

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK TOMAT (*SOLANUM LYCOPERSICUM L.*) DI KEBUN PRAKTEK FAKULTAS TEKNOLOGI PANGAN PERTANIAN DAN PERIKANAN UNIVERSITAS NUSA NIPA KELURAHAN KOTA UNENG KECAMATANALOK KABUPATEN SIKKA

Maria Yunita Bhae¹, Yoseph Yakob Da Rato², Gabriel Otan Apelabi³
bhae08@gmail.com¹, yoyohdart@gmail.com², rio_albi@yahoo.com³
Universitas Nusa Nipa

ABSTRAK

Tomat (*Solanum Lycopersicum L.*) merupakan tanaman perdu semusim dan termasuk dalam famili Solanaceae. Tomat merupakan salah satu jenis sayuran kaya vitamin dan nutrisi yang digemari masyarakat dengan harga terjangkau. Tomat mengandung vitamin C, vitamin A, 18 jenis asam amino dan mineral penting lainnya serta kaya akan antioksidan, terutama likopen, mengandung sekitar 30 hingga 200 mg per kg dalam bentuk segar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap produk tomat di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa Kelurahan Kota Uneng Kecamatan Alok Kabupaten Sikka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen tomat di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian dan Perikanan diukur dengan membandingkan antara kualitas produk yang diterima konsumen dengan kualitas produk yang diharapkan konsumen. Berdasarkan perhitungan CSI pada konsumen tomat di kebun prakek adalah sebesar 0,87 (87,01%). Jika diperhatikan nilai CSI yang diperoleh tersebut berada pada rentang indeks kepuasan 81%–100% yang berarti tingkat kepuasan konsumen produk tomat ada pada tingkat sangat puas terhadap kinerja atribut-atribut produk tomat di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa. Hasil perbandingan tersebut menghasilkan tingkat kesesuaian yang mencerminkan kualitas produk tomat di kebun praktek dapat memenuhi harapan konsumen.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Tomat.

ABSTRACT

Tomato (Solanum Lycopersicum L.) is an annual shrub and belongs to the Solanaceae family. Tomatoes are a type of vegetable rich in vitamins and nutrients that are popular with the public at affordable prices. Tomatoes contain vitamin C, vitamin A, 18 types of amino acids and other important minerals and are rich in antioxidants, especially lycopene, containing around 30 to 200 mg per kg in fresh form. This research aims to determine consumer satisfaction with tomato products in the Practice Garden of the Faculty of Agricultural Food Technology and Fisheries, Nusa Nipa University, Uneng City Village, Alok District, Sikka Regency. The research results show that the level of satisfaction of tomato consumers in the Practice Garden of the Faculty of Agricultural Food Technology and Fisheries is measured by comparing the product quality received by consumers with the product quality expected by consumers. Based on CSI calculations for tomato consumers in Prakek Gardens, it is 0.87 (87.01%). If you pay attention to the CSI value obtained, it is in the satisfaction index range of 81% - 100%, which means that the level of consumer satisfaction for tomato products is at the level of very satisfied with the performance of tomato product attributes in the Practice Garden of the Faculty of Agricultural Food and Fisheries Technology, Nusa Nipa University. The results of this comparison produce a level of conformity that reflects the quality of tomato products in practice gardens that can meet consumer expectations.

Keywords: Consumer Satisfaction, Tomatoes.

PENDAHULUAN

Tomat adalah salah satu sayuran yang paling banyak ditanam di Indonesia. Tomat berasal dari benua Amerika dan telah menyebar ke seluruh Amerika Tengah dan Selatan.

Tomat (*Solanum Lycopersicum L.*) merupakan tanaman perdu semusim dan termasuk dalam famili Solanaceae. Sejak tahun 1961, pertanian tomat telah diprioritaskan di Indonesia (Elvira dkk., 2014 dalam Yusuf (2024)). Secara umum tergantung pada jenis yang ditanam, tomat dapat dibudidayakan di dataran rendah, sedang, dan tinggi. Tomat merupakan salah satu jenis sayuran kaya vitamin dan nutrisi yang digemari masyarakat dengan harga terjangkau. Tomat mengandung vitamin C, vitamin A, 18 jenis asam amino dan mineral penting lainnya serta kaya akan antioksidan, terutama likopen, mengandung sekitar 30 hingga 200 mg per kg dalam bentuk segar (Farid et al., 2024).

Kepuasan konsumen (consumer satisfaction) didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah memperoleh dan menggunakannya. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar; dalam Indrasari, 2019). Penilaian konsumen terhadap atribut produk hortikultura serta kepuasan konsumen terhadap produk yang dibeli menjadi penting bagi suatu perusahaan. Konsumen akan merasa puas jika yang diinginkan dari suatu produk terpenuhi. Dari prespektif manajerial, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan adalah hal yang sangat kritis. Loyalitas konsumen tercipta karena adanya hubungan yang harmonis antara konsumen dengan produsen (petani tomat) dan hubungan yang harmonis itu tercipta karena adanya rasa puas dari para pelanggan yang loyal terhadapnya melalui rutinitas pembelian. Pesatnya perkembangan bisnis tanaman hortikultura tentu sangat berpengaruh pada tingkat persaingannya. Salah satu cara agar pelaku bisnis dapat bertahan dalam persaingan adalah menciptakan kepuasan konsumen. Konsumen sebagai pihak yang langsung mengkonsumsi produk memiliki peran penting dalam keberlangsungan suatu usaha pertanian.

Kabupaten Sikka merupakan salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Berdasarkan data BPS Kabupaten Sikka, produksi tomat di Kabupaten Sikka, tahun 2020 sampai 2023 yaitu pada tahun 2020 produksi tomat sebesar 8.657 kwintal, di tahun 2021 sebesar 6.510 kwintal, tahun 2022 sebesar 9.312 kwintal, dan di tahun 2023 produksi tomat mengalami penurunan sebesar 9.015 kwintal dari tahun sebelumnya. (BPS Kabupaten Sikka, 2023).

Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa Maumere merupakan salah satu lokasi praktek bagi mahasiswa pertanian yang berlokasi di Kelurahan Kota Uneng Kecamatan Alok Kabupaten Sikka dan juga merupakan kebun contoh yang digunakan untuk kegiatan usahatani tanaman hortikultura dengan luas lahan secara keseluruhan adalah 2,5 ha. Kegiatan usahatani tanaman hortikultura yang dilakukan di kebun praktek salah satunya adalah tanaman tomat.

Komoditi tomat di kebun praktek Universitas Nusa Nipa pada tahun sebelumnya melonjat tinggi namun disaat ini produksi tomat menurun, berbeda dengan tahun kemarin. Selain itu pula harga pada tomat di pasaran selalu berfluktuasi sehingga sangat berpengaruh pada keuntungan dalam usaha tomat. Kondisi tomat yang mudah rusak dan juga bersifat musiman yang pada akhirnya harus membuat petani mau tidak mau menjual hasil produksi tomatnya yang terkadang harga yang diterimanya tersebut tidak sebanding dengan biaya produksinya. Selain itu terjadinya penurunan jumlah konsumen yang membeli produk tomat di kebun praktek. Salah satu faktor penyebab menurunnya minat beli konsumen tomat di kebun praktek Universitas Nusa Nipa adalah kepuasan konsumen yang belum terpenuhi. Kondisi tersebut menuntut dilakukannya suatu upaya mempertahankan konsumen untuk memperoleh keunggulan kompetisi berkelanjutan yaitu dengan menciptakan kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut produk tomat di kebun praktek. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk tomat yang dihasilkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis perlu melakukan penelitian dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Tomat (*Solanum lycopersicum*) Di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian Dan Perikanan Universitas Nusa Nipa”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa, dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan salah satu kebun penghasil tomat di Kabupaten Sikka. Waktu penelitian dilaksanakan selama 3 bulan, yang dimulai pada bulan September sampai Desember 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas kuisioner dalam penelitian ini dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) Statistik versi 25. Digunakan untuk mengukur keakuratan kuisioner dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk tomat di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian, dan Perikanan Universitas Nusa Nipa. Validasi dalam penelitian ini merupakan validasi item, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor total.

a. Kepentingan

1. Uji Validitas menggunakan Correlation Test Pearson Product Moment

		Correlations							
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Skor_Total
P1	Pearson Correlation	1	,414*	,383*	,420*	,229	,523**	,339	,760**
	Sig. (2-tailed)		,023	,037	,021	,223	,003	,067	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,414*	1	,000	,479**	,361*	,061	,130	,505**
	Sig. (2-tailed)	,023		1,000	,007	,050	,749	,492	,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,383*	,000	1	,125	,236	,602**	,061	,628**
	Sig. (2-tailed)	,037	1,000		,510	,209	,000	,749	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,420*	,479**	,125	1	,451*	,237	,383*	,653**
	Sig. (2-tailed)	,021	,007	,510		,012	,207	,037	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,229	,361*	,236	,451*	1	,270	,217	,626**
	Sig. (2-tailed)	,223	,050	,209	,012		,150	,250	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	,523**	,061	,602**	,237	,270	1	,061	,700**
	Sig. (2-tailed)	,003	,749	,000	,207	,150		,749	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	,339	,130	,061	,383*	,217	,061	1	,454*
	Sig. (2-tailed)	,067	,492	,749	,037	,250	,749		,012
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Skor_Total	Pearson Correlation	,760**	,505**	,628**	,653**	,626**	,700**	,454*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,000	,000	,000	,000	,012	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa nilai korelasi antara masing-masing item dengan skor total. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa korelasi antara Performance

(P1, P2), Feature (P3, P4), Reliability (P5, P6), Durability (P7), dengan skor total berturut-turut adalah sebagai berikut 0760; 0,505; 0,628; 0,653; 0,626; 0,700; 0,454, sedangkan r tabel adalah = 0,361. Berdasarkan hasil uji korelasi Pearson, diperoleh nilai korelasi antara setiap indikator dengan skor total yang menunjukkan hasil melebihi r -tabel pada tingkat signifikansi 5% (r -tabel = 0.361). Dengan demikian, ketujuh indikator kepuasan konsumen tersebut dinyatakan valid. Oleh karena itu, kuesioner ini dinilai layak dan valid untuk digunakan dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk tomat di kebun praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian, dan Perikanan Universitas Nusa Nipa.

2. Uji Reliabilitas

a. Case Precessing Summary

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Dari tabel output di atas, memberikan informasi tentang jumlah sampel atau responden (N) yang di analisis dalam program SPSS yakni N sebanyak 30 responden. Karena tidak ada data yang kosong (dalam pengertian jawaban responden terisi semua) maka jumlah valid adalah 100%

b. Reliability Statistics

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,728	7

Dari tabel output di atas, diketahui ada N of Items (banyaknya item atau butir pernyataan angket) ada 7 buah item dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,850. Karena nilai Cronbach's Alpha $0,850 > 0,60$, maka sebagaimana dasa pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa ke-7 atau semua item pernyataan angket untuk variabel "Kepuasan" adalah reliabel atau konsisten.

c. Item-Total Statistics

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	26,47	7,223	,633	,650
P2	26,40	8,593	,336	,719
P3	26,77	7,426	,407	,710
P4	26,37	8,171	,531	,684
P5	26,57	7,771	,446	,695
P6	26,43	7,013	,506	,681
P7	26,40	8,800	,277	,730

Tabel output di atas memberikan gambaran tentang nilai statistik untuk ke-7 item pernyataan kusioner. Perhatikan pada kolom "Cronbach's Alpha if Item Deleted" dalam tabel ini diketahui nilai Cronbach's Alpha untuk ketujuh item pernyataan ini adalah $> 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa ke-7 item pernyataan angket reliabel.

b. Validitas Kinerja Produk

1. Uji Validitas menggunakan Correlation Test Pearson Product Moment

		Correlations							
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Skor_Total
P1	Pearson Correlation	1	,011	,078	,122	-,002	,491**	,123	,495**
	Sig. (2-tailed)		,956	,682	,521	,993	,006	,517	,005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,011	1	,377*	,277	,072	,293	,106	,526**
	Sig. (2-tailed)	,956		,040	,139	,704	,117	,577	,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,078	,377*	1	,166	,063	,328	,016	,639**
	Sig. (2-tailed)	,682	,040		,382	,741	,077	,935	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,122	,277	,166	1	,427*	,292	,305	,622**
	Sig. (2-tailed)	,521	,139	,382		,018	,117	,101	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	-,002	,072	,063	,427*	1	-,048	,488**	,419*
	Sig. (2-tailed)	,993	,704	,741	,018		,803	,006	,021
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	,491**	,293	,328	,292	-,048	1	,265	,691**
	Sig. (2-tailed)	,006	,117	,077	,117	,803		,157	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	,123	,106	,016	,305	,488**	,265	1	,455*
	Sig. (2-tailed)	,517	,577	,935	,101	,006	,157		,012
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Skor_Total	Pearson Correlation	,495**	,526**	,639**	,622**	,419*	,691**	,455*	1
	Sig. (2-tailed)	,005	,003	,000	,000	,021	,000	,012	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa nilai korelasi antara masing-masing item dengan skor total. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa korelasi antara Performance (P1, P2), Feature (P3, P4), Reliability (P5, P6), Durability (P7), dengan skor total berturut-turut adalah sebagai berikut 0,495; 0,526; 0,639; 0,623; 0,419; 0,691; 0,455, sedangkan r tabel adalah = 0,361. Berdasarkan hasil uji korelasi Pearson, diperoleh nilai korelasi antara setiap indikator dengan skor total yang menunjukkan hasil melebihi r -tabel pada tingkat signifikansi 5% (r -tabel = 0.361). Dengan demikian, indikator kepuasan konsumen tersebut dinyatakan valid. Oleh karena itu, kuesioner ini dinilai layak dan valid untuk digunakan dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk tomat di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian, dan Perikanan Universitas Nusa Nipa.

2. Uji reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach's

a. Case Precessing Summary

		Case Processing Summary	
		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Dari tabel output di atas, memberikan informasi tentang jumlah sampel atau responden (N) yang di analisis dalam program SPSS yakni N sebanyak 30 responden. Karena tidak ada data yang kosong (dalam pengertian jawaban responden terisi semua) maka jumlah valid adalah 100%.

b. Reliability Statistics

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,619	7

Dari tabel output di atas, diketahui ada N of Items (banyaknya item atau butir pernyataan kuesioner) ada 7 buah item dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,619. Karena nilai Cronbach's Alpha $0,619 > 0,60$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa ke-7 atau semua item pernyataan angket untuk variabel kepuasan adalah reliabel atau konsisten.

c. Item-Total Statistics

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	26,03	8,585	,236	,617
P2	25,90	8,300	,408	,559
P3	26,73	7,030	,311	,615
P4	26,07	8,340	,459	,548
P5	26,03	9,275	,215	,615
P6	25,97	7,826	,533	,520
P7	25,67	9,333	,297	,596

Tabel output di atas memberikan gambaran tentang nilai statistik untuk ke-7 item pernyataan kuesioner. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa ke-7 item pernyataan kuesioner reliabel.

Uji Importance Performance Analysis (IPA)

Uji Performance Analysis (IPA) ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja suatu perusahaan yaitu antara tingkat kepentingan dan kinerja kualitas produk tomat di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa. Terdapat dua komponen analisis pada uji IPA ini yaitu analisis tingkat kesesuaian dan kesenjangan dan analisis kuadran.

1. Analisis Tingkat Kesesuaian dan Kesenjangan

Tingkat kesesuaian dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara skor kinerja atau pelaksanaan suatu produk dengan skor kepentingan menurut perspektif konsumen yang membeli produk tomat dari kebun praktek. Tingkat kesesuaian ini berperan penting dalam menentukan urutan prioritas faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk tomat yang diperoleh. Hasil penelitian mengenai tingkat kepentingan dan kinerja kualitas produk tomat, berdasarkan perspektif pembeli atau konsumen, dapat disajikan dalam tabel penilaian tingkat kesesuaian di bawah ini:

a. Kinerja (Performance)

Tabel 1. Penilaian tingkat kesesuaian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk tomat.

konsumen terhadap produk tomat.																	
No	Pernyataan	Penilaian Kinerja (Xi)						Penilaian Kepentingan (Yi)						Gap	Tki (%)		
		SP	P	CP	TP	STP	Sko-r	Rata-rata	SP	P	CP	TP	STP			Sko-r	Rata-rata
	Performance (Kinerja)																
1	Tomat yang dibeli mempunyai kualitas rasa manis dan segar	19	4	6	1	0	131	4,37	16	12	1	1	0	133	4,43	-0,07	98,50%
2	Tomat memiliki tekstur kulit yang tebal dan memiliki daging buah yang padat dan kenyal cocok untuk olahan masakan	19	8	2	1	0	135	4,50	17	11	2	0	0	135	4,50	0,00	100,00%

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Ket: Angka 131 = $(19 \times 5) + (4 \times 4) + (6 \times 3) + (1 \times 2)$
 Angka 133 = $(16 \times 5) + (12 \times 4) + (1 \times 3) + (1 \times 2)$
 Angka 135 = $(19 \times 5) + (8 \times 4) + (2 \times 3) + (1 \times 2)$
 Angka 135 = $(17 \times 5) + (11 \times 4) + (2 \times 3)$

Tabel 1 diatas menunjukkan distribusi penilaian kepentingan dan kinerja produk yaitu tingkat kesesuaian pada atribut tomat yang dibeli memiliki rasa manis dan segar. Dengan nilai rata-rata kepentingan pada atribut yaitu sebesar 4,43 dan nilai rata-rata kinerja pada atribut sebesar 4,37. Dari kedua penilaian ini, maka atribut tomat yang dibeli memiliki rasa manis dan segar memiliki nilai gap sebesar -0,07 dan nilai kesesuaian sebesar 98,50%. Angka tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen atau pembeli mencapai 98,50% dari yang diharapkan para konsumen.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut tomat memiliki tekstur kulit yang tebal dan daging buah yang padat dan kenyal cocok untuk olahan masakan memiliki tingkat kesesuaian sebesar 100,00% dengan nilai gap sebesar 0,00. Dengan nilai rata-rata kepentingan pada atribut yaitu sebesar 4,50 dan nilai rata-rata kinerja pada atribut sebesar 4,50. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada atribut ini telah mencapai 100% dari yang diharapkan konsumen, dalam hal tekstur kulit, buah yang tebal, dan daging buah yang padat dan kenyal cocok untuk olahan masakan.

b. Keistimewaan (Features)

Tabel 2. Penilaian tingkat kesesuaian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk tomat.

Konsistensi terhadap produk tomat.																	
No	Pernyataan	Penilaian Kinerja (Xi)						Penilaian Kepentingan (Yi)						Gap	Tki (%)		
		SP	P	CP	TP	STP	Sko r	Rata- rata	SP	P	CP	TP	STP			Sko r	Rata- rata
	Keistimewaan (Features)																
1	Ukuran buah tomat rata-rata besar dan seragam	10	8	6	4	2	110	3,67	12	12	4	2	0	124	4,13	-0,47	88,71%
2	Tomat memiliki warna kulit yang merah dan cerah	14	12	4	0	0	130	4,33	17	12	1	0	0	136	4,53	-0,20	95,59%

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Ket: Angka 110 = $(10 \times 5) + (8 \times 4) + (6 \times 3) + (4 \times 2) + (2 \times 2)$
 Angka 124 = $(12 \times 5) + (12 \times 4) + (4 \times 3) + (2 \times 2)$
 Angka 130 = $(14 \times 5) + (12 \times 4) + (4 \times 3)$
 Angka 136 = $(17 \times 5) + (12 \times 4) + (1 \times 3)$

Tabel 2. diatas menunjukkan distribusi penilaian kepentingan dan kinerja produk yaitu tingkat kesesuaian pada atribut ukuran buah tomat rata-rata besar dan seragam. Dengan nilai rata-rata kepentingan pada atribut yaitu sebesar 4,13 dan nilai rata-rata kinerja pada atribut sebesar 3,67. Dari kedua penilaian ini, maka atribut ukuran buah tomat rata-rata besar dan seragam memiliki nilai gap sebesar -0,47 dan nilai kesesuaian sebesar 88,71%. Angka tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen atau pembeli mencapai 88,71% dari yang diharapkan para konsumen.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut tomat memiliki warna kulit yang merah dan cerah memiliki tingkat kesesuaian sebesar 95,59% dengan nilai gap sebesar -0,20. Dengan nilai rata-rata kepentingan pada atribut yaitu sebesar 4,53 dan nilai rata-rata kinerja pada atribut sebesar 4,33. Angka tersebut menunjukkan bahwa kinerja kebun praktek sudah cukup baik dan tingkat kepuasan konsumen atau pembeli mencapai 95,59% dari yang diharapkan para konsumen.

c. Kehandalan (Reliability)

Tabel 3. Penilaian tingkat kesesuaian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk tomat.

No	Pernyataan	Penilaian Kinerja (Xi)							Penilaian Kepentingan (Yi)							Gap	Tki (%)
		SP	P	CP	TP	STP	Sko r	Rata- rata	SP	P	CP	TP	STP	Sko r	Rata- rata		
	Kehandalan (Reliability)																
1	Tomat yang dibeli dalam kondisi baik, tanpa adanya kerusakan fisik pada kulit buah	15	11	4	0	0	131	4,37	15	10	5	0	0	130	4,33	0,03	100,77%
2	Harga produk tomat yang dibeli sangat terjangkau	18	7	5	0	0	133	4,43	20	6	2	2	0	134	4,47	-0,03	99,25%

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Ket: Angka 131 = $(15 \times 5) + (11 \times 4) + (4 \times 3)$

Angka 130 = $(15 \times 5) + (10 \times 4) + (5 \times 3)$

Angka 133 = $(18 \times 5) + (7 \times 4) + (5 \times 3)$

Angka 134 = $(20 \times 5) + (6 \times 4) + (2 \times 3) + (2 \times 2)$

Tabel 3 diatas menunjukkan distribusi penilaian kepentingan dan kinerja produk yaitu tingkat kesesuaian pada atribut tomat yang dibeli dalam kondisi baik, tanpa adanya kerusakan fisik pada kulit buah. Dengan nilai rata-rata kepentingan pada atribut yaitu sebesar 4,33 dan nilai rata-rata kinerja pada atribut sebesar 4,37. Dari kedua penilaian ini, maka atribut ukuran buah tomat rata-rata besar dan seragam memiliki nilai gap sebesar 0,03 dan nilai kesesuaian sebesar 100,7%. Angka tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen atau pembeli mencapai 100,7% dari yang diharapkan para konsumen.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut harga produk tomat yang dibeli sangat terjangkau memiliki tingkat kesesuaian sebesar 99,25% dengan nilai gap sebesar -0,03. Dengan nilai rata-rata kepentingan pada atribut yaitu sebesar 4,47 dan nilai rata-rata kinerja pada atribut sebesar 4,43. Angka tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen atau pembeli mencapai 99,25% dari yang diharapkan para konsumen.

d. Daya tahan (Durability)

Tabel 4. Penilaian tingkat kesesuaian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk tomat.

No	Pernyataan	Penilaian Kinerja (Xi)							Penilaian Kepentingan (Yi)							Gap	Tki (%)
		SP	P	CP	TP	STP	Sko r	Rata- rata	SP	P	CP	TP	STP	Sko r	Rata- rata		
	Daya tahan (Durability)																
1	Produk tomat tetap segar dan tidak cepat membusuk pada penyimpanan dalam jangka waktu 3-5 hari	24	4	2	0	0	142	4,73	17	11	2	0	0	135	4,50	0,23	105,19%

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Ket: Angka 142 = $(24 \times 5) + (4 \times 4) + (2 \times 3)$

Angka 135 = $(17 \times 5) + (11 \times 4) + (2 \times 3)$

Tabel 4 diatas menunjukkan distribusi penilaian kepentingan dan kinerja produk yaitu tingkat kesesuaian pada atribut produk tomat tetap segar dan tidak cepat membusuk pada penyimpanan dalam jangka waktu 3-5 hari. Dengan nilai rata-rata kepentingan pada atribut yaitu sebesar 4,40 dan nilai rata-rata kinerja pada atribut sebesar 4,73. Dari kedua penilaian ini, maka atribut ukuran buah tomat rata-rata besar dan seragam memiliki nilai gap sebesar 0,23 dan nilai kesesuaian sebesar 105,19%. Angka tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen atau pembeli mencapai 105,19% dari yang diharapkan para konsumen atau pembeli.

2. Analisis Kuadran

Analisis kuadran merupakan alat analisis lain yang digunakan untuk mengukur tingkat

kinerja suatu kebun praktek dengan cara yang lebih spesifik. Hasil pengukuran berdasarkan dari hasil tingkat kepentingan dan kinerja yang dapat dipertimbangkan oleh kebun praktek untuk melakukan perbaikan-perbaikan terhadap atribut-atribut apa saja yang dianggap paling penting dengan tujuan kepuasan konsumen. Analisis kuadran ini menggunakan diagram kartesius yang dapat dilihat pada gambar 5.1.

Hasil dari analisis kuadran ini menunjukkan bahwa letak kinerja atribut-atribut produk yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produksi tomat di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa, terbagi menjadi empat bagian atau empat kuadran. Hasil dari keempat kuadran ini dapat diketahui atribut-atribut apa saja yang masuk dalam kuadran prioritas utama yang harus diperbaiki, kuadran pertahankan prestasi, serta kuadran prioritas perbaikan rendah. Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan skor rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja secara keseluruhan

Tabel. 5. Perhitungan rata-rata kinerja dan kepentingan

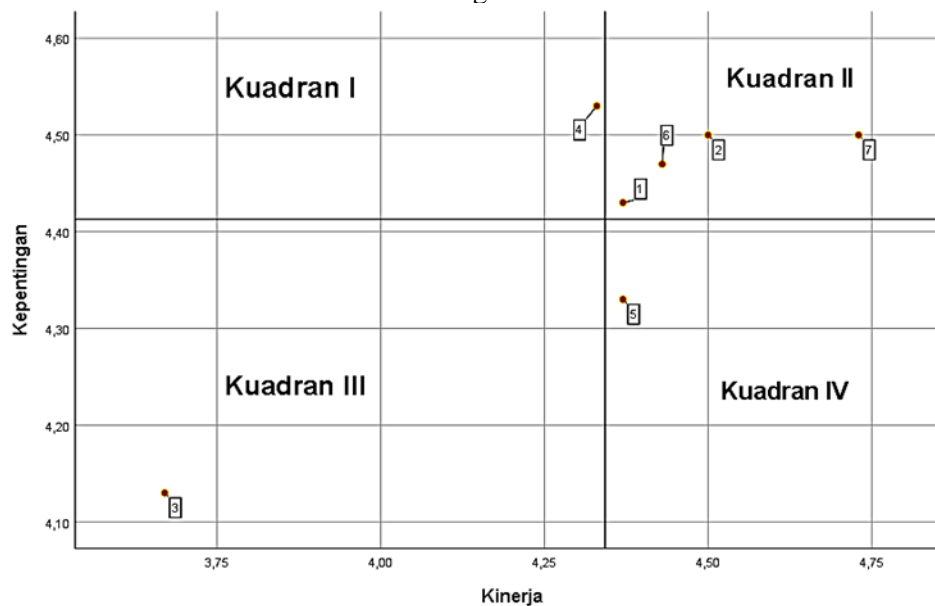
No	Atribut	Penilaian Kinerja	\bar{X}	Penilaian Kepentingan	\bar{Y}
1	Produk tomat mempunyai kualitas rasa yang manis dan segar	131	4,37	133	4,43
2	Produk tomat memiliki tekstur kulit tebal, daging padat cocok untuk olahan masakan	135	4,50	135	4,50
3	Ukuran buah tomat rata-rata besar dan seragam	110	3,67	124	4,13
4	Produk tomat memiliki warna kulit yang merah dan cerah	130	4,33	136	4,53
5	Produk tomat dalam kondisi baik, dan bebas cacat fisik	131	4,37	130	4,33
6	Harga tomat yang dijual sangat terjangkau	133	4,43	134	4,47
7	Produk tomat tetap segar dan tidak cepat membusuk dalam jangka waktu 3-5 hari penyimpanan	142	4,73	135	4,50
Jumlah		912	4,34	927	30,89
Rata-Rata (\bar{X}, \bar{Y})		130,29	4,34	132,43	4,41

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

\bar{X} , \bar{Y} Rata-rata dari 30 orang responden

Berdasarkan tabel 5.17 diatas, didapatkan perhitungan hasil dari rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan yaitu sebesar 4,34 dan 4,41. Kedua nilai ini digunakan untuk memotong garis lurus pada sumbu horizontal dan sumbu vertikal. Sumbu horizontal merupakan sumbu yang mencerminkan kinerja atribut, sedangkan untuk sumbu vertical mencerminkan tingkat kepentingan dari atribut produk. Pada masing-masing atribut yang meliputi rasa, tekstur kulit, ukuran buah tomat, warna kulit, produk tomat bebas cacat fisik, harga, dan daya tahan yang selanjutnya akan diplotkan kedalam diagram kartesius yang secara lengkap dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 1. Diagram Kartesius



Keterangan:

- 1 = Rasa
- 2 = Tekstur kulit dan daging buah tomat
- 3 = Ukuran buah
- 4 = Warna
- 5 = Kondisi fisik
- 6 = Harga
- 7 = Daya tahan

Dari diagram kartesius di atas, dapat diketahui bahwa posisi dari tiap atribut kualitas produk tomat pada empat kuadran. Adapun tiap-tiap kuadran dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut yang berada dalam kuadran ini adalah "tomat memiliki warna kulit yang merah dan cerah". Atribut ini dianggap sangat penting oleh konsumen, karena warna merah cerah sering diasosiasikan dengan kesegaran dan kualitas produk. Namun, kinerjanya dinilai masih rendah, menunjukkan bahwa konsumen merasa belum puas dengan hasil yang ada. Situasi ini menunjukkan perlunya perhatian lebih untuk meningkatkan kinerja atribut ini agar sesuai dengan harapan konsumen.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut-atribut dalam kuadran ini mencakup empat aspek yang dianggap penting dan memiliki kinerja yang memuaskan yaitu antara lain:

1. Tomat memiliki rasa manis dan segar: Konsumen sangat menghargai atribut ini karena rasa merupakan indikator utama kualitas produk. Kinerja yang tinggi menunjukkan bahwa produk telah memenuhi ekspektasi dalam hal cita rasa.
2. Tekstur kulit tebal dengan daging buah padat dan kenyal: Atribut ini memberikan nilai tambah bagi tomat, terutama untuk keperluan memasak. Konsumen merasa puas karena tomat yang dihasilkan memiliki tekstur yang sesuai untuk berbagai olahan.
3. Harga yang terjangkau: Harga yang kompetitif menjadi salah satu alasan utama konsumen memilih produk ini. Tingkat kepuasan tinggi menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan nilai produk yang dirasakan.
4. Produk tomat tetap segar dalam penyimpanan selama 3-5 hari: Ketahanan produk

selama penyimpanan menjadi poin penting, terutama bagi konsumen yang membutuhkan waktu untuk menggunakan tomat setelah pembelian. Kinerja yang tinggi pada atribut ini menunjukkan keberhasilan kebun praktik dalam menjaga kualitas pascapanen.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut "ukuran buah tomat rata-rata besar dan seragam" berada dalam kuadran ini. Atribut ini memiliki tingkat kepentingan yang rendah bagi konsumen, dan kinerjanya juga dinilai rendah. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran buah yang seragam bukanlah prioritas utama bagi konsumen, sehingga perbaikan terhadap atribut ini dapat dilakukan secara bertahap sesuai kebutuhan.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran ini menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen tomat, dimana kuadran ini dinilai berlebihan. Atribut yang terdapat dalam kuadran ini adalah produk tomat dalam kondisi baik, dan bebas cacat fisik hal ini menunjukkan bahwa faktor ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan dirasakan terlalu berlebihan. Meskipun kondisi tomat yang baik dan bebas cacat fisik tentu diinginkan, namun hal ini tidak menjadi prioritas utama bagi konsumen atau pembeli dalam keputusan pembelian. Karena konsumen cenderung lebih fokus pada aspek-aspek lain yang lebih penting, yang pada kepuasan pembelian mereka.

1. Uji Customer Satisfaction Index (CSI)

Tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk tomat di kebun praktek pada penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis Customer Satisfaction Index (CSI). Perhitungan dalam Customer Satisfaction Index (CSI) memperhitungkan nilai rata-rata kepentingan suatu atribut dalam menentukan tingkat kinerja atribut tersebut yang nantinya akan memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan total konsumen. Hasil analisis ini akan menggambarkan tingkat kepuasan konsumen pada tahap sangat puas, puas, cukup puas, tidak puas dan sangat tidak puas.

Tabel. 6. Hasil perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI)

No	Atribut	MSS	MSI	WF%	WS
1	Tomat yang dibeli mempunyai kualitas rasa manis dan segar	4,37	4,43	14,35%	0,63
2	Produk tomat memiliki tekstur kulit tebal, daging padat, dan cocok untuk berbagai jenis olahan masakan	4,50	4,50	14,56%	0,66
3	Ukuran buah tomat rata-rata besar dan seragam	3,67	4,13	13,38%	0,49
4	Produk tomat memiliki warna kulit yang merah dan cerah	4,33	4,53	14,67%	0,64
5	Produk tomat dalam kondisi baik, dan bebas cacat fisik	4,37	4,33	14,02%	0,61
6	Harga tomat yang dijual sangat terjangkau	4,43	4,47	14,46%	0,64
7	Produk tomat tetap segar dan tidak cepat membusuk dalam jangka waktu 3-5 hari penyimpanan	4,73	4,50	14,56%	0,69
Jumlah		30,40	30,90	1,00	4,35
Customer Satisfaction Index (CSI)		0,870 (87,01%)			
CSI = (WSI/5) X 100%					

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan perhitungan CSI pada tabel 5.18 diatas menunjukkan bahwa nilai Customer Satisfaction Index adalah 87,01%. Jika nilai ini didasarkan pada tabel indeks kepuasan konsumen, maka nilai 87,01% berada pada range 81%-100%, sehingga nilai ini menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen produk tomat di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa untuk atribut-atribut yang diuji dapat dikatakan sangat puas.

KESIMPULAN

Berdasarkan perhitungan CSI, nilai tingkat kepuasan konsumen produk tomat di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa, diukur dengan membandingkan antara kualitas produk yang diterima konsumen dengan kualitas produk yang diharapkan konsumen, adalah sebesar 87,01%. Jika diperhatikan nilai CSI yang diperoleh tersebut dengan nilai rentang indeks, maka nilai tersebut berada pada rentang 81% - 100% yang berarti tingkat kepuasan konsumen produk tomat di kebun praktek berada pada tingkat sangat puas terhadap kinerja atribut-atribut produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Daengs Gs, Istanti E., & Kristiawati, I. (2022). Peran Timelinenes dalam Meningkatkan Customer Satisfaction, Customer Loyalty PT. JNE. Jurnal Baruna Horizon, 5(1). <https://jurnal.stiamak.ac.id/index.php/jbh/article/download/71/59/>
- Aulia, K. R., & Suciati, L. P. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen dan Faktor yang Berkorelasi dengan Konsumsi Kopi Wulan Kecamatan Maesan Kabupaten Bondowoso. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA), 6(4), 1378-1388. <https://jepa.ub.ac.id/index.php/jepa/article/view/1020>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). Kabupaten Sikka.
- Farid, M., Haring, F., Anshori, M. F., Mantja, K., Dirpan, A., Larekeng, S. H., Mustafa, M., & Adnan, A. (2024). Pertumbuhan dan Produksi Beberapa Galur Tomat Hasil Persilangan Karina x Mawar. Perbal: Jurnal Pertanian Berkelanjutan, 12(1), 15-31.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani, A., & Sukmana, D. J. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif SERI BUKU HASIL PENELITIAN. View Project: Seri Buku Ajar.
- Husen, A. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Campaign di Toko Mebel Sakinah Karawang. Jurnal Economina, 2(6), Universitas Buana Perjuangan Karawang.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press. <http://repository.unitomo.ac.id/2773/>
- Purwanto, M. B. (2022). Pengembangan Kain Khas Kabupaten Musi Banyuasin sebagai Upaya untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal. Jurnal Pariwisata Darussalam, 1(2).
- Santoso, S., & Tjiptono, F. (2001). Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Metodologi Penelitian. <http://repository.unpas.ac.id/56050/6/9.%20BAB%20III.pdf>. Diakses pada 10 Juni 2023.
- Supranto, J. (2011). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Rineka Cipta, Jakarta.
- Yusuf, A. A. (2024). Pertumbuhan dan Hasil Tomat (*Solanum Lycopersicum L.*) dengan Pemberian Berbagai Dosis Pelet Kompos. UIN Suska Riau.