

## Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Buah Potong Segar (Studi Kasus Di Alfamidi Kecamatan Bangil Pasuruan)

**Andini Wahyu Restuti<sup>1)\*</sup>, Tri Dewanti Widyaningsih<sup>1)</sup>, Jaya Mahar Maligan<sup>1)</sup>**

<sup>1)</sup>Fakultas Teknologi Pertanian, Jurusan Ilmu Pangan dan Bioteknologi, Universitas Brawijaya, Jl. Veteran Malang, Telp (0341) 580106, email: andinwr137@gmail.com

\*Penulis Korespondensi. email: andinwr137@gmail.com

### ABSTRAK

Konsumsi buah-buahan saat ini semakin meningkat seiring dengan meningkatnya tren gaya hidup sehat. Sementara itu, konsumen sekarang sangat sibuk sehingga hanya memiliki sedikit waktu untuk menyiapkan makanannya sehingga mereka cenderung memilih produk yang segar, bergizi, cepat, dan mudah didapat seperti buah potong segar. Peluang buah potong segar ini banyak dimanfaatkan oleh ritel modern termasuk Alfamidi. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif saat ini, perusahaan ritel dituntut memuaskan hati konsumennya untuk lebih unggul dari kompetitor. Maka dari itu, penting untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap produk buah potong segar di Alfamidi. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk buah potong segar Alfamidi di Kecamatan Bangil dan mengetahui atribut buah potong segar Alfamidi di Kecamatan Bangil yang perlu diperbaiki. Metode yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Atribut buah potong yang diukur antara lain warna, rasa, aroma, tekstur, kesegaran, ukuran potongan, jenis kemasan, pelabelan, kebersihan, dan harga. Hasil analisis data menggunakan CSI menunjukkan indeks kepuasan konsumen sebesar 86,75% (sangat puas). Hasil pemetaan menggunakan IPA menunjukkan bahwa tidak ada atribut yang masuk dalam kuadran I (prioritas tinggi), atribut warna, rasa, kesegaran, dan kebersihan masuk dalam kuadran II (pertahankan prestasi), atribut aroma, tekstur, pelabelan, ukuran potongan, dan harga masuk dalam kuadran III (prioritas rendah), dan atribut jenis kemasan masuk dalam kuadran IV (berlebihan).

**Kata kunci:** buah potong segar; CSI; IPA; kepuasan konsumen

### ABSTRACT

*Consumption of fruits is currently increasing along with the increasing trend of a healthy lifestyle. Meanwhile, today's consumers are very busy so they only have a little time to prepare their food, so they tend to choose products that are fresh, nutritious, fast and easily available, such as fresh cut fruit. This opportunity for fresh cut fruit is widely used by modern retailers, including Alfamidi. In today's competitive business environment, retail companies are required to satisfy their consumers to be superior to competitors. Therefore, it is important to analyze consumer satisfaction with fresh cut fruit products at Alfamidi. The purpose of this study was to determine the level of consumer satisfaction with Alfamidi's fresh cut fruit products in Bangil District and to determine the attributes of Alfamidi's fresh cut fruit in Bangil District which need to be improved. The method used is the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA). The attributes of cut fruit that were measured included color, taste, aroma, texture, freshness, cut size, type of packaging, labeling, cleanliness, and price. The results of data analysis using CSI showed a consumer satisfaction index of 86.75% (very satisfied). The results of mapping using IPA show that there are no attributes included in quadrant I (high priority), color, taste, freshness, and cleanliness attributes are included in quadrant II (keep up the good work), aroma, texture, labeling, piece size, and price attributes are included in quadrant III (low priority), and attributes of packaging type enter in quadrant IV (possible overkill).*

**Keywords:** consumer satisfaction; CSI; fresh cut fruit; IPA

## 1. PENDAHULUAN

Ritel adalah keseluruhan usaha yang pemasarannya secara langsung mengarah kepada kebutuhan konsumen akhir (Utami *et al.*, 2018). Berdasarkan sifatnya, ritel dibagi menjadi dua, yaitu ritel tradisional dan ritel modern. Pasar tradisional dan toko kelontong merupakan contoh dari ritel tradisional, sementara *minimarket*, *supermarket*, dan *hypermarket* termasuk dalam ritel modern (Purnomo *et al.*, 2013). Saat ini banyak ritel modern yang menawarkan produk segar seperti buah-buahan. Menurut USDA (2022), perubahan ini didorong oleh tren gaya hidup sehat. Menurut Arifin *et al.* (2018), konsumsi buah di Indonesia diprediksi akan meningkat pesat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, pertumbuhan tingkat pendapatan, dan peningkatan kesadaran masyarakat akan diet seimbang. Menurut García *et al.* (2022), konsumen sekarang sangat sibuk sehingga hanya memiliki sedikit waktu untuk menyiapkan makanannya. Oleh karena itu, konsumen cenderung memilih produk yang segar, bergizi, cepat, dan mudah didapat seperti buah potong segar. Buah potong segar adalah buah yang telah berubah secara fisik dari keadaan aslinya dengan pengolahan minimal seperti pengupasan, pemotongan, dengan atau tanpa pencucian, dan pengemasan (FDA, 2018). Salah satu ritel modern yang menawarkan buah potong segar adalah PT Midi Utama Indonesia Tbk atau lebih dikenal dengan nama Alfamidi.

Persaingan bisnis yang ketat membuat Alfamidi berlomba-lomba dengan perusahaan ritel lainnya untuk memuaskan hati konsumen. Kepuasan konsumen merupakan perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan terhadap suatu produk dengan cara membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan mereka (Kotler dan Keller, 2012). Atribut-atribut yang melekat pada produk akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Atribut produk pangan yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu jenis dan harga produk, keamanan pangan (aman dari patogen penyakit dan residu pestisida), atribut nutrisi (kandungan gizi), atribut nilai (komposisi, ukuran, rasa), dan kemasan (bahan kemasan, pelabelan) (Devy *et al.*, 2019). Kualitas produk pangan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sehingga penting untuk meningkatkan kualitas produk sebagai bentuk strategi pemasaran (Kurniati *et al.*, 2016).

Dalam upaya meningkatkan kualitas produk pangan, sangat penting untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk pangan serta mengetahui atribut-atribut produk apa saja yang perlu ditingkatkan kualitasnya. Menurut Kotler dan Keller (2012), terdapat beberapa metode untuk menganalisis kepuasan konsumen, yaitu melalui sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis*, dan survei kepuasan pelanggan. Analisis kuantitatif kepuasan konsumen terhadap suatu produk dapat dilakukan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode CSI adalah metode pengukuran tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan masing-masing atribut produk (Aimee, 2019). Metode ini dianggap cukup efisien, sederhana, dan mudah digunakan, serta menggunakan skala dengan sensitivitas cukup tinggi. Namun, kelemahan metode CSI yakni tidak dapat menentukan atribut prioritas (Amri *et al.*, 2020). Metode IPA merupakan teknik pengukuran kepuasan konsumen yang dapat membantu mengidentifikasi prioritas perbaikan atribut (Geng dan Chu, 2012).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu dilakukan penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut buah potong segar yang dijual di Alfamidi menggunakan metode CSI dan IPA. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk buah potong segar Alfamidi di Kecamatan Bangil dan mengetahui atribut buah potong segar Alfamidi di Kecamatan Bangil yang perlu diperbaiki.

## 2. BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan, mulai 22 Agustus hingga 23 Desember 2022 dan bertempat di 5 toko Alfamidi di Kecamatan Bangil, Kabupaten Pasuruan yaitu Toko Alfamidi Super dr. Soetomo, Alfamidi Paus, Alfamidi Durian Bangil, Alfamidi Ahmad Yani Bangil, dan Alfamidi Salem.

### 2.1 Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu dengan menyebarkan kuesioner ke target responden. Pengambilan data menggunakan metode *Convenience Sampling* dimana sampel ditentukan berdasarkan kebetulan atau insidental, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok dijadikan sumber data (Ismail, 2018). Dalam menentukan jumlah responden, peneliti menggunakan Rumus Lemeshow, yaitu rumus penentuan sampel yang digunakan untuk populasi yang tidak diketahui jumlahnya. Jumlah responden pada penelitian yaitu 100 responden. Kriteria responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden merupakan konsumen buah potong Alfamidi di Kecamatan Bangil dalam kurun waktu 2 bulan terakhir dengan pertimbangan bahwa responden masih dapat mengingat dan mengevaluasi produk.
2. Responden berusia 17 - 55 tahun dengan pertimbangan bahwa responden pada rentang usia tersebut mampu memahami dan mengisi kuesioner penelitian.

Berdasarkan diskusi dan studi literatur didapatkan 10 atribut produk buah potong yang diukur yaitu, warna, rasa, aroma, tekstur, kesegaran, ukuran potongan, jenis kemasan, pelabelan, kebersihan, dan harga. Atribut-atribut ini dilakukan pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menggunakan skala *likert* dengan rentang 1 - 5.

### 2.2 Analisis Data

#### Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang berkaitan dengan kemampuan instrumen untuk mengukur secara tepat sesuatu yang akan diukur dalam penelitian. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan dengan pasti sesuatu yang diukur dalam kuesioner. Uji ini dilakukan dengan metode *Corected Item-total Correlation*. Caranya adalah dengan membandingkan nilai r-hitung (*Pearson Correlation*) dengan nilai r tabel pada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 5%, dengan syarat *degree of freedom* (df)= n-2. Jika nilai r hitung > r tabel maka kuesioner dapat dikatakan valid, jika nilai r hitung < r tabel maka kuesioner dapat dikatakan tidak valid (Darma, 2021). Uji validitas dilakukan dengan bantuan *software* SPSS.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk menunjukkan keandalan suatu kuesioner. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut menghasilkan hasil yang sama atau konsisten ketika dilakukan pengujian berulang. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Suatu instrumen uji dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7 (Heale dan Twycross, 2015). Uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan *software* SPSS.

### **Customer Satisfaction Index (CSI)**

*Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah teknik pengukuran tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh (Aimee, 2019). Tahapannya adalah sebagai berikut.

- a. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS) yang didapat dari hasil rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja masing-masing atribut. Nilai MIS dan MSS ditentukan menggunakan persamaan berikut:

$$MIS = \frac{\sum y_i}{n}$$

$$MSS = \frac{\sum x_i}{n}$$

Keterangan:

n = jumlah responden

Y<sub>i</sub> = nilai kepentingan atribut ke-i

X<sub>i</sub> = nilai kinerja atribut ke-i

- b. Menentukan *Weighted Factor* (WF) dengan menggunakan fungsi *Mean Importance Score* atau nilai rata-rata tingkat kepentingan masing-masing atribut yang dinyatakan dalam bentuk persen terhadap total *Mean Importance Score* (MIS) untuk seluruh atribut yang diukur. Nilai WF didapatkan menggunakan persamaan berikut:

$$WFi = \frac{MIS_i}{Total\ MIS_i}$$

Keterangan:

MIS<sub>i</sub> = *Mean Importance Score* ke-i

- c. Menentukan *Weighted Score* (WS) dengan menggunakan fungsi *Mean Satisfaction Score* atau nilai rata-rata tingkat kepuasan yang dikalikan dengan *Weighted Factor* (WF). Nilai WS dapat diperoleh menggunakan persamaan berikut:

$$WS_i = MSS_i \times WFi$$

Keterangan:

MIS<sub>i</sub> = *Mean Importance Score* ke-i

WFi = *Weighted Factor* ke-i

- d. Menentukan *Weighted Total* (WT) dengan menggunakan fungsi dari total *Weighted Score* (WS) atribut ke-i hingga atribut ke-n. Nilai WT dapat diperoleh menggunakan persamaan berikut:

$$WT = WS_{\alpha_1} + WS_{\alpha_2} + \dots + WS_{\alpha_n}$$

Keterangan:

WS<sub>α</sub> = *Weighted Score*

- e. Menentukan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan menggunakan fungsi nilai *Weighted Total* (WT) dibagi dengan *Highest Scale* (HS) atau skala *likert* tertinggi yang digunakan dimana menghasilkan persentase indeks kepuasan konsumen. Perhitungan nilai CSI dapat dituliskan dengan persamaan berikut:

SEMINAR NASIONAL PERTANIAN 2023  
 FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS VETERAN BANGUN NUSANTARA  
**“Pengembangan Pertanian Berbasis Kearifan Lokal yang Berkelanjutan”**

---

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

Keterangan:

WT = *Weighted Total*

HS = *Highest Scale* (skala *likert* maksimum yaitu 5)

Nilai CSI merupakan angka yang menyatakan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa. Kriteria nilai CSI dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Kriteria CSI

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81 - 1,0	Sangat Puas
0,66 - 0,80	Cukup Puas
0,51 - 0,65	Netral
0,36 - 0,50	Tidak Puas
0,00 - 0,35	Sangat Tidak Puas

Sumber: (Kurniati *et al.*, 2016)

### **Importance Performance Analysis (IPA)**

*Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan teknik pengukuran kepuasan konsumen yang dapat membantu mengidentifikasi prioritas perbaikan atribut (Geng dan Chu, 2012). Analisis dengan metode IPA dilakukan melalui beberapa tahap berikut:

- a. Menghitung rata-rata kinerja X dan kepentingan Y setiap atribut yang diuji dengan menggunakan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan:

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat kinerja atribut ke-i

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan atribut ke-i

n = Jumlah responden

- b. Menghitung rata-rata kinerja X dan kepentingan Y seluruh responden dengan menggunakan rumus:

$$\bar{X}_t = \frac{\sum \bar{X}_i}{k}$$

$$\bar{Y}_t = \frac{\sum \bar{Y}_i}{k}$$

Keterangan:

$\bar{X}_t$  = Rata-rata skor tingkat kinerja seluruh atribut

$\bar{Y}_t$  = Rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut

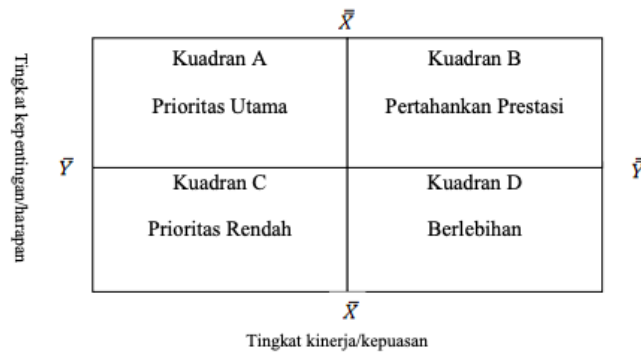
$\bar{X}_i$  = Skor rata-rata tingkat kinerja seluruh atribut

$\bar{Y}_i$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut

k = Jumlah atribut produk yang diuji

SEMINAR NASIONAL PERTANIAN 2023  
 FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS VETERAN BANGUN NUSANTARA  
**“Pengembangan Pertanian Berbasis Kearifan Lokal yang Berkelanjutan”**

- c. Atribut-atribut yang dianalisis selanjutnya akan dipetakan dalam kuadran pada Diagram Kartesius berdasarkan rata-rata skor kepentingan dan rata-rata skor kinerja, dimana sumbu x mewakili kinerja (*performance*) dan sumbu y mewakili kepentingan (*importance*). Diagram kartesius membagi atribut ke dalam empat kuadran, yaitu kuadran I (prioritas utama), kuadran II (pertahankan prestasi), kuadran III (prioritas rendah), dan kuadran IV (berlebihan) (Kurniati *et al.*, 2016). Diagram IPA dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram IPA

Sumber: (Safiera dan Setyawan, 2017)

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Uji validitas

Berdasarkan hasil uji validitas, masing-masing atribut dari tingkat kepentingan maupun tingkat kinerja mempunyai nilai korelasi lebih besar dari r-tabel sehingga semua instrumen uji atau pertanyaan kuesioner tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil uji validitas

Atribut	R tabel ( $\alpha=0,05$ )	Nilai Korelasi		Keterangan
		Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja	
Warna		0,688	0,709	Valid
Rasa		0,629	0,642	Valid
Aroma		0,68	0,611	Valid
Tekstur		0,721	0,64	Valid
Kesegaran	0,195	0,49	0,742	Valid
Ukuran potongan		0,639	0,643	Valid
Jenis kemasan		0,613	0,668	Valid
Pelabelan		0,681	0,686	Valid
Kebersihan		0,484	0,757	Valid
Harga		0,585	0,571	Valid

#### Uji reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, kuesioner tingkat kepentingan menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,819 dan kuesioner tingkat kinerja menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,855, dimana nilai ini lebih dari Cronbach's Alpha yaitu 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner tingkat kepentingan dan tingkat kinerja bersifat reliabel.

SEMINAR NASIONAL PERTANIAN 2023  
 FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS VETERAN BANGUN NUSANTARA  
**“Pengembangan Pertanian Berbasis Kearifan Lokal yang Berkelanjutan”**

Tabel 3. Hasil uji reliabilitas

Kuesioner	Nilai Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Tingkat Kepentingan	0,819	Reliabel
Tingkat Kinerja	0,855	Reliabel

***Customer Satisfaction Index (CSI)***

Berdasarkan hasil perhitungan CSI, indeks kepuasan konsumen terhadap buah potong Alfamidi di Kecamatan Bangil adalah 86,75% yang berarti secara keseluruhan konsumen merasa sangat puas terhadap produk buah potong Alfamidi di Kecamatan Bangil.

Tabel 4. Hasil perhitungan nilai *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Atribut	MIS	MSS	WF	WS
Warna	4,43	4,45	0,10	0,45
Rasa	4,74	4,4	0,11	0,48
Aroma	4,32	4,32	0,10	0,43
Tekstur	4,32	4,22	0,10	0,42
Kesegaran	4,77	4,43	0,11	0,49
Ukuran Potongan	3,62	4,11	0,08	0,34
Jenis Kemasan	4,07	4,38	0,09	0,41
Pelabelan	4,01	4,17	0,09	0,39
Kebersihan	4,86	4,61	0,11	0,52
Harga	4,2	4,18	0,10	0,41
<b>Total</b>	<b>43,34</b>		<b>WT</b>	<b>4,34</b>
	<b>CSI (%)</b>			<b>86,75</b>

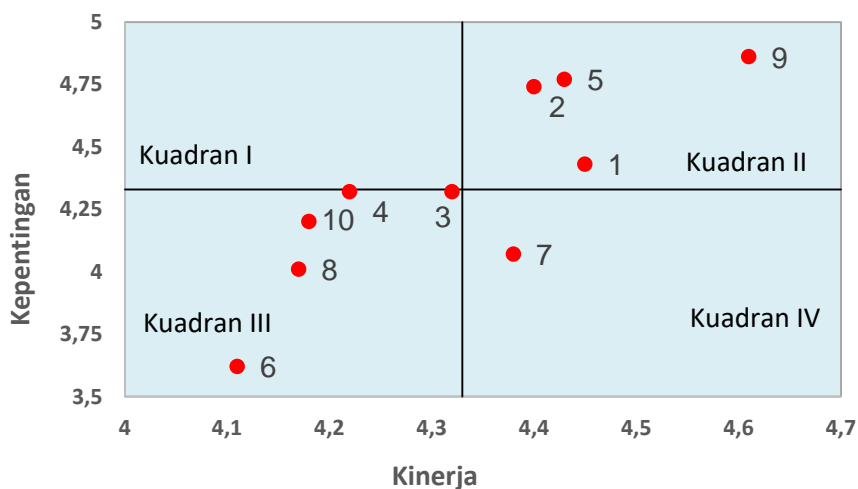
***Importance Performance Analysis (IPA)***

Berdasarkan perhitungan rata-rata kinerja dan kepentingan 10 atribut, diperoleh rata-rata kinerja (x) sebesar 4,327 dan rata-rata kepentingan (y) sebesar 4,334. Pemetaan atribut didasarkan atas rata-rata kepentingan dan kinerja masing-masing atribut yang dalam diagram IPA pada Gambar 2.

SEMINAR NASIONAL PERTANIAN 2023  
 FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS VETERAN BANGUN NUSANTARA  
**“Pengembangan Pertanian Berbasis Kearifan Lokal yang Berkelanjutan”**

Tabel 5. Rata-rata kinerja dan kepentingan

No.	Atribut	Kinerja (x)	Kepentingan (y)
1.	Warna	4,45	4,43
2.	Rasa	4,40	4,74
3.	Aroma	4,32	4,32
4.	Tekstur	4,22	4,32
5.	Kesegaran	4,43	4,77
6.	Ukuran potongan	4,11	3,62
7.	Jenis kemasan	4,38	4,07
8.	Pelabelan	4,17	4,01
9.	Kebersihan	4,61	4,86
10.	Harga	4,18	4,20
Rata-rata kinerja		4,327	
Rata-rata kepentingan			4,334



Gambar 2. Hasil diagram IPA

### Kuadran I

Kuadran I memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen namun kinerjanya belum memenuhi harapan sehingga penanganan atau perbaikannya perlu diprioritaskan. Berdasarkan hasil pemetaan IPA, tidak ada atribut yang masuk dalam kuadran I. Fokus penanganan bisa dialihkan ke kuadran di bawahnya atau kuadran III yaitu atribut prioritas rendah

### Kuadran II

Kuadran II merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting dan kinerjanya telah memenuhi harapan konsumen. Perusahaan harus mempertahankan kinerja atribut yang masuk pada kuadran II. Atribut-atribut yang tergolong dalam kuadran ini yaitu, warna, rasa, kesegaran, dan kebersihan.

Warna buah menunjukkan kenampakan secara keseluruhan. Kenampakan buah potong menunjukkan kesegaran dan kualitas buah potong. Buah yang telah dipotong umumnya akan mengalami perubahan sensori yang tidak diinginkan dengan cepat, salah satunya yaitu pencoklatan. Untuk menghambat perubahan tersebut pemajangan atau penyimpanan produk dilakukan di suhu dingin. Standar suhu pemajangan produk buah potong segar di Alfamidi adalah 3 – 5°C. Menurut García *et al.* (2022), salah satu cara menghambat perubahan warna buah setelah proses pemotongan adalah menyimpan buah potong pada suhu yang tidak lebih dari 5°C.



SEMINAR NASIONAL PERTANIAN 2023  
FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS VETERAN BANGUN NUSANTARA  
“Pengembangan Pertanian Berbasis Kearifan Lokal yang Berkelanjutan”

---

---

Rasa yang diinginkan konsumen pada buah potong segar adalah rasa manis buah. Menurut Garcia et al. (2022), cita rasa buah potong dapat dipengaruhi oleh kadar gula, asam organik, dan komponen volatil. Kadar gula dapat diketahui dengan mengukur total padatan terlarut menggunakan refraktometer. Total padatan terlarut yang harus dipenuhi untuk buah semangka dan melon di Alfamidi adalah 9 - 10° brix. Menurut Kyriacou et al. (2018), standar “kualitas baik” semangka yang sesuai dengan USDA adalah tidak kurang dari 8° brix. Sementara untuk melon standarnya adalah tidak kurang dari 9° brix. Buah potong segar Alfamidi telah memenuhi standar tersebut sehingga konsumen puas terhadap atribut warna.

Kesegaran buah diinginkan oleh konsumen karena buah yang segar dianggap lebih sehat dan rasanya lebih enak. Kesegaran dapat merujuk pada kualitas buah terbaik untuk dimakan, ketika buah tidak mentah dan tidak terlalu matang. Kesegaran berhubungan dengan rasa yang baik, kesukaan, kenampakan, tekstur, kemanisan, dan aroma (Jaeger et al., 2023). Setelah dipotong dan dikemas, buah potong Alfamidi dipajang di *open chiller* dengan suhu 3 - 5°C sehingga kesegarannya akan tetap terjaga. Selain itu, Alfamidi juga menerapkan ketentuan waktu *displaying* buah potong yaitu maksimal sekitar 12 jam setelah pemotongan. Buah potong yang tidak terjual setelah waktu tersebut harus ditarik dari *display* kemudian dilakukan proses pemusnahan sehingga buah potong yang dijual selalu segar.

Konsumen menginginkan buah potong segar yang bersih dan higienis dimana tidak ada kotoran seperti kulit buah, kerikil, atau serangga yang mungkin mengontaminasi saat pengolahan. Kebersihan buah potong segar menunjukkan pengolahan atau produksinya dilakukan dengan bersih dan higienis. Pembuatan buah potong di Alfamidi dilakukan di area penjualan produk segar sehingga konsumen dapat melihatnya secara langsung. Alfamidi juga telah menetapkan *Standard Operating Procedure* (SOP) dalam pembuatan buah potong yang harus dijalankan oleh personel. Prinsip dari pemotongan buah adalah daging buah tidak boleh mengenai kulit luar buah untuk meminimalisir kontaminasi dari kulit buah. Hal yang harus dilakukan sebelum membuat buah potong adalah memperhatikan kebersihan area pemotongan, diri, dan peralatan yang digunakan.

### **Kuadran III**

Kuadran III merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting dan kinerjanya tidak terlalu memuaskan konsumen. Atribut pada kuadran ini merupakan prioritas rendah atau dapat menjadi prioritas kedua untuk diperbaiki. Atribut yang tergolong dalam kuadran III antara lain, aroma, tekstur, ukuran potongan, pelabelan, dan harga.

Aroma dari suatu produk akan mempengaruhi reaksi konsumen terhadap produk bahkan sebelum mereka mengkonsumsinya (Kurniati et al., 2016). Kinerja aroma yang kurang memuaskan konsumen dapat disebabkan oleh buah yang dipotong belum mencapai kematangan optimalnya sehingga aroma buah tersebut tidak tercium atau buah yang dipotong terlalu matang sehingga setelah pemotongan buah akan cepat mengalami perubahan yang tidak diinginkan seperti aroma yang tidak enak. Personel perlu memperhatikan proses *sorting* dan *trimming* saat memotong buah sehingga dan menerapkan aturan waktu pemajangan sesuai SOP.

Perubahan tekstur yang cepat dapat terjadi pada buah setelah dilakukan pemrosesan minimal seperti pemotongan. Meningkatnya laju respirasi, produksi etilen, dan transpirasi menyebabkan degradasi jaringan dan reaksi enzimatik yang berakibat pada pelunakan tekstur. Untuk menghambat perubahan tekstur, buah potong harus disimpan dalam kondisi dingin (kurang dari 4°C). Selain penyimpanan dingin, cara lain yang efektif untuk menghambat perubahan tekstur

SEMINAR NASIONAL PERTANIAN 2023  
FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS VETERAN BANGUN NUSANTARA  
“Pengembangan Pertanian Berbasis Kearifan Lokal yang Berkelanjutan”

---

---

adalah memberi *texturizer* atau *firming agent* seperti turunan kalsium atau acidulant seperti asam sitrat (Chinnaswamy *et al.*, 2019).

Ukuran potongan dirasa tidak terlalu mempengaruhi tingkat kepuasan tetapi kinerjanya juga dirasa tidak istimewa. Berdasarkan kritik dan saran dari responden melalui survei, ukuran potongan buah dirasa tidak seragam dan kurang pas. Personel perlu memperhatikan ukuran potongan yang pas saat membuat buah potong.

Label pada produk dapat memberikan informasi dan mempengaruhi keputusan konsumen terutama konsumen yang pertama kali mencoba produk tersebut. Label ini dapat berisi merek, nama produk, harga, dan waktu pengemasan buah potong. Menurut Sillani dan Nassivera (2015), konsumen lebih menyukai keberadaan informasi yang melekat pada produk dan label. Salah satu cara yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen terhadap suatu produk adalah pemberian label.

Harga dianggap kurang penting dan memiliki kinerja yang kurang bagi konsumen. Hasil penilaian terkait harga sangat bergantung pada target pasar. Menurut Indrasari (2019), perusahaan jarang yang dapat memuaskan setiap orang di pasar sehingga perusahaan perlu melakukan segmentasi pasar. Menurut Qomariyah *et al.* (2014), penting untuk menjaga ketersediaan produk di tempat-tempat yang merupakan target pasar.

#### **Kuadran IV**

Kuadran IV merupakan kuadran yang berisi atribut-atribut yang dianggap kurang penting bagi konsumen tetapi memberikan kinerja yang baik. Perusahaan perlu mempertimbangkan lagi sumber daya yang dikeluarkan untuk atribut-atribut yang berada di kuadran ini atau merelokasikannya untuk atribut-atribut yang lebih penting. Atribut yang masuk dalam kuadran 4 yaitu jenis kemasan. Perusahaan bisa memilih kemasan dengan harga lebih murah, namun tetap memperhatikan faktor keamanan pangan dan fungsinya sehingga harga jual bisa diturunkan.

## **4. KESIMPULAN**

Hasil analisis data menggunakan CSI menunjukkan indeks kepuasan konsumen sebesar 86,75% (sangat puas). Hasil pemetaan menggunakan IPA menunjukkan bahwa tidak ada atribut yang masuk dalam kuadran I (prioritas tinggi), atribut warna, rasa, kesegaran, dan kebersihan masuk dalam kuadran II (pertahankan prestasi), atribut aroma, tekstur, pelabelan, ukuran potongan, dan harga masuk dalam kuadran III (prioritas rendah), dan atribut jenis kemasan masuk dalam kuadran IV (berlebihan).

## **5. DAFTAR PUSTAKA**

- Aimee, R., 2019. A Thorough Literature Review Of Customer Satisfaction Definition, Factors Affecting Customer Satisfaction And Measuring Customer Satisfaction. *Int J Adv Res (Indore)* 7, 828–843. <https://doi.org/10.21474/IJAR01/9733>
- Amri, H.R, Subagio, R.T, Kusnadi. 2020 *Penerapan Metode CSI untuk Pengukuran Tingkat Kepuasan Layanan Manajemen*. *Jurnal Sistem Cerdas*. 3(2):241-252.
- Arifin, B., Achsani, N.A., Martianto, D., Sari, L.K., Firdaus, A.H. 2018. *Modeling the Future of Indonesian Food Consumption: Final Report*.

SEMINAR NASIONAL PERTANIAN 2023  
FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS VETERAN BANGUN NUSANTARA  
**“Pengembangan Pertanian Berbasis Kearifan Lokal yang Berkelanjutan”**

---

---

- Chinnaswamy, S., Rudra, S.G., Sharma, R.R., 2019. Texturizers for fresh-cut fruit and vegetable products, in: *Fresh-Cut Fruits and Vegetables: Technologies and Mechanisms for Safety Control*. Elsevier Inc., pp. 121–149. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-816184-5.00006-9>
- Darma, B., 2021. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R<sup>2</sup>)*. Guepedia, Jakarta.
- Devy, L., Sudiyarto, Amir, I.T. 2019. Analisis Sikap Pembelian dan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Produk Ikan Kaleng di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya. *Berkala Ilmiah Agribisnis AGRIDEVINA*. 8(1): 72-82.
- Food and Drug Administration (FDA). 2018. *Guide to Minimize Food Safety Hazards of Fresh-cut Produce: Draft Guidance for Industry*.
- Geng, X., Chu, X., 2012. A new importance-performance analysis approach for customer satisfaction evaluation supporting PSS design. *Expert Syst Appl* 39, 1492–1502. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2011.08.038>
- Heale, R., Twycross, A., 2015. Validity and reliability in quantitative studies. *Evid Based Nurs*. <https://doi.org/10.1136/eb-2015-102129>
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press, Surabaya.
- Ismail, F., 2018. *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial*. Prenadamedia, Jakarta.
- García, R.D., Cinco-Moroyoqui, F.J., Martínez-Cruz, O., Ruiz-Cruz, S., Wong-Corral, F.J., Borboa-Flores, J., Cornejo-Ramírez, Y.I., Bernal-Mercado, A.T., Del-Toro-Sánchez, C.L., 2022. Emerging Technologies for Prolonging Fresh-Cut Fruits' Quality and Safety during Storage. *Horticulturae*. <https://doi.org/10.3390/horticulturae8080731>
- Jaeger, S.R., Antúnez, L., Ares, G., 2023. An exploration of what freshness in fruit means to consumers. *Food Research International* 165. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2023.112491>
- Kurniati, E., Silvia, E., Efendi, Z., 2016. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kue Bayat Bengkulu. *Jurnal Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia* 8, 67. <https://doi.org/10.17969/jtipi.v8i2.6784>
- Kotler P, Keller K. 2012. *Marketing Management*. Prentice Hall: New Jersey.
- Kyriacou, M.C., Leskovar, D.I., Colla, G., Roupshael, Y., 2018. Watermelon and melon fruit quality: The genotypic and agro-environmental factors implicated. *Sci Hortic*. <https://doi.org/10.1016/j.scienta.2018.01.032>
- Purnomo, R.S.D., Serfiyani, C.Y., Hariyani, I. 2013. *Sukses Bisnis Ritel Modern*. Elex Media Komputindo, Sidoarjo.
- Qomariyah, N., Santoso, I., Effendi, M. Analisis Sikap Konsumen dan Kinerja Atribut Kopi Bubuk Sido Luhur (Studi Kasus di UKM Kopi Bubuk Sido Luhur, Kota Malang). *Jurnal Industria*, 3(1): 53-61.
- Safiera, F., Setyawan, Y., 2017. Metode Importance-Performance Analysis (IPA) dan Regresi Logistik Ordinal untuk Mengetahui Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pasien Klinik Pratama RBG RZ Bantul Yogyakarta. *Jurnal Statistika Industri dan Komputasi*. 2(2): 84-92.
- Sillani, S., Nassivera, F., 2015. Consumer behavior in choice of minimally processed vegetables and implications for marketing strategies. *Trends Food Sci Technol* 46, 339–345. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2015.07.004>
- United States Department of Agriculture (USDA). 2022. *Report: Retail Food*. Foreign Agriculture Service, United States Department of Agriculture.

SEMINAR NASIONAL PERTANIAN 2023  
FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS VETERAN BANGUN NUSANTARA  
**“Pengembangan Pertanian Berbasis Kearifan Lokal yang Berkelanjutan”**

---

---

Utami, N.S. 2018. Analisa Kinerja Sektor Ritel Indonesia. *ECOPREUNER*. 1(1): 43–48.