

# ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK TEH POCI MBAK MILA DIWILAYAH PARE

<sup>1)</sup>Pradadipta Achmad Badhawi <sup>2)</sup>Nur Cahyono <sup>3)</sup>Sat Rubijantoro

Fakultas Pertanian Universitas Wahidiyah KediriEmail:

[pradiptabadhawi@gmail.com](mailto:pradiptabadhawi@gmail.com)

## Abstrak

Outlet Esteh Poci mbak mila merupakan UKM (Usaha Kecil Menengah) yang memproduksi olahan teh dalam bentuk minuman siap saji dengan menggunakan alat sederhana kemudian memasarkan produknya ke konsumen. Namun dalam hal ini, dari pihak Outlet Esteh Poci belum mengenali konsumen terhadap produk olahan teh yang sudah dipasarkan. Tujuan dari adanya penelitian ini yaitu menganalisa setiap faktor-faktor yang mempengaruhi produk olahan teh terhadap kepuasan konsumen dan seberapa tinggi tingkat kepuasan konsumen pada produk olahan teh. Dalam penelitian ini analisis yang digunakan adalah analisis Skala *Likert* yang umum digunakan pada kuesioner guna mengumpulkan data responden dan metode pengambilan responden dilakukan dengan metode *random sampling* dengan jumlah responden sebanyak 40 orang. Pada penelitian ini, hasil pengumpulan data diolah dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Hasil analisis data menunjukkan bahwa, faktor-faktor yang mempengaruhi produk olahan susu sapi terhadap kepuasan konsumen adalah atribut harga dan atribut kekentalan. Kemudian, hasil dari metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) didapatkan hasil sebesar 77,0078%. Dari ketentuan nilai indeks kepuasan konsumen, nilai CSI berada  $> 66,00\%$  atau nilai CSI berada  $\leq 80,99\%$ , maka kriteria nilai *Customer Satisfaction index* adalah Puas. Maka dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan konsumen telah merasa puas akan produk olahan teh di Otlet teh Poci mbak Mila

**Kata Kunci :** Teh Poci , Analisis Kepuasan Konsumen

## Abstract

Esteh Poci Mbak Mila is an SME (Small and Medium Enterprises) that produces processed tea in the form of ready-to-drink drinks using simple tools and then markets its products to consumers. However, in this case, the Esteh Poci Outlet has not yet recognized consumers for processed tea products that have been marketed. The purpose of this study is to analyze each of the factors that affect processed tea products on consumer satisfaction and how high the level of consumer satisfaction in processed tea products is. In this study, the analysis used is Likert Scale analysis which is commonly used in questionnaires to collect respondent data and the method of taking respondents is by random sampling method with the number of respondents as many as 40 people. In this study, the results of data collection were processed using the *Customer Satisfaction Index* (CSI) method.

The results of data analysis indicate that, the factors that affect processed cow's milk products on consumer satisfaction are the price attribute and the viscosity attribute. Then, the results of the *Customer Satisfaction Index* (CSI) method obtained results of 77.0078%. From the provisions of the value of the consumer satisfaction index, the CSI value is  $> 66.00\%$  or the CSI value is  $80.99\%$ , then the criteria for the *Customer Satisfaction index* value is Satisfied. So it can be said that overall consumers are satisfied with the processed tea products at Otlet Teh Poci Ms. Mila

**Keywords:** Teh Poci, Consumer Satisfaction Analysis

## **PENDAHULUAN**

Di era 2021 banyak sekali masyarakat yang mulai bangun dari keterpurukan akibat dampak covid-19 . Banyak sekali dari masyarakat yang ingin memulai usaha di bidang bisnis minuman, oleh karena itu terjadi lah kompetisi bisnis yang ketat saat ini, perkembangan bisnis dibidang minuman sangat diminati bagi masyarakat teruntuk kalangan menengah kebawah seperti contoh pedagang kaki 5 yang berada di pinggir jalan di setiap kota ataupun yang sudah mempunyai tempat seperti outlet di setiap pinggiran jalan.

Teh merupakan minuman yang sangat digemari oleh masyarakat di seluruh belahan dunia. Seperti halnya di indonesia teh sudah menjadi hal yang sangat familiar bagi masyarakat sekitar. Teh merupakan minuman yang mengandung banyak manfaat bagi kesehatan tubuh manusia. Dari beberapa hasil lab penelitian, Teh terdapat senyawa yang mampu mengobati beberapa penyakit ringan dan mencegah berbagai faktor untuk penyakit berat. Dibalik itu teh adalah minuman alami yang relatif aman dari efek samping yang merugikan kesehatan (Ajisaka, 2012)

Selain dari pucuk teh daun muda, produk olahan teh juga bisa dari pucuk daun tanaman seperti, daun alpukat, daun sirsak, bunga melati, dan bunga rosella. Penelitian siringoringo (2012). Teh termasuk jenis minuman favorit yang paling banyak di konsumsi setelah air (Damayanti, 2008), selain memberikan khasiat pada tubuh, teh juga memberikan sensasi kesegaran disetiap kenikmatan penyeduhan nya (Silaban, 2005)

Konsep kualitas pelanggan telah menjadi suatu factor yang dominan terhadap keberhasilan suatu perusahaan. Service Quality tidak hanya diadopsi oleh lembaga pemerintahan tetapi juga telah di selenggarakan oleh jasa-jasa komersial . ketika pelanggan di berlakukan sebagai manusia maka mereka tidak sekedar mendapatkan kepuasan tetapi juga mendapat suatu kenyamanan. Hal ini merupakan

pengalaman emosional dan mendorong terjadi nya loyalitas terhadap produk. Oleh karena itu perusahaan harus melakukan pengelolaan service quality untuk dapat mempertahankan Kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui masalah dari tingkat pelayanan Teh Poci Mbak Mila di wilayah Pare seperti, (1) mengetahui pengaruh tingkat pelayanan terhadap kepuasan konsumen terhadap produk Teh Poci Mbak Mila, (2) mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen Outlet Teh poci Mbak Mila

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan di JL. PB. Sudirman kecamatan Pare kabupaten Kediri. Kabupaten Kediri memiliki luas wilayah sebesar 1.386,05 Km<sup>2</sup> atau 138.605 Ha yang terbagi menjadi 26 kecamatan, serta 343 desa dan 1 kelurahan. Wilayah Kabupaten Kediri secara geografis terletak pada koordinat antara 111<sup>o</sup> 47' 05" s/d 112<sup>o</sup> 18' 20" Bujur Timur dan 7<sup>o</sup> 36' 12" s/d 8<sup>o</sup> 0' 32" Lintang Selatan.

di Outlet Teh Poci Mbak Mila dari bulan Juni tanggal 20-15 juli 2021. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam melaksanakan penelitian sebagai bentuk perwujudan untuk memperoleh data dari sumber-sumber yang bersangkutan secara langsung. Penggunaan pendekatan kualitatif sebagai pendekatan penelitian karena peneliti ingin memahami secara mendalam kasus yang terjadi di lokasi penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis kualitatif merupakan metode yang dilakukan untuk meneliti kondisi yang alamiah yang lebih mengedepankan makna atau khusus dibandingkan dengan generalisasi

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan

konsumen terhadap produk olahan susu sapi dapat dilihat pada Tabel 1

**Tabel 1.** Hasil *Mean Inportance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

	MIS		MSS
H1	4.0	K1	3.6
H2	3.9	K2	3.8
H3	3.9	K3	3.6
H4	3.8	K4	4.1
H5	3.9	K5	3.7
H6	4.0	K6	3.7
H7	3.9	K7	4.1
H8	3.9	K8	3.9
H9	4.0	K9	3.8
H10	3.9	K10	4.3
<b>Jumlah</b>	<b>39.1</b>	<b>Jumlah</b>	<b>38.6</b>

dengan hasil *Mean Importance Score* (MIS) dengan nilai tertinggi yaitu 4,0 pada atribut pelayanan (No. Butir 1 & 6), dan *Mean Satisfaction Score* (MSS) dengan nilai tertinggi yaitu 4,3 pada atribut Rasa (No. Butir 10). Sedangkan nilai rata-rata paling rendah dari MIS dan MSS terdapat pada atribut yang sama yaitu atribut takaran. Karena bobot dari nilai MIS adalah 3,8 (no 4) dan bobot dari nilai MSS adalah 3,6 (No 1&3).

Untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk olahan Teh, dilakukan pengujian dengan metode Indeks Kepuasan Konsumen / *Costumer Satisfaction Index* (CSI). Dapat diketahui bahwa untuk mentukan nilai CSI digunakan empat langkah yaitu untuk menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean satisfaction scora* (MSS) untuk mendapatkan nilai berskala rata-rata dengan hasil seperti pada Tabel 1 dan didapat total seluruh nilai MIS adalah 39,1 . Dari total MIS ini nantinya digunakan untuk menghitung nilai *Weight Factors* (WF). Dengan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut, maka didapatkan nilai WF dengan bobot per atribut dapat dilihat pada Tabel 2

**Tabel 2.** Hasil Perhitungan *Weight Factors* (WF)

Pertanyaan	WF	WS
1	10.16	36.32
2	9.97	38.13
3	9.84	35.67
4	9.78	39.84
5	9.97	36.88
6	10.22	37.83
7	10.03	40.88
8	9.90	38.87
9	10.16	38.61
10	9.97	42.61
	WT	385.064
<b>CSI</b>	<b>77,0078 %</b>	
	<b>PUAS</b>	

Selanjutnya, untuk menghitung *Weight Score* (WS) dan *Weighted Total* (WT), perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan (MSS) didapatkan bobot WF per atribut. Kemudian dijumlahkan seluruh bobot WF untuk mendapatkan nilai WT adalah 385,039. Langkah terakhir adalah Menentukan *Costumer Satisfaction Index* (CSI). Untuk menentukan CSI yaitu membagi *Weighted Total* dengan skala nominal yang digunakan akan dikalikan 100% kemudian dibagi dengan skala = 5 dan didapatkan nilai CSI adalah 77,0078 % atau dibulatkan menjadi 77%. Jika sudah diketahui nilai CSI, selanjutnya menentukan seberapa tinggi kepuasan konsumen dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Indeks Kepuasan Konsumen

KRITERIA	
CSI	
81,00-100,00	SANGATPUAS
66,00-80,99	PUAS
51,00-65,99	CUKUP PUAS KURANG
35,00-50,99	PUAS
0,00-34,99	TIDAK PUAS

Pada nilai indeks lebih dari 66,00% atau kurang dari 80,99% dengan kriteria Puas. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sudah merasa sangat puas karena apa yang diharapkan oleh konsumen sudah mendekati apa yang konsumen dapatkan, dan

konsumen memberikan umpan balik yang bernilai tinggi bagi perusahaan.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut, (1) Faktor-faktor yang mempengaruhi produk olahan teh terhadap kepuasan konsumen adalah atribut Pelayanan dan Harga . Karena nilai tertinggi dari rata-rata tingkat kepuasan konsumen terhadap produk olahan teh berada pada atribut Pelayanan (No. Butir 1 & 6) dan nilai tertinggi dari kinerja tiap responden terhadap produk olahan teh berada pada atribut rasa (No. Butir 10).

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ajisaka. (2012). *teh dahsyat khasiatnya*. surabaya: stomata.
- anjasari, i. r. (2016). katekin teh indonesia . *kultivasi*, vol.2 no.2.
- dowey, d. (2002). *manajemen agribisnis*. jakarta : erlangga .
- Dr. Ajat Rukajat, M. M. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. yogyakarta: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Kirom, D. B. (2014). *mengukur kinerja pelayanan dan kepuasan konsumen* . tangerang: pustaka reka cipta.