

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP BENIH PADI "PRIMA" DI KABUPATEN MALANG

CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS OF " PRIMA "RICE SEED IN MALANG

Sony Prihandono
 Program Studi Magister Manajemen Agribisnis
 Universitas Gadjah Mada
 Email: sony.prihandono86@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the level of satisfaction of farmers on " Prima " seed product based on the perception of Malang farmers. This research was conducted in Malang in February until March 2015. The data used in this study were primary data and secondary data. The number of respondents in this study as many as 50 farmers who have used seed products Cihorang " Prima " . The analysis method used in this research is Customer Satisfaction Index (CSI) . Based on this research, farmers satisfied with the performance of attributes in the seed products Cihorang " Prima " , this was indicated by the CSI value of 78.63 %.

Keywords : product analysis , perception , satisfaction

PENDAHULUAN

Pengembangan pertanian khususnya padi erat kaitanya dengan aspek sarana produksi, yang di antaranya adalah pengadaan dan distribusi benih. Dalam suatu sistem produksi padi baik ditujukan untuk memenuhi konsumsi sendiri maupun yang berorientasi komersial diperlukan adanya ketersediaan benih dengan varietas yang berdaya hasil tinggi dan mutu yang baik. Daya hasil yang tinggi serta mutu yang terjamin pada umumnya terdapat pada varietas unggul. Selama ini produksi serta distribusi varietas-varietas unggul didominasi oleh PT. Sang Hyang Seri (SHS) dan PT. Pertani serta sebagian kecil diproduksi oleh penangkar benih swasta lokal dan asing.

Persepsi konsumen terhadap kualitas suatu produk seringkali dinilai berdasarkan sekumpulan kriteria yang berbeda karena tingkat kepentingan dan keterlibatan konsumen juga berbeda-beda. Konsumen cenderung menilai kualitas suatu produk berdasarkan faktor-faktor yang mereka asosiasikan dengan produk tersebut. Faktor tersebut dapat bersifat instrinsik yaitu karakteristik produk seperti ukuran, warna, rasa atau aroma dan faktor ekstrinsik seperti harga, citra toko, citra merk dan pesan promosi yang disampaikan melalui iklan, baik media cetak maupun elektronik (Fandy, 1997)

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan, jika kinerja berada dibawah harapan,

pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas, jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Kotler, 2005).

Konsumen akan merasa puas apabila produk yang di pilih sesuai dengan persepsi yang konsumen miliki. Tingkat kepuasan konsumen pun dapat tercermin pada keputusan untuk membeli produk dan melakukan pembelian ulang terhadap produk saat persepsi konsumen sesuai dengan produk yang ditawarkan padanya. Apabila atribut-atribut yang terdapat dalam suatu produk sesuai dengan yang diinginkan konsumen maka akan menimbulkan minat pembelian (Schiffman and Kanuk, 1997). Kepuasan konsumen terhadap sebuah produk dapat meningkatkan volume penjualan produk itu dan akhirnya berpengaruh pada keuntungan perusahaan. Oleh sebab itu, masalah kepuasan berdasarkan persepsi konsumen menjadi hal yang penting dan perlu mendapat perhatian perusahaan.

Produk benih "Prima" merupakan produk benih unggulan yang diproduksi oleh PT Sang Hyang Seri (Persero). Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk benih "Prima" dapat diukur dari beberapa atribut produk, diantaranya harga, kemasan, volume, produktivitas, ketersediaan dan kebersihan. Untuk melakukan analisis kepuasan konsumen terhadap produk diperlukan sampel sebagai sumber informasi. Salah satu daerah di Indonesia yang potensial atas permintaan benih tanaman padi adalah Kabupaten Malang yang terletak di Propinsi Jawa Timur.

BAHAN DAN METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus (case study). Pengambilan data kuesioner dan wawancara dilakukan terhadap petani yang pernah menggunakan produk benih “Prima” di Kabupaten Malang.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), yaitu dengan sengaja memilih Kabupaten Malang sebagai lokasi penelitian dengan pertimbangan Kabupaten Malang merupakan daerah dengan luas wilayah terbesar kedua di Propinsi Jawa Timur. Pengumpulan data dilokasi penelitian dilakukan pada bulan Pebruari-Maret 2015.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah petani di Kabupaten Malang yang pernah menggunakan produk benih varietas Ciherang. Sampel dari penelitian ini adalah petani di Kabupaten Malang yang telah menggunakan produk benih varietas Ciherang merek dagang “Prima” dan Dua Kuda. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 50 orang petani yang tersebar di Kabupaten Malang. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *simple random sampling* dengan merujuk pada daftar petani yang diberikan oleh kios dan sub kios pertanian.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini adalah hasil wawancara, kuesioner dari responden dan observasi di lapangan. Data sekunder pada penelitian ini adalah data PT Sang Hyang Seri (Persero) Kantor Regional 3 dan eksternal perusahaan, seperti BPS Jawa Timur, BPS Kabupaten Malang, Dinas Pertanian dan Perkebunan Pemkab Malang.

Metode Pengumpulan Data

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan instrumen penelitian berbentuk kuesioner yang diajukan secara langsung kepada para responden di lokasi responden berada. Data sekunder dikumpulkan dengan cara merangkum beberapa informasi dari beberapa instansi seperti PT. Sang Hyang Seri Kantor Regional 3, BPS Jawa Timur, BPS Kabupaten Malang, Dinas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Malang.

Sebelum melakukan analisis yang lebih lanjut secara deskriptif dan kuantitatif perlu ditentukan beberapa persyaratan yang akan menjadi dasar dalam menginterpretasikan hasil

temuan selanjutnya. Berdasarkan hasil tinjauan dari beberapa literatur, variabel yang akan dipilih untuk mengukur atribut yang melekat pada produk benih “Prima” yaitu : harga, kemasan, volume, produktivitas, ketersediaan dan kebersihan. Dalam penelitian ini pengukuran bertujuan untuk membangun dasar-dasar pengembangan test yang lebih baik untuk dapat menghasilkan test yang berfungsi secara valid dan reliabel. Lebih lanjut pada penelitian ini jawaban responden diukur dengan memberi bobot menggunakan skala *likert* yang disusun dengan model *semantic differential* 5 angka berjajar. Pengujian instrumen pada penelitian ini dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap jawaban 50 responden.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan kuantitatif berdasarkan tabulasi data hasil jawaban kuesioner. Analisis deskriptif didasarkan pada data dan informasi hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari responden. Data dan informasi ini akan diolah dan disajikan dalam bentuk tabel-tabel sederhana dan dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama. Hasil yang diperoleh kemudian dipersentasekan berdasarkan jumlah responden. Persentase terbesar dari setiap hasil merupakan faktor dominan dari masing-masing variabel yang dianalisis. Hasil analisis ini digunakan untuk menganalisis karakteristik umum responden.

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (hasil) yang dirasakan dengan harapannya (Tjiptono, 2004). Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk benih “Prima” berdasarkan persepsi petani digunakan model analisis *Customer Satisfaction Index* atau indeks kepuasan pelanggan yang akan mengukur secara menyeluruh kinerja benih padi varietas Ciherang “Prima”. Hal ini dilakukan dengan mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari atribut-atribut produk benih Ciherang “Prima” terlebih dahulu. Adapun perhitungannya menggunakan rumus sebagai berikut:

$$MSSi = \frac{\sum X_i}{n} \quad MISi = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan:

X = Skor tingkat kinerja berdasarkan atribut harga, volume, kebersihan, produktivitas, ketersediaan dan kebersihan.

Y = Skor tingkat kepentingan berdasarkan atribut harga, volume, kebersihan, produktivitas, ketersediaan dan kebersihan

n = Jumlah responden

i = atribut ke-i

Cara mengukur indeks ini dilakukan dengan empat tahapan, yaitu menghitung:

1. *Weighting Factors* (WF)

Weighting Factors merupakan fungsi dari *Mean Importance Score* (MIS_i) masing-masing atribut atau indicator dalam bentuk prosentase (%) dari total *Mean Importance Score* (MIS-t) dari keseluruhan atribut yang diuji:

$$WeightFactors = \frac{MIS_i}{TotalMIS} \times 100\%$$

Keterangan : I = atribut ke-i

2. *Weight Score* (WS)

Weight Score merupakan fungsi dari *Mean Satisfaction Score* (MSS_i) dikalikan dengan *Weight Factors* (WF):

$$WS = MSS \times WF$$

3. *Weight Average Total* (WAT)

Weight Average Total merupakan fungsi dari *Total Weighted Score* (WS) atribut ke-1 (a-1) hingga atribut ke-6 (a-6)

$$WAT = WSA-1 + WSA-2 \dots + WSA-6$$

4. *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Customer Satisfaction Index merupakan fungsi dari *weighted average* (WA) dibagi *highest scale* (HS atau skala maksimum yang dipakai dalam penelitian) dikalikan 100%:

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

Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari beberapa kriteria tingkat kepuasan. Kepuasan tertinggi dicapai bila CSI menunjukkan 100 %. Rentang kepuasan berkisar dari 0 – 100 %. Berdasarkan Simamora (2005), untuk membuat skala linier numerik, pertama-tama kita cari rentang skala (RS) dengan rumus:

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

m = skor tertinggi

n = skor terendah

b = jumlah kelas atau kategori yang akan dibuat

Untuk penelitian ini, rentang skalanya adalah:

$$RS = \frac{100\% - 0\%}{5} = 20\%$$

Berdasarkan rentang skala itu, maka kriteria kepuasannya adalah sebagai berikut :

0 % < CSI ≤ 20 % = sangat tidak puas

20 % < CSI ≤ 40 % = tidak puas

40 % < CSI ≤ 60 % = biasa

60 % < CSI ≤ 80 % = puas

80 % < CSI ≤ 1.00 % = sangat puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Petani Responden

Pembahasan mengenai identifikasi karakteristik petani responden pada penelitian ini untuk mengetahui persentase jumlah responden berdasarkan umur, tingkat pendidikan, lama menjadi petani, luas lahan, status lahendan jumlah tanggungan. Petani yang dijadikan responden adalah petani yang sudah pernah membeli dan menanam benih padi “Prima” dan Dua Kuda di Kabupaten Malang.

Petanisebagian besar berumur lebih dari 35 tahun yang mayoritas merupakan lulusan SMA yang sudah lebih dari 10 tahun menjadi petani. Pada umumnya lahan yang petani responden gunakan adalah lahan milik pribadi dengan luasan mayoritas lebih dari 0,6 Hektar dan dengan jumlah tanggungan antara 2 - 5 orang.

Tingkat pendidikan mempengaruhi kemampuan petani dalam mengadopsi tehnologi dan ketrampilan budidaya untuk mengelola lahan pertanian. Menurut Suparta (2005), perbedaan tingkat pendidikan berpengaruh terhadap keinovatifan, kecepatan proses adopsi inovasi, dan perilaku seseorang. Data selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Umum Responden

No	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1	≤ 20 tahun	0	0
2	21 - 25 Tahun	0	0
3	26 - 30 Tahun	4	8
4	31 - 35 Tahun	20	40
5	≥ 36 tahun	26	52
No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	Tidak bersekolah	0	0
2	SD	5	10
3	SMP/SLTP	22	44
4	SMA	23	46
5	Diploma	0	0
6	Sarjana	0	0
No	Lama Menjadi Petani	Jumlah	Persentase (%)
1	≤ 10 tahun	12	24
2	11 - 15 Tahun	11	22
3	16 - 20 Tahun	18	36

4	21 - 25 Tahun	6	12
5	≥ 26 Tahun	3	6
No	Luas Lahan	Jumlah	Persentase (%)
1	≤ 0,2 Hektar	3	6
2	0,3 - 0,4 Hektar	17	34
3	0,5 Hektar	12	24
4	≥ 0,6 Hektar	18	36
No	Status Lahan	Jumlah	Persentase (%)
1	Milik Sendiri	42	84
2	Sewa	8	16
No	Jumlah Tanggungan	Jumlah	Persentase (%)
1	1 Orang	1	2
2	2 - 3 Orang	29	58
3	4 - 5 Orang	19	38
4	≥ 6 Orang	1	2

Customer Satisfaction Index (CSI)

Kepuasan pelanggan sangat penting bagi suatu perusahaan mengingat pelanggan yang puas akan kembali membeli lagi, bahkan pelanggan dapat menyebarkan pengalaman kepada teman yang ditemui sehingga ikut membeli dan menggunakan suatu produk tertentu. Dengan demikian upaya mempertahankan pelanggan dalam jangka pendek dapat meningkatkan

revenue dan *profit*, sedangkan jangka panjang dapat membangun *customer loyalty* dan memperkuat *brand*.

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan metode pengukuran kepuasan konsumen yang bisa digunakan untuk melihat tingkat kepuasan konsumen akan sebuah produk, dalam penelitian ini CSI digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap produk benih padi "Prima" PT. Sang Hyang Seri (Persero).

Nilai *Customer Satisfaction Index* yang diperoleh dari analisis olah data primer adalah 78,63 %. Nilai ini berada pada rentang indeks kepuasan 60 % - 80 % yang berarti petani puas terhadap kinerja atribut-atribut yang terdapat pada benih Ciharang "Prima". Kepuasan konsumen benih Ciharang "Prima" ini dapat tercapai karena pihak perusahaan telah memberikan kinerja yang baik terhadap atribut-atribut yang dinilai penting oleh konsumen, kinerja atribut-atribut produk itu telah mampu memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen merasa puas setelah membeli dan menggunakan. Data selengkapnya mengenai hasil *Customer Satisfaction Index* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Perhitungan *Customer Satisfaction Index* produk Ciharang "Prima"

Atribut	Mean Importance Score (MIS)	Weighting Factors (WF)	Mean Satisfaction Score (MSS)	Weight Score (WS)
Harga	4,02	0,17	3,80	0,66
Kemasan	3,50	0,15	3,84	0,58
Volume	3,88	0,17	3,84	0,64
Produktivitas	3,98	0,17	4,18	0,72
Ketersediaan	3,90	0,17	4,10	0,69
Kebersihan	3,94	0,17	3,82	0,65
Total	23,22	Weight Average Total (WAT)		3,93
CSI	78,63			

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, petani puas terhadap kinerja atribut-atribut yang terdapat pada produk benih Ciharang "Prima", hal ini ditunjukkan dengan nilai CSI sebesar 78,63 %.

Saran

Kedepannya pihak perusahaan perlu memperbaiki dan meningkatkan kinerja atribut produk dengan lebih cermat dan teliti dalam

proses produksi baik itu dari proses awal mulai menanam benih hingga proses pengemasan benih dengan harapan agar indeks kepuasan pelanggan dapat meningkat mendekati 100 % (sangat puas).

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy, Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran*. Andi. Yogyakarta
 Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Teguh Hendra, Ruli A.,

- Molan Benjamin. PT Prenhallindo. Jakarta.
- Martilla, and James, J. C. 1977. *Importance-Performance Analysis*. **Journal of Marketing** 41, 13-17
- Schiffman, L.G. and L.L. Kanuk. 1997. *Consumer Behavior*. Prentice Hall International, Inc. New Jersey.
- Bilson, Simamora. 2005. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Suparta, Nyoman. 2005. *Pendekatan Holistik Membangun Agribisnis*. Media Adhikarsa. Bali.
- Tjiptono, F. 2004. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Andi Offset. Yogyakarta.