

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PRODUK KOPI BIJI SALAK

Ni Wayan Dewinta Ayuni
I Made Anom Adiaksa
I Gusti Agung Mas Krisna Komala Sari

Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali
Bukit Jimbaran, P.O Box 1064 Tuban, Badung – Bali
Phone: +62-361-701981
email : dewintaayuni@pnb.ac.id

Abstrak. Kopi adalah salah satu jenis minuman yang sangat digemari masyarakat. Salah satu inovasi dalam minuman kopi adalah bahan baku biji kopi yang digunakan. Dewasa ini berkembang suatu bahan baku pengganti biji kopi dengan biji salak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui indeks kepuasan pelanggan (*customer satisfaction index*) dari produk kopi biji salak. Beberapa atribut yang diuji dalam penelitian ini adalah aroma, *acidity*, *body*, *flavor*, *aftertaste*, *sweetness*, *conformance*, *aesthetic*, dan inovasi yang dianalisis dengan metode *customer satisfaction index* (CSI) dengan memperhitungkan perbandingan tingkat *performance* dan *importance* dari masing-masing atribut. Hasil menunjukkan bahwa terdapat beberapa atribut yang memiliki tingkat *performance* lebih besar dibandingkan tingkat *importancenya*, yaitu atribut *after taste*, *sweetness*, dan inovatif. Indeks kepuasan konsumen terhadap produk kopi biji salak sebesar 75.35% atau pada level puas.

Kata Kunci : indeks kepuasan pelanggan, kopi biji salak, *importance performance analysis*

CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS OF SALAK SEED COFFEE

Abstract. Coffee is a popular drink. One of the innovation in coffee is the raw material. Nowadays, there is a coffee made from *salak* seed. This research aims to know the customer satisfaction index of the snake-skin fruit's seeds coffee. Some of the attributes tested in this research are aroma, acidity, body, flavor, aftertaste, sweetness, conformance, aesthetic, and innovation. The analysis that is used in this research is customer satisfaction index (CSI) by considering the performance and importance level of each attributes. Result shows that there are some attributes that have higher performance level than is importance level, which are aftertaste, sweetness, and innovative. The customer satisfaction index (CSI) is 75.35% which is considered as satisfy.

Keyword: customer satisfaction index, *salak* seed coffee, importance performance analysis

PENDAHULUAN

Tingginya produksi kopi menyebabkan tradisi meminum kopi bagi masyarakat Indonesia yang sudah dilakukan secara turun temurun sampai saat ini. Kopi seakan sudah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia (Remiasa dan Lukman, 2007).

Tingginya konsumsi kopi masyarakat menyebabkan ketatnya persaingan produsen kopi. Dewasa ini telah banyak beredar kopi dengan berbagai merek dan rasa. *Coffee shop* (warung kopi) pun sudah menjamur di Indonesia. Untuk memenangkan persaingan yang ketat tersebut, tentu diperlukan suatu inovasi yang berbeda dan unik. Salah satunya dengan mengganti bahan dasar kopi namun tetap memiliki cita rasa kopi.

Bali merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang terkenal dengan salah satu komoditas daerahnya, yaitu buah salak. Salah satu jenis salak yang cukup terkenal di Bali adalah salak Sibetan. Hampir semua penduduk Desa Sibetan, Kabupaten Karangasem memiliki kebun salak (Adiaksa, 2015).

Dewasa ini pengolahan salak tidak terbatas hanya pada daging buahnya, namun berkembang suatu industri yang mengolah kulit bahkan biji salak. Penelitian yang dilakukan oleh Adiaksa (2015) yaitu mengolah biji salak menjadi bubuk dan dapat digunakan sebagai minuman yang memiliki cita rasa hampir sama dengan minuman kopi. Minuman kopi yang berbahan baku biji salak ini kemudian dikenal dengan kopi biji salak.

Kusumo et al (2012) melakukan penelitian untuk mengetahui kandungan gizi biji salak. Hasil penelitiannya ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1 Kamposisi Kimia Biji Salak

Kandungan Kimia	Jumlah (%)
Kadar Air	54,84
Kadar Abu	1,56
Lemak	0,48
Protein	4,22
Karbohidrat	38,9
Polifenol	0,176 (mg/100g)
Antioksidan	0,4596

Dari kandungan yang terdapat pada biji salak tersebut, terdapat beberapa manfaat kopi biji salak, antara lain mengatasi asam urat, memperlancar sistem pencernaan, menambah tenaga, meningkatkan kecerdasan, meningkatkan kinerja otot, mencegah hipertensi, dapat mengobati disentri dan diare, mencegah risiko terkena kanker, menjaga kesehatan mulut, mengurangi serta mencegah risiko Alzheimer.

Produk kopi biji salak ini tergolong produk baru dan belum dikenal secara luas oleh masyarakat. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui kepuasan pelanggan (*customer satisfaction index*) terhadap produk kopi biji salak. Menurut Peter dan Olsen dalam Armstrong dan Kotler (2009), jika konsumen merasa puas mengenai produk atau layanan, konsumen akan cenderung melakukan pembelian atau pemakaian berulang terhadap produk atau layanan tersebut kemudian akan mengabarkan terhadap orang lain mengenai produk atau layanan yang mereka beli atau gunakan. Menurut Daminik et al (2014) kunci utama untuk mempertahankan konsumen dalam usaha kopi adalah dengan cara menjamin kualitas produk dan mengusahakan kepuasan konsumen. Spiller et al (2007) juga menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu faktor yang penting dalam suksesnya suatu usaha/bisnis.

Indeks kepuasan pelanggan terhadap produk kopi biji salak pada penelitian ini ditinjau dari beberapa atribut (karakter) kopi, seperti yang dikemukakan oleh Sadeli et al (2016) dan Panggabean (2009) serta menambahkan beberapa karakter yang ingin diujikan pada kopi biji salak. Atribut-atribut tersebut adalah: aroma, *acidity*, *body*, *flavor*, *aftertaste*, *sweetness conformance*, *aesthetic*, dan tingkat inovasi. Metode yang digunakan adalah *customer satisfaction index (CSI)* yang mempertimbangkan perbandingan tingkat *performance* dan *importance* dari masing-masing atribut dengan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*.

Menurut Supranto (2006), 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. IPA adalah salah satu teknik dalam dunia bisnis yang digunakan sebagai alat pemasaran untuk mengevaluasi dan memberi masukan mengenai strategi dalam bidang manajemen. Tahapan lanjutan dalam mengukur kepuasan konsumen adalah *Consumer Satisfaction Index (CSI)*. Kelebihan metode CSI, yaitu dapat menggunakan data hasil IPA sebagai data awal dalam menganalisis sehingga dapat memperhitungkan atau mengetahui kepuasan konsumen secara variabel keseluruhan dengan sederhana dan lebih akurat (Ihsani, 2005).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Responden yang diambil sebanyak 100 orang dengan teknik sampling *purposive sampling* (responden yang dipilih adalah responden yang menyukai minuman kopi). Atribut-atribut yang diuji pada penelitian ini ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2 Atribut pada Penelitian

Atribut	Keterangan
<i>Aroma</i>	Aroma atau bau yang dapat dicium dari kopi adalah suatu karakteristik yang khas yang melekat pada kopi
<i>Acidity</i>	<i>Acidity</i> atau rasa yang diperoleh dari kopi yang melekat pada lidah konsumen.
<i>Body</i>	<i>Body</i> dalam arti berat adalah apakah kopi terasa berat/ <i>full</i> pada mulut konsumen saat konsumen menyeruput kopi
<i>Flavour</i>	<i>Flavour</i> atau karakter rasa pada kopi. Kopi tertentu memiliki <i>flavor</i> yang khas, misalnya <i>flavor</i> buah atau jenis herbal tertentu. Pada penelitian ini akan diuji apakah kopi biji salak masih memiliki karakter rasa buah salak
<i>Aftertaste</i>	<i>Aftertaste</i> adalah citarasa kopi yang bertahan di mulut konsumen
<i>Sweetness</i>	<i>Sweetness</i> atau rasa manis yang dimaksud bukan karena kopi diberi tambahan gula, namun rasa manis yang benar-benar timbul dari kopi biji salak
<i>Conformance</i>	Apakah manfaat kopi biji salak telah diketahui secara luas oleh masyarakat
<i>Aesthetics</i>	Penampilan fisik yang dimaksud adalah tampilan sajian dari kopi biji salak sebelum diseduh maupun setelah diseduh
Inovasi	Variabel yang mengukur inovasi atau daya cipta kreasi baru dari kopi biji salak

Adapun tahapan penelitian yang dilakukan adalah

1. Menguji validitas dan reabilitas kuesioner
2. Melakukan analisis IPA dengan tahapan sebagai berikut:
 - a) Menentukan tingkat kesesuaian antara kepentingan dan tingkat kinerja

$$TK_i = \frac{x_i}{y_i} \cdot 100\% \quad (1)$$

Keterangan:

TK_i = Tingkat kesesuaian

X_i = Skor penilaian tingkat kinerja atribut

Y_i = Skor penilaian tingkat kepentingan atribut

- b) Menghitung rata-rata tingkat kinerja dan rata-rata tingkat kepentingan untuk setiap atribut dengan persamaan:

$$\bar{x}_t = \frac{\sum x_i}{n} \quad (2)$$

$$\bar{y}_t = \frac{\sum y_i}{n} \quad (3)$$

Keterangan:

\bar{x}_t = skor rata-rata tingkat kinerja atribut

\bar{y}_t = skor rata-rata tingkat kepentingan atribut

n = jumlah responden

3. Melakukan analisis CSI dengan tahapan sebagai berikut:
 - a) Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS), nilai ini berasal dari rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tiap atribut. Nilai MIS dan MSS masing-masing dapat dihitung dengan menggunakan persamaan berikut:

$$MIS = \frac{\sum y_i}{n} \quad (4)$$

$$MIS = \frac{\sum x_i}{n} \tag{5}$$

Keterangan:

- n = jumlah responden
- y_i = nilai kepentingan atribut ke-i
- x_i = nilai kinerja atribut ke-i

- b) Menggunakan *Weighted Factor* (WF) fungsi *Mean Importance Score* atau nilai rata-rata tingkat kepentingan (MIS_i) masing-masing atribut yang dinyatakan dalam bentuk persen terhadap total *Mean Importance Score* (MIS_i) untuk seluruh atribut yang diuji. Nilai WF dapat diperoleh dengan menggunakan persamaan berikut:

$$WF_i = \frac{MIS_i}{Total\ MIS_i} \tag{6}$$

Keterangan:

MIS_i = *Mean Importance Score* ke-i

- c) Menggunakan perhitungan *Weighted Score* (WS), fungsi dari *Mean Satisfaction Score* dikalikan dengan *Weighted Factor* (WF). *Mean Satisfaction Score* (MSS) atau nilai rata-rata tingkat kepuasan diperoleh dari nilai rata-rata tingkat *performance* atau nilai rata-rata tingkat kinerja.

$$WS_i = MSS_i \cdot WF_i \tag{7}$$

Keterangan:

- MSS_i = *Mean Satisfaction Score* ke-i
- WF_i = *Weighted Factor* ke-i

- d) Menggunakan perhitungan *Weighted Average Total* (WAT), fungsi dari total *Weighted Score* (WS) atribut ke-1 (a₁) hingga atribut ke-n (a_n)

$$WAT = WSA_1 + WSA_2 + \dots + WSA_n \tag{8}$$

Keterangan:

WSa = *Weighted Score*

- e) Melakukan penghitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu fungsi dari nilai *Weighted Average* (WA) dibagi dengan *Highest Scale* (HS) atau yang dinyatakan dalam bentuk persen. Skala maksimum diperoleh dari ukuran skala likert yang dipergunakan dalam pembobotan tingkat kepentingan dan pekerja.

$$CSI = \frac{WA}{HS} \cdot 100\% \tag{9}$$

Keterangan:

- WA = *Weighted Average*
- HS = *Highest Scale* (skala maksimum)

Kriteria penggolongan nilai CSI adalah sebagai berikut (Ihsani, 2005):

Tabel 3 Kriteria Nilai CSI

Nilai CSI	Kriterian CSI
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

Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji kuisisioner apakah telah layak dan reliabel untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan nilai r-tabel yang bersesuaian (dalam hal ini r tabel = 0,361), item kuisisioner dinyatakan valid jika nilai r-hitung lebih besar dari 0,361. Sedangkan uji reliabilitas ditinjau dengan nilai Cronbach's Alpha. Kuisisioner dinyatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6.

Hasil uji validitas dan reliabilitas menyatakan bahwa 19 item pertanyaan pada kuisisioner yang digunakan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari 0.361, sehingga dapat dinyatakan telah valid. Nilai cronbach's alpha untuk tingkat *performance* adalah sebesar 0.799 dan untuk tingkat *importance* sebesar 0.927. Kedua nilai ini lebih besar dari 0.6 sehingga kuisisioner dinyatakan reliabel serta telah layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Importance Performance Analysis (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) ini pada dasarnya mengukur dan membandingkan *importance* (tingkat kepentingan) atribut yang dinilai oleh responden dan *performance* (tingkat kinerja) atribut produk yang diuji. Walaupun awalnya IPA digunakan dalam dunia bisnis, metode ini telah digunakan dalam berbagai bidang, misalnya pariwisata (Azzopardi dan Nazh, 2013), pelayanan makanan (Tontini dan Silveira, 2007), pendidikan (O'Neil dan Palmer, 2004), pelayanan kesehatan (Abalo, Varela, dan Manzano, 2007), dan berbagai bidang lainnya.

Langkah awal pada metode ini adalah mengukur tingkat kesesuaian antara *importance* (tingkat kepentingan) dan *performance* (tingkat kinerja) setiap atribut pada produk kopi biji salak.

Tabel 4 Tingkat Kesesuaian *Importance* dan *Performance* Atribut Kopi Biji Salak

No	Atribut	Rata-Rata <i>Importance</i>	Rata-Rata <i>Performance</i>	Tingkat Kesesuaian
1	<i>Aroma</i>	3.57	4.45	80.15
2	<i>Acidity</i>	3.34	4.02	83.08
3	<i>Body</i>	3.96	4.15	95.30
4	<i>Flavour</i>	3.77	3.85	97.79
5	<i>Aftertaste</i>	3.87	3.52	109.94
6	<i>Sweetness</i>	4.12	3.74	110.16
7	<i>Conformance</i>	3.31	4.17	79.46
8	<i>Asthetics</i>	3.74	3.90	95.90
9	<i>Inovative</i>	4.34	3.77	115.12
	Rata-Rata	3.78	3.95	96.32

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian antara *importance* (tingkat kepentingan) dan *performance* (tingkat kinerja), terdapat tiga atribut yang memiliki tingkat kesesuaian lebih dari 100%, yaitu *innovative*, *sweetness*, dan *aftertaste* memiliki tingkat kesesuaian yang berturut-turut yaitu sebesar 115.12%, 110.16%, dan 109.94%, artinya ketiga atribut ini dinilai masyarakat memiliki *performance* atau kinerja yang lebih tinggi dibandingkan *importance* atau tingkat kepentingannya. Dengan kata lain, masyarakat berada pada level lebih dari puas jika ditinjau dari ketiga atribut ini.

Atribut *conformance* memiliki tingkat kesesuaian yang paling rendah dibandingkan atribut lainnya, yaitu sebesar 79.46%, artinya *performance conformance* kopi biji salak belum mencapai kesesuaian dengan *importance* (tingkat kepentingannya). Dengan kata lain, masyarakat belum puas jika ditinjau dari atribut *conformance* kopi biji salak. Atribut-atribut lain yang memiliki tingkat kesesuaian *performance* dan *importance* yang kurang dari 100%, secara berturut-turut dari yang paling rendah adalah *aroma*, *acidity*, *body*, *asthetics*, dan *flavor*.

Secara keseluruhan, tingkat kesesuaian yang berhasil dicapai adalah sebesar 96.32% atau termasuk dalam kategori sangat sesuai, artinya secara keseluruhan produk kopi biji salak hampir 100%

dapat memenuhi kesesuaian antara *performance* (tingkat kinerja) dan *importance* (tingkat kepentingan) yang dinilai oleh responden.

Customer Satisfaction Index

Selanjutnya, untuk mengukur indeks kepuasan pelanggan secara keseluruhan atau *customer satisfaction index* (CSI), dilakukan perhitungan seperti pada Tabel 5.

Dari perhitungan tersebut diperoleh nilai CSI sebesar 75.35% atau digolongkan pada level puas. Nilai CSI yang belum mencapai 100% ini kemungkinan diakibatkan oleh atribut-atribut yang memiliki tingkat kesesuaian kurang dari 100%, di mana *performance* (kinerja) dari kopi biji salak belum mencapai standar tingkat *importance* (kepentingan) dari atribut-atribut yang ditinjau.

Tabel 5. Customer Satisfaction Index (CSI) Produk Kopi Biji Salak

No	Atribut	Rata-Rata Skor Kepentingan (MISi)	Weighted Factor (WF)	Rata-Rata Skor Kinerja (MSSi)	Weighted Score (WS)
1	Aroma	4.450	0.125	3.567	0.446
2	Acidity	4.020	0.113	3.340	0.377
3	Body	4.150	0.117	3.955	0.461
4	Flavor	3.850	0.108	3.765	0.408
5	Aftertaste	3.520	0.099	3.870	0.383
6	Sweetness	3.740	0.105	4.120	0.433
7	Conformance	4.170	0.117	3.313	0.388
8	Aesthetics	3.900	0.110	3.740	0.410
9	Innovative	3.770	0.106	4.340	0.460
Total		35.570	1.000	34.010	3.767
CSI = (Weighted Score Total)/5 * 100% = 3.767/5 * 100% = 75.35%					

Sumber: Data Diolah

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan yang dihasilkan pada penelitian ini adalah terdapat tiga atribut pada kopi biji salak yang memiliki tingkat *performance* lebih tinggi daripada tingkat *importance*-nya yaitu atribut *innovative*, *sweetness*, dan *aftertaste*. Sedangkan atribut *conformance* memiliki tingkat kesesuaian yang paling kecil, dengan tingkat *performance* yang lebih kecil daripada tingkat *importance*-nya. Tingkat kesesuaian secara keseluruhan sebesar 96.32%. Ditinjau dari CSI, tingkat kepuasan konsumen terhadap produk kopi biji salak mencapai 75.35% atau dalam level puas.

Saran yang dapat diajukan bagi pengembang atau penjual produk kopi biji salak agar dapat memerhatikan dan meningkatkan *performance* (kinerja) atribut-atribut yang belum mencapai 100%, yaitu *conformance*, aroma, *acidity*, *body*, *asthetics*, dan *flavor*. Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan proses pengeringan dan penjemuran yang lebih lama. Penjemuran/pengeringan yang lebih lama ini disinyalir dapat membuat aroma dan rasa kopi biji salak dapat lebih harum sehingga *conformance* (manfaat jangka pendek) kopi biji salak dapat ditingkatkan, serta *body* (tekstur) dan *asthetics* (tampilan) kopi biji salak dapat menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Abalo, J., Varela, J., & Manzano, V. 2007. *Importance Values for Importance-Performance Analysis: A Formula for Spreading Out Values Derived from Preference Rankings*. *Journal of Business Research*, 60, 115-121.

- Adiaksa, A. 2015. Rancang Bangun Mesin Pengolah Biji Salak Sebagai Bahan Baku Minuman. Hasil Penelitian DIPA. Politeknik Negeri Bali.
- Armstrong, Gary dan Phillip Kotler. 2009. *Marketing: An Introduction, Ninth Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Azzopardi, E., & Nash, R. 2013. A Critical Evaluation of *Importance-Performance* Analysis. *Journal of Tourism Management*, 35, 222-233.
- Damanik, P.; Astuti, R; Silalahi, R. 2014. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Minuman Kopi dengan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Consumer Satisfaction Index (CSI) di Coffee Story Malang*. Universitas Brawijaya. Skripsi.
- Ihsani, D.W. 2005. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Wisata Cangkuang Garut, Jawa Barat*. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, IPB. Bogor. Skripsi
- Kusumo, A. N. A., Oktafia, S., Jaya, G. A., dan Widiaputra, L. A. 2012. *Kandungan Gizi Biji Salak (Salacca Edulis) Ditelaah Dari Berbagai Metode Pelunakan Biji*. Salatiga: Universitas Kristen Satya.
- Martilla, J. A., & James, J. C. 1977. *Importance-Performance Analysis*. *Journal of Marketing*, 41(1), 77-79.
- O'Neill, M. A., & Palmer, A. 2004. *Importance-Performance Analysis: A Useful Tool For Directing Continuous Quality Improvement in Higher Education*. *Quality Assurance in Education*, 12(1), 39-52.
- Panggabean, Edy. 2009. *Buku Pintar Kopi*. Jakarta: ArgoMedia
- Remiasa, M. dan Lukman, Y. 2007. *Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Coffee Shop Asing Dan Coffee Shop Lokal*. *Journal Manajemen Perhotelan*, Vol.3, No. 2, September 2007, pp. 70-79.
- Sadeli, A.H., Utami, H.N; dan Rahmanisa, R. 2016. *Does Customer Satisfaction on Product Quality Illustrates Loyalty of Agricultural Product?*. *Ijaber*. Vol 14, No 1, pp 223 – 232.
- Sever, I. 2015. *Importance-Performance Analysis: A Valid Management Tool?*. *Journal of Tourism Management* 48 pp 43-53.
- Spiller, A., Zühlendorf, A., dan Mellin, M. 2007. *Farmer-to-Consumer Direct Marketing: The Role of Customer Satisfaction Measurement for Service Innovations*. 1st International European Forum on Innovation and System Dynamics in Food Networks. European Association of Agricultural Economists. Austria.
- Supranto J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Tontini, G., & Silveira, A. 2007. *Identification of Satisfaction Attributes Using Competitive Analysis of The Improvement Gap*. *International Journal of Operations and Production Management*, 27(5), 482-500.