

ANALISIS KINERJA BLIMBING BANGKOK MERAH TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KABUPATEN TULUNGAGUNG

Yuni Khoirul Nikmah¹, Ermawati Dewi²

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tulungagung

Artikel Info

Genesis Artikel:

Diterima : 29-04-2025

Direvisi : 30-04-2025

Diterbitkan : 10-05-2025

Kata Kunci :

Belimbing Bangkok Merah
Importance Performance
Analysis (IPA)
Customer Satisfaction
Index (CSI)

ABSTRAK

Salah satu komoditas hortikultura yang banyak dibudidayakan di Tulungagung adalah belimbing merah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap karakteristik belimbing merah dan bagaimana kinerja dan relevansinya dinilai. Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, sedangkan Importance Performance Analytic (IPA) merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk menilai kualitas kepentingan dan kinerja. Mengingat tingginya tingkat kinerja dan kepentingan tersebut, temuan penelitian menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan sejumlah faktor ketika membeli belimbing merah, termasuk rasa, kualitas, tekstur, kematangan, kesegaran, nilai gizi, kejujuran pedagang, dan transaksi tunai. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa karakteristik belimbing merah sesuai dengan harapan konsumen tentang kualitas buah. Untuk mempertahankan kinerja belimbing merah, evaluasi ini penting bagi petani dan pedagang yang terlibat dalam industri tersebut. Pelanggan senang mengonsumsi belimbing merah jika skor kepuasan pelanggan adalah 75%.

ABSTRACT

One of the horticultural items that is extensively grown in Tulungagung is red starfruit. The aim of this study was to investigate consumer satisfaction with red starfruit characteristics and how their performance and relevance were assessed. The Customer Satisfaction Index (CSI) is used to gauge the degree of customer satisfaction, whereas Importance Performance analytic (IPA) is a data analytic technique used to assess the quality of importance and performance. Given the high level of performance and importance, the study findings indicate that consumers consider a number of factors when purchasing red starfruit, including taste, quality, texture, ripeness, freshness, nutritional value, honesty of traders, and cash transactions. This is due to the fact that the characteristics of red starfruit are in accordance with consumer expectations about fruit quality. To maintain the performance of red starfruit, this evaluation is important for farmers and traders involved in the industry. Customers are happy to consume red starfruit if the customer satisfaction score is 75%.

Keywords:

Red Bangkok Star Fruit
Importance Performance
Analysis (IPA)
Customer Satisfaction
Index (CSI)



Penulis Korespondensi:

Ermawati Dewi

Program Studi Agribisnis

Fakultas Pertanian

Universitas Tulungagung

Email: ermawatidewi26@gmail.com

Handphone: 08123435242

PENDAHULUAN

Salah satu buah–buahan yang menjadi unggulan di Tulungagung adalah buah belimbing. Belimbing bangkok merah merupakan salah satu buah yang sudah sangat terkenal dan dikembangkan di Tulungagung dan produksinya sudah menyebar luas di luar Tulungagung. Prospek pasar belimbing diperkirakan membaik karena pertumbuhan penduduk dan meningkatnya jumlah konsumen yang memahami pentingnya nutrisi dari buah yang tepat. Untuk selanjutnya, permintaan pasar domestik akan buah-buahan diperkirakan akan terus meningkat setiap tahunnya (Rukmana,1995). Persaingan antara buah lokal dengan buah impor menjadi tantangan bagi perkembangan buah lokal. Untuk menghadapi persaingan tersebut pedagang maupun produsen buah lokal terutama buah belimbing bangkok merah diharuskan memberikan kinerja yang lebih baik dalam hal rasa, kualitas dan pelayanan kepada konsumen.

Konsumen memiliki harapan apakah mereka mendapatkan buah belimbing yang segar, tetap renyah dan memiliki tekstur yang baik, jika konsumen tidak mendapatkan itu maka bisa mempengaruhi kepuasan mereka (konsumen). Kepuasan konsumen sendiri menurut (Theresia Widyaratna et al., 2001) merupakan perbandingan antara harapan dengan kenyataan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan penilaian yang penting bagi produsen yang artinya jika konsumen puas maka akan terjadi pembelian kembali yang menguntungkan bagi produsen. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis tingkat kepentingan, kinerja atribut dan kepuasan konsumen terhadap pembelian belimbing bangkok merah. Selain atribut – atribut yang di atas (rasa, kualitas dan kesegaran), terdapat beberapa atribut lainnya yang perlu dipertimbangkan dalam mengukur tingkat kepentingan konsumen terhadap belimbing bangkok merah yaitu : penampilan belimbing dalam hal warna, bentuk, ukuran dan kebersihan belimbing, ketersediaan beimbing bangkok, harga yang terjangkau di banding belimbing bangkok lainnya, kandungan gizi, tekstur belimbing bangkok. Konsumen akan diminta untuk memberikan penilaian sejauh mana belimbing bangkok merah memenuhi setiap atribut yang telah ditentukan. Hal tersebut akan membantu dalam mengevaluasi apakah atribut tersebut memenuhi harapan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di sejumlah pasar dan kios buah di Kabupaten Tulungagung. Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, dan pendekatan Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk menilai kinerja dan pentingnya kualitas.

1. Importance Performance Analysis (IPA)

Diagram Cartesian yang menggambarkan evaluasi minat pelanggan dan kinerja produk digunakan untuk pengukuran dalam pendekatan Analisis Kinerja Penting. Setiap atribut diposisikan sumbu X diagram dengan skor rata-rata evaluasi tingkat kinerja ($\bar{X}$) ditampilkan sedangkan letak atribut sumbu Y ditampilkan dengan skor rata-rata evaluasi tingkat relevansi konsumen ($\bar{Y}$). Rumus perhitungan skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan konsumen ($\bar{Y}$) dan penilaian tingkat kinerja ($\bar{X}$) adalah sebagai berikut

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Di mana :

- $\bar{X}$: bobot rata- rata penilaian tingkat kinerja (*performance*) atribut
- $\bar{Y}$: bobot rata rata penilaian tingkat kepentingan (*importance*) atribut
- Xi : total skor tingkat kinerja (*performance*) dari seluruh respon
- Yi : total skor tingkat kepentingan (*importance*) dari seluruh respon
- n : jumlah responden

Penentuan batas suatu area dalam diagram Cartesian dibagi menjadi empat bagian, masing-masing dibatasi dua garis yang bersilangan di titik ($\bar{\bar{X}}$, $\bar{\bar{Y}}$) secara tegak lurus. Anda dapat menggunakan rumus berikut untuk mencari dua titik tersebut:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum \bar{X}i}{K} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum \bar{Y}i}{K}$$

Keterangan :

- $\bar{\bar{X}}$: rata-rata dari jumlah rata-rata bobot tingkat pelaksanaan (kinerja) seluruh atribut.
- $\bar{\bar{Y}}$: rata-rata dari jumlah rata-rata bobot tingkat kepentingan seluruh atribut.
- $\bar{X}i$: bobot rata-rata penilaian tingkat kinerja (*performance*) atribut

$\bar{Y}_i$: bobot rata-rata penilaian tingkat kepentingan (importance) konsume

K : banyaknya atribut yang dapat dianalisis

2. Customer Satisfaction Index (CSI)

Tingkat kebahagiaan pelanggan secara keseluruhan ditentukan oleh Indeks Kebahagiaan Pelanggan, yang menggunakan sistem yang menentukan signifikansi relatif dari banyak atribut yang diperiksa. Langkah-langkah untuk menentukan nilai CSI adalah sebagai berikut:

1) Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Rata-rata nilai penting atribut yaitu pada nilai kepentingan rata-ratanya. Di sisi lain, rata-rata nilai kinerja atribut adalah Nilai Kepuasan Rata-rata. Anda dapat menggunakan rumus berikut untuk mengetahuinya.

$$MIS = \frac{[\sum_{i=1}^n Y_i]}{n} \quad \quad \quad MSS = \frac{[\sum_{i=1}^n X_i]}{n}$$

Keterangan :

Y_i : nilai kepentingan atribut Y ke i

X_i : nilai kinerja atribut X ke i

n : jumlah responden

2) Menghitung *Weight Factor* (WF) atau faktor tertimbang merupakan persentase nilai MIS per indikator terhadap total MIS seluruh indikator.

$$WF = \frac{MIS-i}{Total\ MIS-i} \times 100\%$$

Keterangan :

$MIS - i$: nilai rata – rata kepentingan ke – i

$Total\ MIS - i$: total rata – rata kepentingan dari ke – i ke – p

3) Menghitung *Weight Score* (WS) atau skor tertimbang merupakan perkalian antara WF dengan rata – rata tingkat kepuasan *Mean Performance Score* (MPS).

$$WS = MPS \times WF$$

Keterangan :

WF : faktor tertimbang

MPS : rata – rata tingkat kepuasan

4) Menghitung *Weight Average Total* (WAT), yaitu menjumlahkan *Weight Score* seluruh atribut.

$$WAT = WS_1 + WS_2 + WS_3 + \dots + WS_n$$

5) Menentukan CSI (*Customer Satisfaction Index*)

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

Keterangan :

WAT : Total *Weight Score* seluruh atribut

HS : *higest scale* merupakan skala maksimum yang digunakan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini karakteristik kondisi sosial ekonomi responden atau konsumen buah belimbing bangkok merah dibedakan berdasarkan nama, jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan yang sudah ditempuh, pekerjaan dan rata – rata konsumsi buah belimbing bangkok merah per minggunya. Definisi responden pada penelitian ini adalah pembeli dan konsumen laki-laki maupun perempuan yang berusia 17 tahun ke atas belimbing bangkok merah. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 50 responden dengan lokasi pengambilan sampel di Pasar Ngemplak, Pasar Panjerejo Rejotangan, Omah Buah Pak Riyadi Rejotangan, Dan Pasar Ngantru.

Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut Belimbing Bangkok Merah (Importance Performance Analysis)

Pada analisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut belimbing bangkok merah bisa diketahui sejauh mana tingkat kinerja dari atribut belimbing bangkok merah bisa memenuhi kebutuhan konsumen. Pada penelitian ini atribut yang digunakan ada 16 atribut yaitu rasa, kualitas, bentuk, ukuran, tekstur, tingkat kematangan, tingkat kesegaran dan kandungan nutrisi ataupun gizi pada belimbing bangkok merah serta keramahan pedagang belimbing bangkok merah, kenyamanan pelayanan, kejujuran pedagang, akses jalan, potongan harga atau diskon, transaksi pembayaran secara cash, transaksi pembayaran secara qris, dan pengadaan promosi belimbing bangkok merah. Hasil jumlah nilai dari kuesioner tingkat kepentingan dan kinerja atribut belimbing bangkok merah terletak pada kandungan nutrisi dengan nilai tingkat kepentingan tertinggi yaitu 219 dan atribut dengan nilai tingkat kinerja yang tertinggi adalah rasa buah belimbing bangkok merah yaitu 210. Hasil jumlah nilai yang diperoleh dari kuesioner seluruh atribut sebagai berikut :

Tabel 5.1 Jumlah Total Nilai Kepentingan dan Kinerja Atribut

No.	Atribut	Jumlah Nilai Atribut	
		Nilai Kepentingan	Nilai Kinerja
1.	Rasa Buah Belimbing Bangkok Merah	187	210
2.	Kualitas Belimbing Bangkok Merah	201	192
3.	Bentuk Belimbing Bangkok Merah	200	187
4.	Ukuran Belimbing Bangkok Merah	182	185
5.	Tekstur Belimbing Bangkok Merah	212	192
6.	Tingkat Kematangan Belimbing Bangkok Merah	191	193
7.	Tingkat Kesegaran Belimbing Bangkok Merah	215	205
8.	Kandungan Nutrisi Belimbing Bangkok Merah	219	206
9.	Keramahan Pedagang Belimbing Bangkok Merah	194	184
10.	Kenyamanan Pelanggan Belimbing Bangkok Merah	186	182
11.	Kejujuran Pedagang Belimbing Bangkok Merah	191	190
12.	Akses Jalan	206	191
13.	Pemberian Potongan Harga / Diskon	178	164
14.	Pembayaran Menggunakan Cash / Tunai	194	193
15.	Pembayaran Menggunakan Qris / Mobile	123	138
16.	Pengadaan Promosi	160	160
Total		3.039	2.972

Sumber : Data mentah, diolah (2024)

Dari tabel tersebut, bisa dilihat bahwa jumlah nilai dari tingkat kepentingan memiliki selisih yang tidak banyak dari tingkat kinerja atribut. Hal itu dapat disimpulkan bahwa tingkat kepentingan atribut tersebut dinilai penting sedangkan kinerja atribut juga dinilai baik bagi konsumen.

Matriks Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut Belimbing Bangkok Merah

Kuadran posisi belimbing merah untuk setiap karakteristik diidentifikasi oleh matriks ini, yang merupakan diagram Cartesien. Tahap berikutnya adalah memasukkan skor rata-rata ke dalam diagram Cartesien setelah menentukan hasil Skor Kepuasan Rata-rata (MSS) kinerja setiap atribut belimbing merah dan Skor Kepentingan Rata-rata (MIS) tingkat kepentingan. Tabel 5.2 menampilkan skor rata-rata keseluruhan untuk kinerja kualitas belimbing merah dan tingkat relevansi

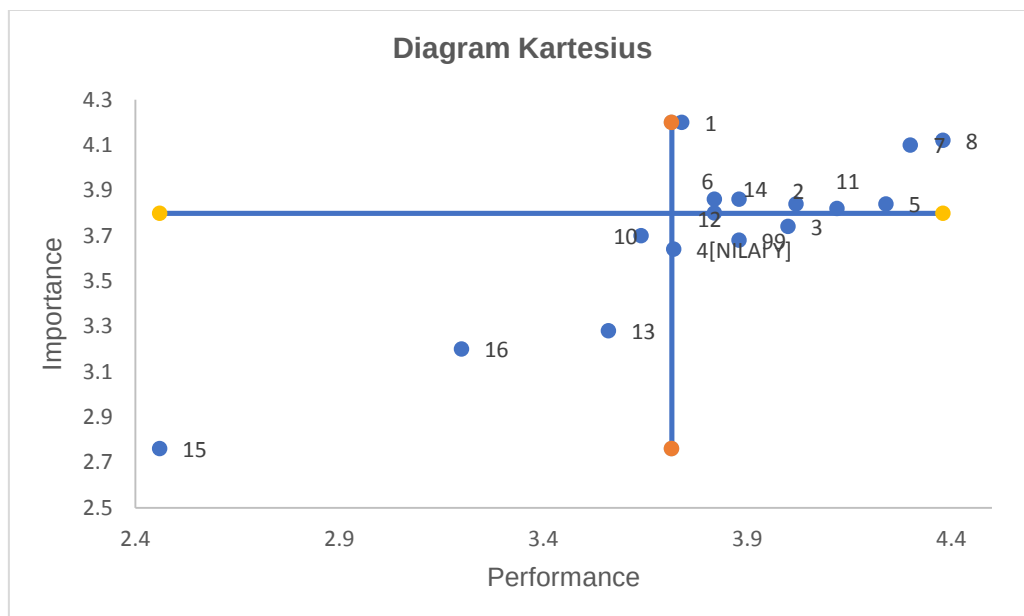
Tabel 5.2 Rata – rata Skor Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut Belimbing Bangkok Merah

No.	Atribut	Rata – rata skor	
		Kepentingan (Y)	Kinerja (X)
1.	Rasa Belimbing Bangkok Merah	3,74	4,2
2.	Kualitas Belimbing Bangkok Merah	4,2	3,84
3.	Bentuk Buah Belimbing Bangkok Merah	4	3,74
4.	Ukuran Buah Belimbing Bangkok Merah	3,64	3,7
5.	Tekstur Buah Belimbing Bangkok Merah	4,24	3,84
6.	Tingkat Kematangan Belimbing Bangkok	3,82	3,86

No.	Atribut	Rata – rata skor	
		Kepentingan (Y)	Kinerja (X)
7.	Merah		
7.	Tingkat Kesegaran Belimbing Bangkok Merah	4,3	4,1
8.	Kandungan Nutrisi / Nilai Gizi Belimbing Bangkok Merah	4,38	4,12
9.	Keramahan Pedagang Belimbing Bangkok Merah	3,88	3,68
10.	Kenyamanan Pelayanan Konsumen Belimbing Bangkok Merah	3,72	3,64
11.	Kejujuran Pedagang Belimbing Bangkok Merah	3,82	3,8
12.	Akses Jalan / Lokasi Penjualan	4,12	3,82
13.	Pemberian Potongan harga / Diskon	3,56	3,28
14.	Pembayaran Menggunakan Cash / Tunai	3,88	3,86
15.	Pembayaran Menggunakan Qris atau Mobile	2,46	2,76
16.	Pengadaan Promosi	3,2	3,2
Rata – rata		3,79	3,71

Sumber : Data mentah, diolah (2024)

Grafik Cartesian di bawah ini menunjukkan lokasi setiap atribut. Diagram Cartesian terdiri dari empat kuadran, dan garis tengah setiap pembagi kuadran ditentukan oleh jumlah Skor Kepuasan Rata-rata (X), yaitu 3,71, dan Skor Kepentingan Rata-rata (Y), yaitu 3,79. Gambar 5.1 di bawah ini menunjukkan diagram Cartesian secara lebih rinci.



Gambar 5.1 Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut Belimbing Bangkok Merah

Keterangan :

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Meskipun konsumen memberi nilai tinggi pada atribut-atribut di kuadran pertama, atribut kinerjanya tidak sesuai dengan harapan mereka. Akibatnya, pedagang dan petani belimbing merah Bangkok perlu memprioritaskan peningkatan kualitas di kuadran I. Tidak ada kualitas yang menjadi prioritas utama dalam penelitian ini.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut pada kuadran kedua, menunjukkan tingkat kepentingan dengan nilai yang sangat penting. Sedangkan jika dilihat dari kinerjanya, memiliki nilai yang tinggi juga. Hal tersebut penting bagi pedagang maupun petani belimbing bangkok merah untuk mempertahankan kinerja belimbing bangkok merah tersebut. Hal tersebut dilakukan agar petani dan pedagang mampu mendapatkan keuntungan yang lebih. Karakteristik pada kuadran II meliputi rasa, kualitas, tekstur, tingkat kematangan, kesegaran, nilai gizi, kejujuran pedagang, dan transaksi tunai buah belimbing merah Bangkok.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut yang terdapat di kuadran ketiga, menunjukkan bahwa atribut tersebut kurang dianggap penting oleh responden dan kinerjanya dianggap kurang tinggi / rendah. Responden mengabaikan atribut ini sehingga para pedagang dan petani tidak melakukan perbaikan pada atribut tersebut. Atribut tersebut diantaranya adalah kenyamanan konsumen, potongan harga / diskon, transaksi secara Qris / Mobile, dan pengadaan promosi.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Atribut pada kuadran keempat, menunjukkan apakah kinerjanya baik atau tinggi bahkan ketika tingkat relevansinya rendah atau dianggap kurang signifikan. Karakteristik ini meliputi ukuran dan bentuk belimbing merah bangkok, mobilitas pedagang, dan akses jalan yang mudah.

Analisis Kepuasan Konsumen Belimbing Bangkok Merah

Tingkat kebahagiaan dirasakan pelanggan setelah membandingkan kinerja atau hasil ekspektasi mereka dikenal sebagai kepuasan konsumen. Studi tentang kepuasan pelanggan dilakukan untuk memastikan apakah tingkat kinerja telah memenuhi ekspektasi pelanggan atau tidak. Indeks Kepuasan Pelanggan (CSI) adalah alat analisis yang digunakan. Tabel di bawah ini menunjukkan hasil perhitungan Indeks Kepuasan Pelanggan (CSI) untuk belimbing merah bangkok.

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Mean Importance Score (MIS), adalah ukuran skor signifikansi rata-rata suatu atribut. Perhitungan ini membagi jumlah responden dengan nilai penting (Y). Skor rata-rata tingkat kepuasan yang dialami konsumen terhadap kinerja layanan dikenal sebagai Skor Kepuasan Rata-rata (SPM). Kandungan gizi belimbing merah bangkok, yang memiliki skor tertinggi 4,38 pada perhitungan atribut Skor Penting Rata-rata (SPM), dan rasanya, yang memiliki skor tertinggi 4,2 pada perhitungan atribut Skor Kepuasan Rata-rata (SPM), merupakan dua atribut yang paling penting

2. Menghitung *Weight Factor* (WF)

Weight Factor (WF), adalah bobot presentase dari nilai *Mean Importance Score* (MIS) per indikator terhadap total MIS seluruh indikator di kalikan dengan 100 persen. Dari perhitungan *Weight Factor* (WF), kandungan nutrisi memiliki hasil tertinggi yaitu 7,20632 berselisih sedikit dengan tingkat kesegaran belimbing bangkok merah yaitu sebesar 7,0747. Atribut yang memiliki bobot hasil dari *Weight Factor* yang terendah adalah pembayaran menggunakan Qris yaitu 4,04738.

3. Menghitung *Weight Score* (WS)

Weight Score (WS), adalah suatu bobot yang dihitung dengan perkalian antara *Weight Factor* (WF) dengan nilai rata – rata tingkat kinerja (MSS) untuk setiap atribut. Dari perhitungan *Weight Score* (WS), didapatkan hasil yang tertinggi ialah kandungan nutrisi belimbing yaitu sebesar 29,69. Dan atribut yang memiliki nilai *Weight Score* (WS) terendah ialah pembayaran menggunakan Qris yaitu 11,1708.

4. Menghitung *Weight Average Total* (WAT)

Weight Average Total (WAT), yaitu menjumlahkan *Weight Score* seluruh atribut. *Weight Average Total* (WAT) adalah sebesar 375,176.

5. *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Rata-rata Berat Total dibagi dengan skala maksimum yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu skala maksimum 5, kemudian dikalikan dengan 100% untuk menentukan angka Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP). Skor kebahagiaan pelanggan untuk belimbing merah Bangkok masuk dalam kategori "Puas", seperti yang terlihat dari peringkat skor kebahagiaan pelanggan (IKP) sebesar 75%, yang berada di antara 0,52 dan 0,77. Karena kualitas belimbing merah Bangkok yang sangat baik, rasa yang manis, dan tekstur yang renyah, pelanggan merasa senang. Pelanggan senang tidak hanya dengan layanan penjual yang baik dan sopan tetapi juga dengan kejujuran pedagang.

Dari hasil Customer Satisfaction Index (CSI) belimbing bangkok merah sebesar 75 persen, masih terdapat 25 persen konsumen yang belum mampu dipuaskan oleh produk belimbing bangkok merah. Baik itu dari kualitas di beberapa lokasi penelitian kurang baik, pelayanan kurang baik itu bisa membuat penilaian konsumen berkurang. Selain itu, kemudahan bertransaksi juga berpengaruh salah satunya pembayaran secara qris, di Tulungagung sendiri masih banyak masyarakat yang kurang paham akan pembayaran secara qris. Hal itu bisa mempengaruhi kepuasan konsumen juga. Oleh karena itu, para pelaku usaha atau petani belimbing bangkok merah perlu melakukan perbaikan atribut untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil dari perhitungan analisis kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.3 Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) Atribut Belimbing Bangkok Merah

No.	Atribut	MIS	MSS	WF (Weight Factor)	WS (Weight Score)
1.	Rasa belimbing bangkok merah	3,74	4,2	6,15334	25,844
2.	Kualitas belimbing bangkok merah	4,2	3,84	6,61402	25,3978
3.	Bentuk belimbing bangkok merah	4	3,74	6,58111	24,6134
4.	Ukuran belimbing bangkok merah	3,64	3,7	5,98881	22,1586
5.	Tekstur belimbing bangkok merah	4,24	3,84	6,97598	26,7878
6.	Tingkat Kematangan belimbing bangkok merah	3,82	3,86	6,28496	24,26
7.	Tingkat Kesegaran belimbing bangkok merah	4,3	4,1	7,0747	29,0063
8.	Kandungan Nutrisi belimbing bangkok merah	4,38	4,12	7,20632	29,69
9.	Keramahan Pedagang	3,88	3,68	6,38368	23,4919
10.	Kenyamanan Konsumen	3,72	3,64	6,12043	22,2784
11.	Kejujuran Pedagang	3,82	3,8	6,28496	23,8829
12.	Akses Jalan	4,12	3,82	6,77855	25,894
13.	Pemberian Potongan harga	3,56	3,28	5,85719	19,2116
14.	Pembayaran Menggunakan Cash / Tunai	3,88	3,86	6,38368	24,641
15.	Pembayaran Menggunakan Qris atau Mobile	2,46	2,76	4,04738	11,1708
16.	Pengadaan Promosi	3,2	3,2	5,26489	16,8476
Total		3,79	3,71		
Weight Average Total (WAT)					375,176
Customer Satisfaction Index (CSI)					75,035

Sumber : Data mentah, diolah (2024)

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan, bisa diambil kesimpulan diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut, didapatkan bahwa konsumen yang membeli belimbing bangkok merah di Tulungagung rata – rata perempuan karena memang yang lebih teliti dalam memilih dan membeli belimbing bangkok merah yang kualitasnya baik. Konsumen yang melek pendidikan juga lebih memilih membeli belimbing bangkok merah karena kandungan nutrisinya yang bagus untuk kesehatan, menurunkan hipertensi sehingga dalam waktu seminggu konsumen bisa mengonsumsi belimbing 1 – 3 kg bahkan bisa >3 kg. Buah belimbing merah Bangkok merupakan buah favorit penduduk Tulungagung dan dikonsumsi karena rasanya yang segar dan manis serta ketersediaannya yang luas di pasaran. Rasa, kualitas, tekstur, kematangan, kesegaran, nilai gizi, kejujuran pedagang, dan transaksi tunai semuanya dinilai tinggi dan dilakukan dengan baik oleh konsumen dalam penelitian ini. Hal itu dikarenakan ekspektasi atau harapan konsumen terhadap atribut belimbing bangkok sesuai dengan realita atau kinerja atribut belimbing bangkok merah tersebut. Penilaian tersebut penting bagi pelaku usaha belimbing bangkok merah baik petani maupun pedagang untuk tetap mempertahankan kinerja belimbing bangkok merah.
2. Dari hasil Customer Satisfaction Index (CSI) belimbing bangkok merah sebesar 75 persen menunjukkan bahwa responden belimbing bangkok puas terhadap produk tersebut. Konsumen puas karena kualitas buah belimbing bangkok merah yang baik, rasa yang manis dan tekstur buah yang renyah. Serta pelayanan yang diberikan penjualnya yang ramah dan baik, kejujuran pedagang yang juga membuat konsumen puas.

Berdasarkan hasil penelitian analisis kepentingan dan kinerja atribut belimbing bangkok merah, ada beberapa saran yang bisa dijadikan acuan atau perbaikan pada buah belimbing bangkok merah diantaranya sebagai berikut :

1. Dari segi produk belimbing bangkok merah disarankan kepada petani maupun produsen belimbing bangkok melakukan peningkatan kinerja dari atribut – atribut belimbing bangkok merah yang berada pada kuandran prioritas rendah. Dengan begitu bisa membuat konsumen lebih tertarik dalam mengonsumsi belimbing bangkok merah. Selain itu, para pelaku usaha disarankan dapat terus mengembangkan produk belimbing bangkok merah dengan melakukan inovasi – inovasi baru. Dengan melakukan inovasi tersebut pelaku usaha diharapkan bisa mendapatkan keuntungan yang lebih jika dibandingkan dengan menjual buah segar saja. Salah satu inovasi yang bagus adalah membuat minuman sari belimbing

bangkok merah. minuman tersebut bisa di konsumsi langsung tanpa kesulitan untuk mengupas atau memotong belimbing bangkok. Selain itu, belimbing bisa di buat dodol maupun keripik belimbing bangkok merah dengan begitu bagi seseorang yang tidak bisa / tidak suka mengonsumsi buah segar bisa merasakan produk inovasi tersebut. Sangat disayangkan jika ada yang tidak menyukai buah belimbing bangkok merah karena memiliki kandungan nutrisi / nilai gizi yang baik mampu menyembuhkan penyakit termasuk hipertensi.

2. Dari segi Transaksi baik cash maupun Qris disarankan kepada pedagang belimbing bangkok merah bahwa konsumen belimbing bangkok bukan hanya kalangan muda saja, bahkan orang tua yang kurang paham tentang elektronik atau kemajuan teknologi akan mengalami kesulitan dalam melakukan transaksi Qris. Jadi diharapkan pedagang untuk tetap melakukan pembayaran secara tunai.
3. Selain itu, dari segi pemberian potongan harga, pedagang sebaiknya lebih sering memberikan potongan harga kepada konsumen yang membeli belimbing dalam jumlah banyak. Dan juga memberikan diskon untuk konsumen yang mau membeli belimbing bangkok merah yang sudah agak kematangan. Dengan begitu, konsumen akan lebih senang dan akan kembali membeli belimbing bangkok merah pastinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dena Safitri, S. A. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen Jeruk Siam Gunung Omeh. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, Vol. 7.
- BPS 2021. Produksi Buah-buahan Menurut Kecamatan dan Jenis Tanaman di Kabupaten Tulungagung. <https://tulungagungkab.bps.go.id/Statictable/2021/12/14/5295/Produksi-Buah-Buahan-Menurut-Kecamatan-Dan-Jenis-Tanaman-Di-Kabupaten-Tulungagung-Kw-2019-Dan-2020.Html> diakses pada tanggal 17 Maret 2024
- li, B. A. B., Konsumen, A. K., & Konsumen, D. K. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan..., Bagus Panuntun, Fakultas Psikologi UMP, 2019. 2006.*
- Khairul Umam, R., & Putu Hariastuti, N. (2018). Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA). *Prosiding Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Terapan*, 0(0), 339–344.
- Nasution. (2017). *Landasan Teori Kepuasan Konsumen*. 1995, 13–30.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian*. In *Sibuku Media*.

- Pertiwi, M. (2014). *Analisis kepuasan konsumen terhadap pembelian belimbing dewa di kota depok*.
- Putri Nugraha, J., Al, D., Gairah Sinulingga, S., Rojiati, U., Gazi Saloom, Mk., Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*.
- Theresia Widyaratna, Danny Danny, & Filicia Chandra. (2001). *Analisis Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Tingkat Penjualan Di Warung Bu Kris (Studi Kasus Pada Ayam Penyet Sebagai Menu Unggulan Warung Bu Kris)*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), pp.85-95.
- Widiyanto, N. A., Adhi, A. K., & Daryanto, H. K. (2017). Konsumen Dalam Membeli Buah Apel Di Kota Surabaya Dan Kota Malang , Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 9(2), 136–146.