPA seperti yang terlihat pada **Gambar 1**.



Gambar 1. Diagram *Importance Performance Analysis*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Atribut Produk Lemang Tapai

Pembuatan kuesioner dilakukan terhadap konsumen leang tapai untuk

mengetahui atribut atribut leang tapai yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian ini dengan melibatkan 10 orang responden leang tapai. Hasil penelitian ini dapat dilihat pada **Tabel 3**.

Tabel 3. Hasil Kuesioner Penentuan Atribut

No	Nama Responden	Nama Atribut										Harga	
		Rasa Lemang	Tekstur Lemang	Aroma Lemang	Warna Lemang	Bambu Tanpa Cacat Retak	Bambu Tanpa Cacat Gosong	Ukuran Wadah (Bambu)	Rasa Tapai	Tekstur Tapai	Aroma Tapai		Warna Tapai
1	Ibu Rida	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	Ibu Neni	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	Ibu Husnawati	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4	Mihartono	✓	✓			✓	✓		✓			✓	
5	Sulistawati	✓		✓	✓				✓	✓	✓		✓
6	Darman Effendi	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓			✓	
7	Jamarti	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓		
8	Nashrudin	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	
9	Haryati	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	
10	Dewi Kumala Sari	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓		
	Jumlah Total	10	9	7	7	8	8	5	10	8	8	7	4

Sumber: Data Primer diolah (2018)

Jika atribut memiliki jumlah total < 6 maka atribut akan tereleminasi sedangkan lainnya akan dipilih sebagai atribut produk leang tapai berdasarkan jumlah responden. **Tabel 3** menunjukkan bahwa atribut yang terpilih yaitu rasa leang, tekstur leang, warna leang, aroma leang, bambu tanpa cacat retak, bambu tanpa cacat gosong, rasa tapai, tekstur tapai, warna tapai dan aromataapai.

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan kepada 25 responden dengan metode perhitungan korelasi *bivariate pearson* dengan bantuan perangkat SPSS. Pengujian kuesioner dilakukan pada nilai kritis 5% dengan $r_{tabel} = 0,396$. Hasil perhitungan bahwa semua atribut dinyatakan valid, karena nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Lemang Tapai

No.	Atribut	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Rasa Lemang	0,758	0,396	Valid
2	Tekstur Lemang	0,552	0,396	Valid
3	Warna Lemang	0,665	0,396	Valid
4	Aroma Lemang	0,689	0,396	Valid
5	Bambu tanpa cacat gosong	0,687	0,396	Valid
6	Bambu tanpa cacat retak	0,587	0,396	Valid
7	Rasa Tapai	0,706	0,396	Valid
8	Tekstur Tapai	0,681	0,396	Valid
9	Warna Tapai	0,823	0,396	Valid
10	Aroma Tapai	0,875	0,396	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Uji Reliabilitas

Perhitungan reliabilitas menggunakan metode *Cronbach Alpha*, dengan tingkat signifikansi 0,05 sehingga bila $r_{hitung} \geq 0,6$ berarti item tersebut telah reliabel (Sunnyoto,

2013). Hasil uji reliabilitas dari keseluruhan atribut memperoleh nilai rata-rata *cronbach's alpha* sebesar 0,92 dimana lebih besar dari 0,60. Jadi semua atribut-atribut tersebut dinyatakan reliabel. **Tabel 5**.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Atribut	Skala rata-rata atribut	Skala Variasi Atribut	Atribut dikoreksi-korelasi total	Koefisien Alfa
1	Rasa Lemang	37,6800	14,977	0,758	0,910
2	Tekstur Lemang	37,7200	15,043	0,552	0,921
3	Warna Lemang	37,8000	14,917	0,665	0,914
4	Aroma Lemang	37,6000	14,917	0,689	0,913
5	Bambu tanpa cacat gosong	37,8000	14,833	0,687	0,913
6	Bambu tanpa cacat retak	37,6800	15,560	0,587	0,918
7	Rasa Tapai	37,4000	14,500	0,706	0,912
8	Tekstur Tapai	37,5200	14,343	0,681	0,913
9	Warna Tapai	37,6800	14,227	0,823	0,905
10	Aroma Tapai	37,6800	13,560	0,875	0,901

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Customer Satisfaction Indeks (CSI)

CSI diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau

jasa(Rangkuti, 2003).Atribut yang memiliki nilai tertinggi merupakan atribut yang sangat berpengaruh terhadap suatu produk yang hendak dibeli oleh konsumen. Hasil data CSI dapat dilihat di **Tabel 6**.

Tabel 6. Perhitungan CSI Total

No.	Atribut	Kepentingan (I)	Kepuasan (P)	Skor
		Skala 1-5	Skala 1-5	S= IxP
1	Rasa Lemang	4,5	4,36	19,62
2	Tekstur Lemang	4,5	4,28	19,26
3	Warna Lemang	3,95	3,78	14,93
4	Aroma Lemang	4,24	3,81	16,15
5	Bambu tanpa cacat gosong	3,98	3,78	15,04
6	Bambu tanpa cacat retak	4,09	3,84	15,70
7	Rasa Tapai	4,86	4,53	22,01
8	Tekstur Tapai	4,7	4,4	20,68
9	Warna Tapai	4,28	4,11	17,59
10	Aroma Tapai	4,37	3,99	17,43
Jumlah total		43,47		178,41

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Hasil perhitungan CSI yaitu sebesar 0,82. Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh masuk kedalam kriteria sangat puas jika nilai CSI berada pada rentang nilai 0,81-1,00 (Irawan, 2002).Jadi secara keseluruhan atribut lemang tapai telah masuk kriteria sangat memuaskan oleh responden.

Importance Performance Analysis (IPA)

Analisis IPA ini digunakan untuk melihat kedudukan 10 atribut lemang tapai yang diperoleh dari hasil tingkat

kepentingan dan tingkat kinerja berdasarkan penilaian responden.

Nilai rata-rata tingkat kinerja produk lemang tapai seluruh atribut (X) sebesar 4,088 sedangkan nilai rata-rata tingkat kepentingan produk lemang tapai seluruh atribut (Y) sebesar 4,347. Dari hasil tersebut bahwa nilai (X) dan (Y) merupakan titik tengah untuk menentukan baik atau tidaknya serta penting atau tidak pentingnya masing-masing tiap atribut kepuasan produk lemang tapai.

Tabel 7. Nilai rata-rata kinerja dan kepentingan

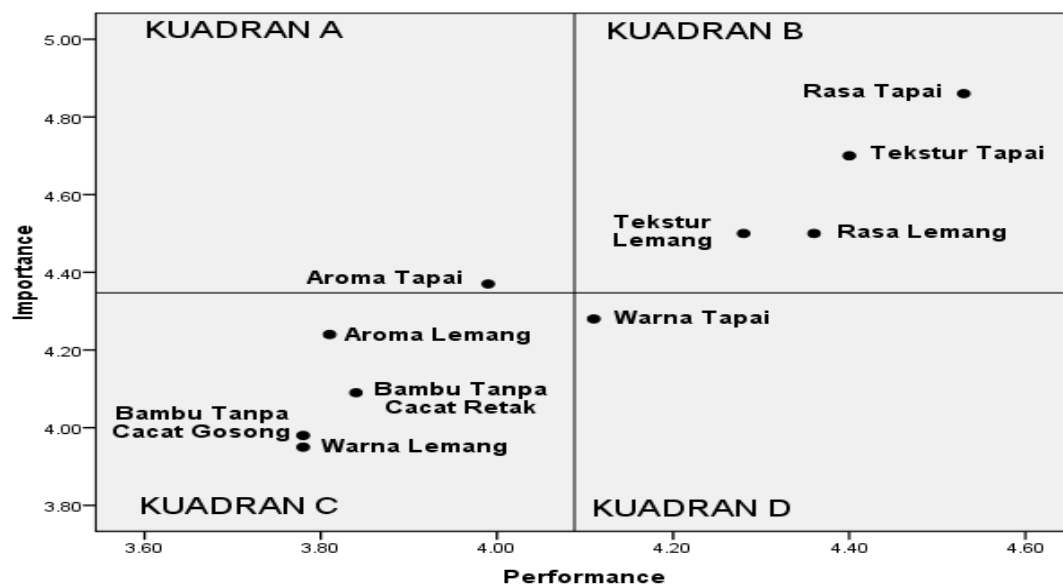
No.	Atribut	Kinerja	Kepentingan
1	Rasa Lemang	4,36	4,5
2	Tekstur Lemang	4,28	4,5
3	Warna Lemang	3,78	3,95
4	Aroma Lemang	3,81	4,24
5	Bambu tanpa cacat gosong	3,78	3,98
6	Bambu tanpa cacat retak	3,84	4,09
7	Rasa Tapai	4,53	4,86
8	Tekstur Tapai	4,4	4,7
9	Warna Tapai	4,11	4,28
10	Aroma Tapai	3,99	4,37
Rata-rata Kinerja		4,088	
Rata-rata Kepentingan			4,347

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Peta Atribut dalam Diagram IPA

Analisis IPA meletakkan atribut-atribut yang diuji ke dalam empat kuadran IPA yaitu kuadran I (prioritas utama),

kuadran II (pertahankan prestasi), kuadran III (prioritas rendah) dan kuadran IV (berlebihan). Diagram IPA dapat dilihat pada **Gambar 2**.



Kuadran B (Prioritas Utama)

Kuadran I merupakan wilayah yang berisikan atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen, namun dalam kenyataannya atribut-atribut ini masih belum sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Atribut yang masuk kedalam kuadran ini yaitu aroma tapai. Aroma merupakan bau dari suatu produk makanan, aroma tapai yang dihasil dinilai kurang memuaskan menurut konsumen. Dari hasil wawancara dengan konsumen, aroma tapai memiliki bau alkohol yang kuat atau

menyengat, ini disebabkan oleh sejumlah senyawa pembentuk aroma yang terdapat dalam jumlah besar. Menurut Yulianti dkk (2014), menyatakan bahwa semakin lama proses fermentasi tapai beras ketan hitam berpengaruh terhadap tingkat alkohol, tingkat alkohol yang tinggi terjadi pada penyimpanan tapai selama 6 hari dengan kadar alkohol rata-rata 8,94%. Dalam hal ini produsen perlu melakukan perbaikan sebaik mungkin untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap atribut yang termasuk kedalam kuadran I.

Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Atribut-atribut yang ada pada Kuadran II, harus tetap dipertahankan posisinya oleh produsen karena atribut –atribut inilah yang telah menjadikan produk lemag tapai menjadi unggul dimata konsumen. Atribut tersebut diantaranya: rasa lemag, tekstur lemag, rasa tapai dan tekstur tapai. Menurut konsumen rasa lemag dan tekstur yang dirasakan yaitu rasa asin, gurih dan pulen. Hal ini menunjukkan bahwa komposisi bahan-bahan pembuat lemag sudah tepat pada tingkat rasa. Lemag dibuat menggunakan bahan baku beras ketan putih yang dicampur dengan santan segar dan garam. Menurut Prasetyo (2014), menyatakan bahwa santan segar memiliki kandungan lemak yang tinggi dari pada santan instan sehingga kandungan yang berperan pada rasa, tekstur, aroma meresap secara maksimal karena kandungan yang berperan dapat larut secara optimal. Pada rasa tapai dan tekstur telah memenuhi keinginan konsumen yaitu rasa manis asam dan tekstur lembut. Pembuatan tapai yang dilakukan oleh produsen menggunakan beras ketan hitam yang difermentasi dengan ragi tradisional selama 2 hari 1 malam sehingga membuat rasa tapai manis asam. Menurut Prayoga (2016), proses fermentasi selama 48 jam akan menghasilkan rasa tapai ketan hitam manis dan sedikit asam, ini disebabkan oleh pati beras ketan hitam menjadi glukosa dan glukosa menjadi alkohol. Sehingga perlu untuk dipertahankan oleh pihak produsen karena sudah bisa memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga konsumen merasa puas.

Kuadran C (Prioritas Rendah)

Kuadran III merupakan wilayah yang berisikan atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pada kenyataannya kinerja pihak produsen dinilai kurang memuaskan. Atribut-atribut yang ada pada kuadran ini dirasa tidak terlalu mempengaruhi terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Atribut yang ada pada kuadran ini meliputi: Aroma

lemag, warna lemag, bambu tanpa cacat gosong, bambu tanpa cacat retak. Pada aroma dan warna lemag, konsumen tidak terlalu memperdulikan karena aroma dan warna lemag tidak mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk lemag karena sebagian dari mereka lebih mempertimbangkan rasa dan tekstur pada lemag. Menurut konsumen tingkat keretakan dan kegosongan bambu tidak mempengaruhi konsumen untuk membeli produk, mereka akan tetap membeli produk karena beranggapan tidak mempengaruhi cita rasa pada lemag dan masak sempurna. Jadi atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini tidak menjadi agenda prioritas karena pengaruhnya terhadap konsumen dinilai kecil.

Kuadran D (Berlebihan)

Kuadran IV merupakan wilayah yang berisikan atribut-atribut jika dilihat dari kepentingan responden berada pada tingkat kepentingan yang rendah, tetapi memiliki tingkat kinerja yang baik. Peningkatan kinerja pada atribut yang berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan bagi konsumen. Atribut tersebut yaitu warna tapai yang disajikan oleh produsen memiliki warna hitam kemerahan karena bahan yang digunakan yaitu beras ketan hitam. Menurut konsumen warna hitam kemerahan pada tapai tidak terlalu jadi permasalahan untuk mereka dalam membeli tapai karena produsen hanya menjual tapai yang menggunakan bahan beras ketan hitam.

KESIMPULAN

1. Pertimbangan pembelian lemag tapai oleh konsumen didasarkan pada 10 atribut yang terdiri atas rasa, tekstur, warna, aroma lemag dan bambu tanpa cacat gosong dan tanpa retak, serta rasa, tekstur, warna dan aroma tapai.
2. Indeks kepuasan konsumen sebesar 0,82 yang berarti tingkat kepuasan konsumen terhadap lemag tapai masuk kedalam kriteria sangat puas.

3. Atribut produk lemang tapai yang direkomendasikan perbaikan mutu kepada produsen yaitu atribut aroma tapai direkomendasikan untuk diperbaiki produsen, sedangkan yang patut dipertahankan produsen adalah rasa, tekstur, rasa tapai dan tekstur tapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2016. *Mengukur Kualitas Layanan dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Model Kano*. Edisi Revisi. PT BPFE. Yogyakarta.
- Amanah, D. 2010. *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majestyk bakery & cake shop h.m. Yamin medan*. Jurnal keuangan & bisnis 2 (1): 71-87.
- Hikmat, M. M. 2011. *Metode penelitian dalam perspektif ilmu komunikasi dan sastra*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Irawan, H. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT. Elex Media Komputindo: Jakarta.
- Kotler, Philips., dan K, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. PT Gelora Aksara Pratama. Jakarta.
- Kurniati, E. E, Silvia., dan Z, Efendi. 2016. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kue BayTat Bengkulu*. Jurnal Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia 8 (2) : 67 – 75.
- Virgo, L. 2015. *Analisa Respon Konsumen Terhadap Kualitas, Penampilan, Kemasan, dan Harga pada Lempuk “ Indah Sari “*. Skripsi. Universitas Bengkulu. Bengkulu.
- Maflahah, I. 2012. *Desain Kemasan Makanan Tradisional Madura dalam Rangka Pengembangan IKM*. Jurnal Agrotek 6 (2) : 118 – 122.
- Nazir, M. 2005. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Prasetio, A., A, Anggraini., B, Octavian., dan D, Energa. 2014. *Pengaruh Santan Segar Dan Santan Instan Terhadap Mutu Organoleptik Dan Fisik Rendang Daging*. <https://www.scribd.com/doc/225362415/Pengaruh-Santan-Segar-Dan-Santan-Instan-Terhadap-Mutu-Organoleptik-Dan-Fisik-Rendang-Daging>. [diakses 28 Februari 2018].
- Prayoga, D.F. 2016. *Spesifikasi Kualitas Tape Ketan Hitam (Oryza sativa glutinosa) Berdasarkan Persentase Ragi Tradisional Bengkulu dan Lama Fermentasi*. [Skripsi]. Universitas Bengkulu. Bengkulu.
- Rangkuti, F. 2003. *Measuring Costumer Satisfaction*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sinaga, N., S, Daulay., dan L, Harahap. 2016. *Uji Suhu Terhadap Kualitas Lemang Pada Alat Pemasak Lemang Listrik Tipe Vertikal*. Jurnal Rekayasa Pangan dan Pertanian 4 (3): 433-439.
- Sunyoto, D. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi Cetakan ke-1*. PT. Refika Aditama. Bandung.
- Widiyanto, I. 2008. *Pointers: Metodologi Penelitian*. BP Undip. Semarang.
- Yola, M., dan D, Budianto. 2013. *Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan harga produk pada supermarket dengan menggunakan importance performance analysis (IPA)*. Jurnal Optimasi Sistem Industri 12 (1) : 301 -309.
- Yulianti, H. C. 2014. *Uji Beda Kadar Alkohol Pada Tape Beras, Ketan Hitam Dan Singkong*. Jurnal Teknik 6 (1): 531-536.