

## Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Amplang Rumput Laut di UMKM Dapur Karima Kalimantan Utara

Consumer Satisfaction Level for Seaweed Amplang at UMKM Dapur  
Karima North Kalimantan

Nanda Novitasari<sup>1\*</sup>, Qoriah Saleha<sup>2</sup>, Heru Susilo<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Sosial Ekonomi Perikanan, Fakultas Perikanan Ilmu Kelautan, Universitas Mulawarman, Samarinda

<sup>2</sup>Laboratorium Ekonomi Sumberdaya Perairan FPIK Universitas Mulawarman, Samarinda

\*Corresponding author : qoriasa@yahoo.com

**Received : June 21, 2024 / Accepted : September 18, 2024 / Published : October 8, 2024**

### Abstrak

Rumput laut merupakan komoditas pesisir yang memiliki nilai pasar tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik dan menganalisis tingkat kepuasan konsumen serta merumuskan rekomendasi yang tepat bagi UMKM Dapur Karima berdasarkan perilaku konsumen amplang rumput laut. Penelitian ini menggunakan teknik sampling bertahap dengan metode *non probability sampling* yang terdiri dari teknik *accidental sampling* dan *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 40 orang. Data penelitian dianalisis secara statistik deskriptif menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen amplang rumput laut Dapur Karima adalah laki-laki berusia 21-25 tahun dengan pendidikan terakhir SMA dan pekerjaan sebagai wirausaha yang memiliki pendapatan Rp. 1.000.000 – 2.000.000. Hasil analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 81.32% dengan kriteria sangat puas. Hasil analisis *importance Performance Analysis* (IPA) adalah atribut yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan yaitu pada atribut pelayanan. Strategi alternatif bagi UMKM Dapur Karima yang dapat direkomendasikan pada penelitian ini terdiri dari 4 bauran pemasaran yaitu Strategi produk; mempertahankan kualitas produk, memperhatikan kejelasan tulisan pada kemasan. Strategi harga; penetapan harga sesuai segmentasi pasar. Strategi tempat; memperbarui spanduk depan toko agar menarik minat konsumen untuk berbelanja dan meningkatkan kualitas pelayanan. Strategi promosi; menambah sarana promosi melalui media sosial dan mengikuti event kuliner lainnya. Maka kesimpulannya yaitu UMKM Dapur Karima sebaiknya memperhatikan atribut-atribut yang perlu diperbaiki dari hasil analisis CSI dan IPA agar kepuasan konsumen tetap terjaga, serta mempertahankan produk yang membuat konsumen merasa puas.

**Kata kunci:** Amplang, Karakteristik Konsu men, CSI, IPA.

### Abstract

The study aims to describe consumer characteristics, analyze the level of consumer satisfaction, and formulate appropriate recommendations for MSMEs Dapur Karima based on consumer behavior of seaweed fields. The study used a phased sampling technique with a non-probability sampling method consisting of accidental and purposive samplings, with a total of 40 respondents. The data of the research was analyzed statistically descriptively using the method of Customer Satisfaction Index (CSI), and Importance Performance Analysis (IPA). The results of the study showed that the consumer of sea grass plots D Kitchen Karima are men aged 21-25 years with final education of high school and work as an entrepreneur who have an income of Rs. 1,000,000 – 2,000,000. The results of the Importance Performance Analysis (IPA) analysis are the attributes that are the top priority to be improved, namely the service attribute. Alternative strategies for MSMEs Dapur Karima that can be recommended in this study consist of 4 marketing mixes, namely Product strategy; maintaining product quality, paying attention to the clarity

of writing on packaging. Price strategy; pricing according to market segmentation. Place strategy; improve shop front banners to attract consumers to shop and improve service quality. Promotion strategy; increase promotional facilities through social media and participate in other culinary events. Therefore, the conclusion is that the Dapur Karima MSMEs should pay attention to the attributes that need improvement based on the results of the CSI and IPA analysis to maintain customer satisfaction, and also retain the products that make customers feel satisfied.

**Keywords:** Amplang, Consumer Characteristics, CSI, IPA

---

## **PENDAHULUAN**

Kabupaten Nunukan dikenal dengan letaknya yang berada di daerah perbatasan antara Indonesia dan Malaysia menjadikan Kabupaten Nunukan sebagai daerah strategis dan memiliki fungsi pertahanan dan keamanan. Selain itu, sebagai beranda depan negara, yang menjadi pintu gerbang aktivitas perdagangan barang dan jasa dengan negara tetangga, sehingga memiliki fungsi ekonomi dan kesejahteraan (Badan Pusat Statistik Kabupaten Nunukan Dalam Angka, 2020). Kabupaten Nunukan memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi salah satunya pada sektor perikanan (Wafi dan Ariadi, 2024). Pada sektor perikanan di Kabupaten Nunukan, terdapat budidaya rumput laut yang menjadi komoditi unggulan dan jumlah produksi perikanan budidaya rumput laut mencapai 587,458.74 ton (Dinas Perikanan Kabupaten Nunukan, 2022).

Rumput laut merupakan salah komoditas yang potensial dan dapat menjadi peluang bagi upaya

pengembangan usaha mikro kecil dan menengah yang sering disebut sebagai UMKM. Rumput laut dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku dan bahan tambahan berbagai olahan makanan. Rumput laut mengandung nutrisi yang cukup dan berpotensi untuk dikembangkan menjadi produk pangan (Erniati et al., 2016; Wafi dan Ariadi, 2022). Menurut Agusman et al., (2014) tepung rumput laut banyak mengandung serat sebesar 66,4%. Mengingat pentingnya peran serat bagi kesehatan dan memperlancar sistem pencernaan, maka pemanfaatan rumput laut sebagai sumber serat dalam pangan merupakan salah satu upaya untuk memenuhi kebutuhan serat dalam tubuh (Ariadi, 2024). Satu diantara produk rumput laut yang ada di Kabupaten Nunukan yaitu amplang rumput laut. Amplang merupakan jajanan tradisional Kalimantan Timur yang berupa kerupuk berbahan dasar ikan. Sajian khas Samarinda ini menjadi oleh-oleh yang paling banyak dicari oleh wisatawan yang berkunjung ke Kalimantan Timur

(Alfisyahrica, 2015; Ariadi et al., 2023), namun pada UMKM Dapur Karima, mengolah amplang dengan diversifikasi menggunakan bahan utama rumput laut. Jenis rumput laut yang digunakan adalah *Euchema cottoni* (Ariadi et al., 2022).

UMKM Dapur Karima dalam proses perkembangannya memerlukan alternatif pengembangan usaha dengan cara mengetahui tingkat kepuasan konsumennya, memahami perilaku konsumen dan atribut produk yang dianggap penting oleh konsumen (Taufiqurrohman et al., 2023).

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Ariadi et al., 2024). Pelanggan tidak puas jika kinerja tidak memenuhi harapan. Kinerja akan mempengaruhi performa personal (Kotler, 2016).

Perilaku konsumen menjadi dasar konsumen mengambil keputusan pembelian. Perilaku konsumen adalah segala tindakan, aktivitas dan proses psikologis yang mendorong aktivitas tersebut saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau mengevaluasi aktivitas

tersebut (Sumarwan, 2011; Mardiana et al., 2024).

Atribut produk merupakan komponen atau karakteristik produk yang menjamin bahwa produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan pembeli. Atribut produk dapat berupa yang berwujud (*tangible*) maupun yang tidak berwujud (*intangible*) (Gitosudarmo, 2007; Mardiana et al., 2024).

Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui karakteristik konsumen, menganalisis tingkat kepuasan konsumen dan merumuskan rekomendasi yang tepat bagi UMKM Dapur Karima berdasarkan perilaku konsumen amplang rumput laut.

## **MATERI DAN METODE**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kelurahan Nunukan Selatan, Kecamatan Nunukan Selatan Kabupaten Nunukan, Kalimantan Utara. Penelitian dilakukan pada Januari 2023-Juni 2024. Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling bertahap dengan metode *non probability sampling* yang terdiri dari teknik *accidental sampling* dan *purposive sampling*. Menurut (Notoatmodjo, 2010), teknik *accidental sampling* merupakan suatu cara penentuan sampel dengan cara

mengambil partisipasi yang kebetulan ada atau berada di tempat sesuai dengan konteks penelitian. Sedangkan *purposive sampling* adalah pemilihan sampel yang didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Riyanto et al., 2020). Berdasarkan pertimbangan pemilihan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah responden yang berusia diatas 17 tahun dan telah melakukan pembelian lebih dari dua kali dalam kurun waktu dua bulan terakhir dan siap untuk mengisi kuesioner. Jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini sebanyak 40 orang.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2017), data primer adalah sumber data yang memberikan data secara langsung kepada pengumpul data. Sedangkan data sekunder merupakan sumber yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data.

Data sekunder yang diperlukan adalah profil wilayah Kabupaten Nunukan, data UMKM yang memproduksi olahan perikanan di Kabupaten Nunukan, data penduduk Kabupaten Nunukan, dan data

produksi rumput laut Kabupaten Nunukan. Data tersebut diperoleh dari instansi dan literatur terkait, seperti data dari Dinas Perikanan Kabupaten Nunukan dan BAPEDA Kabupaten Nunukan yang relevan dengan penelitian sebagai pelengkap data primer.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA).

#### **Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat karakteristik konsumen. Karakteristik konsumen yang dianalisis meliputi nama, tempat tinggal, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan perbulan.

#### ***Customer Satisfaction Index***

*Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk (Aritonang, 2005). Metode pengukuran CSI meliputi tahap-tahap sebagai berikut:

- a. Langkah pertama adalah menentukan rata-rata skor dari tingkat kepentingan atribut atau *Mean Importance Score* (MIS) dan rata-rata skor dari tingkat

kinerja atribut atau *Mean Satisfaction Score* (MSS), dengan rumus :

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

Keterangan :

n = Jumlah responden

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

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

- b. Langkah kedua, menghitung *Weight Factors* (WF) yang merupakan fungsi dari MIS atau skor rata-rata tingkat kepentingan per atribut dalam bentuk persentase dari total nilai MIS seluruh atribut, menggunakan rumus :

$$WFi = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Keterangan :

p = atribut kepentingan

- c. Langkah ketiga, menghitung *Weight Score* (WS) yang merupakan fungsi dari MSS atau skor rata-rata tingkat kinerja per atribut kemudian dikalikan *Weight Factors* (WF).

$$WS_i = WFi \times MSS$$

Keterangan :

Wfi = Faktor tertimbang ke-i

MSS = Rata-rata tingkat kepuasan

- d. Langkah terakhir, menghitung *Customer Satisfaction Index* (CSI) menggunakan rumus :

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WSi}{HS} \times 100\%$$

Keterangan :

Wsi = Total rata-rata kepentingan

HS = *Highest scale* atau skala maksimum yang digunakan

Nilai yang ditentukan dari perhitungan CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen (Ariadi et al., 2023). Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat dilihat dari interpretasi tingkat kepuasan yang ditunjukkan pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Interpretasi Kepuasan Konsumen

| Angka Indeks       | Interpretasi      |
|--------------------|-------------------|
| 0 % < CSI ≤ 20 %   | Sangat tidak puas |
| 20 % < CSI ≤ 40 %  | Tidak puas        |
| 40 % < CSI ≤ 60 %  | Cukup puas        |
| 60 % < CSI ≤ 80 %  | Puas              |
| 80 % < CSI ≤ 100 % | Sangat Puas       |

Sumber: Novarianto (2014)

### **Importance Performance Analysis**

*Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja yang diharapkan konsumen dan sangat berguna dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif (Supranto, 2006; Madusari et al., 2024). Pada penelitian ini penilaian responden terhadap tingkat kinerja dan kepentingan suatu atribut menggunakan skala likert. Responden diminta menjawab setiap pertanyaan dengan memilih dari lima pilihan jawaban dan memberikan nilai jawaban dari 1 sampai dengan 5 seperti terlihat pada tabel 2.

**Tabel 2.** Penilaian Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan

| Bobot | Tingkat Kepentingan (Y) | Tingkat Kinerja (X) |
|-------|-------------------------|---------------------|
|-------|-------------------------|---------------------|

|    |                |             |
|----|----------------|-------------|
| 1. | Tidak penting  | Tidak baik  |
| 2. | Kurang penting | Kurang baik |
| 3. | Cukup Penting  | Cukup baik  |
| 4. | Penting        | Baik        |
| 5. | Sangat Penting | Sangat baik |

Sumber: (Supranto, 2006)

Data yang diperoleh dari kuesioner selanjutnya dihitung menggunakan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan langkah-langkah sebagai berikut (Supranto, 2006) :

- a. Langkah pertama, menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja olahan amplang rumput laut melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Menggunakan rumus tingkat kesesuaian:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian

Xi = Skor penilaian tingkat kinerja

Yi = Skor penilaian tingkat kepentingan

- b. Langkah kedua, menghitung rata-rata pada setiap atribut yang dipersepsikan oleh responden dengan rumus :

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

Keterangan:

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat kinerja produk

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan terhadap produk

n = Jumlah responden

- c. Langkah ketiga, menghitung rata-rata keseluruhan atribut tingkat kepentingan ( $\bar{X}$ ) dan tingkat kinerja

( $\bar{Y}$ ) yang menjadi batas pada diagram kartesius, dengan rumus :

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

Keterangan:

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

$\bar{Y}$  = Rata-rata skor tingkat kepentingan

k = Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kualitas produk

- d. Langkah terakhir, melakukan pemetaan ke dalam diagram kartesius untuk melihat posisi masing-masing atribut seperti yang terlihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Diagram Kartesius

Hasil perhitungan nilai Xi dan Yi digunakan sebagai pasangan koordinat untuk mencari sejumlah titik pengukuran pada grafik persegi panjang. Setiap hasil akan menempati salah satu kuadran diagram kertesius, yang meliputi:

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Menunjukkan letak beberapa atribut kepentingan yang atribut tersebut tinggi, namun tingkat kinerjanya masih rendah sehingga kepuasan terhadap respon atau respon yang

diterima pelanggan masih rendah. Hal ini menuntut UMKM untuk melakukan perbaikan untuk terus berinovasi dan menyempurnakan berbagai atribut guna meningkatkan kinerja atribut tersebut.

#### 2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Menunjukkan bahwa atribut ini memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang lebih tinggi. Area tersebut berisi atribut-atribut yang dianggap sebagai penunjang bagi kepuasan konsumen karena dari persepsi konsumen atribut tersebut sesuai dengan harapan mereka sehingga hal ini harus tetap dipertahankan.

#### 3. Kuadran III (Prioritas rendah)

Atribut yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang relatif rendah, oleh karena itu UMKM perlu mempertimbangkan dan menangani hal ini dengan serius, karena ketidakpuasan konsumen biasanya bermula dari situasi ini.

#### 4. Kuadran IV (Berlebihan)

Meskipun beberapa atribut pada kuadran ini relatif rendah, namun tingkat kinerjanya sangat tinggi sehingga kinerja beberapa dimensi pada kuadran ini dapat disederhanakan

dan dialokasikan untuk perbaikan dan peningkatan dimensi atribut lainnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen merupakan parameter penting yang harus diketahui dalam mengetahui persepsi pasar. Data karakteristik konsumen pada penelitian ini dapat dilihat dari hasil abstraksi Tabel 3-Tabel 7. Sebagai berikut:

**Tabel 3.** Karakteristik Konsumen UMKM Dapur Karima Berdasarkan Jenis Kelamin

| No           | Jenis Kelamin | Jumlah (orang) | Presentase (%) |
|--------------|---------------|----------------|----------------|
| 1.           | Laki-laki     | 22             | 55             |
| 2.           | Perempuan     | 18             | 45             |
| <b>Total</b> |               | <b>40</b>      | <b>100</b>     |

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Pada tabel diatas menunjukkan laki-laki sebanyak 22 orang atau 55% yang paling banyak sebagai konsumen amplang rumput laut Dapur Karima dibandingkan perempuan sebanyak 18 orang atau 45%.

**Tabel 4.** Karakteristik Konsumen UMKM Dapur Karima Berdasarkan Usia

| No           | Usia (Tahun)         | Jumlah (Orang) | Presentase (%) |
|--------------|----------------------|----------------|----------------|
| 1.           | Remaja akhir (17-25) | 17             | 42,5           |
| 2.           | Dewasa awal (26-35)  | 10             | 25             |
| 3.           | Dewasa akhir (36-45) | 8              | 20             |
| 4.           | Lansia awal (46-55)  | 4              | 10             |
| 5.           | Lansia akhir (56-65) | 1              | 2,5            |
| <b>Total</b> |                      | <b>40</b>      | <b>100</b>     |

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Hasil dari responden berdasarkan usia pada tabel di atas menunjukkan bahwa konsumen didominasi oleh usia 17-25 tahun sebanyak

17 orang atau 42,5% yang paling banyak menjadi konsumen amplang rumput laut UMKM Dapur Karima.

**Tabel 5.** Karakteristik Konsumen UMKM Dapur Karima Berdasarkan Pendidikan Terakhir

| No           | Pendidikan Terakhir | Jumlah (jiwa) | Presentase (%) |
|--------------|---------------------|---------------|----------------|
| 1.           | SD                  | 2             | 5              |
| 2.           | SMP                 | 5             | 12,5           |
| 3.           | SMA/SMK             | 24            | 60             |
| 4.           | Diploma             | 2             | 5              |
| 5.           | Sarjana             | 7             | 17,5           |
| <b>Total</b> |                     | <b>40</b>     | <b>100</b>     |

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas konsumen didominasi oleh kelompok Pendidikan SMA/SMK yaitu sejumlah 24 orang atau 60%.

**Tabel 6.** Karakteristik Konsumen UMKM Dapur Karima Berdasarkan Pekerjaan

| No           | Pekerjaan            | Jumlah (jiwa) | Presentase (%) |
|--------------|----------------------|---------------|----------------|
| 1.           | Pelajar/ Mahasiswa   | 8             | 20             |
| 2.           | Pegawai Negeri Sipil | 4             | 10             |
| 3.           | Pegawai Swasta       | 7             | 17,5           |
| 4.           | Wirausaha            | 12            | 30             |
| 5.           | TNI/Polri            | 2             | 5              |
| 6.           | IRT                  | 3             | 7,5            |
| 7.           | Barista              | 1             | 2,5            |
| 8.           | Jasa Ekspedisi       | 3             | 7,5            |
| <b>Total</b> |                      | <b>40</b>     | <b>100</b>     |

Sumber: Data primer diolah, 2023

Data responden berdasarkan jenis pekerjaan yang paling banyak sebagai konsumen amplang rumput laut adalah pekerjaan wirausaha.

**Tabel 7.** Karakteristik Konsumen UMKM Dapur Karima Berdasarkan Pendapatan Perbulan

| No           | Pendapatan Perbulan (Rp) | Jumlah (jiwa) | Presentase (%) |
|--------------|--------------------------|---------------|----------------|
| 1.           | < 1.000.000              | 9             | 22,5           |
| 2.           | 1.000.000 – 2.000.000    | 16            | 40,0           |
| 3.           | 2.100.000 – 4.000.000    | 12            | 30             |
| 4.           | >4.000.0000              | 3             | 7,5            |
| <b>Total</b> |                          | <b>40</b>     | <b>100</b>     |

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dari hasil tabel diatas dapat disimpulkan bahwa amplang rumput laut dari UMKM Dapur Karima dapat dinikmati oleh semua kalangan yang berpendapatan tinggi ataupun rendah (Ariadi et al., 2023).

### Analisis Customer Statisfaction Index (CSI)

Metode *Customer Statisfaction Index* yaitu untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh berdasarkan nilai tingkat kepentingan dan nilai tingkat kinerja atribut yang akan berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen amplang rumput laut Dapur Karima.

**Tabel 8.** Customer Statisfaction Index

| No               | Atribut   | Nilai Rata-rata Kepentingan | Weight Factors (WF) | Nilai Rata-rata Kinerja | Weight Score (WS) |
|------------------|-----------|-----------------------------|---------------------|-------------------------|-------------------|
| 1.               | Rasa      | 4,50                        | 15,61               | 4,45                    | 69,47             |
| 2.               | Aroma     | 3,95                        | 13,70               | 3,80                    | 52,07             |
| 3.               | Harga     | 3,90                        | 13,53               | 4,13                    | 55,81             |
| 4.               | Merek     | 3,90                        | 13,53               | 3,88                    | 52,43             |
| 5.               | Kemasan   | 4,05                        | 14,05               | 3,86                    | 54,20             |
| 6.               | Pelayanan | 4,15                        | 14,40               | 3,80                    | 54,71             |
| 7.               | Label     | 4,38                        | 15,18               | 4,48                    | 67,92             |
| <b>Total</b>     |           | <b>28,83</b>                | <b>100,00</b>       | <b>28,38</b>            | <b>406,61</b>     |
| <b>Rata-rata</b> |           | <b>4,12</b>                 |                     | <b>4,05</b>             |                   |

|                  |               |
|------------------|---------------|
| <b>Nilai CSI</b> | <b>81,32%</b> |
|------------------|---------------|

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 81,32% menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen berdasarkan hasil analisis secara keseluruhan berada pada rentang  $80\% < CSI \leq 100\%$ . Artinya tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut produk amplang rumput laut Dapur Karima berada pada kriteria “sangat puas”.

Nilai kepuasan konsumen belum mencapai 100% karena atribut yang dianggap penting bagi konsumen dan kinerja pada atribut tersebut tidak sesuai harapan konsumen. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen amplang rumput laut Dapur

Karima perlu dilakukan peningkatan kinerja atribut pada analisis *Importance Performance Analysis* (IPA).

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

Metode *Importance Performance Analysis* merupakan alat analisis yang membantu mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari atribut produk amplang rumput laut Dapur Karima.

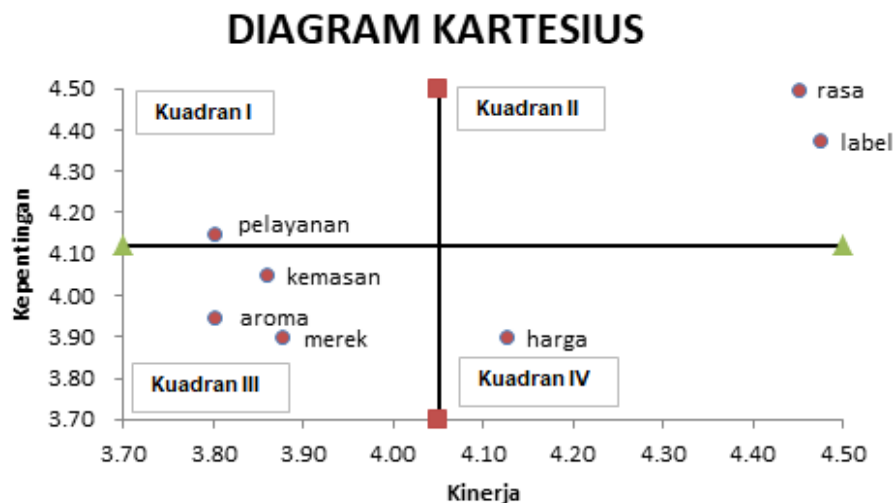
**Tabel 9.** *Importance Performance Analysis*

| No               | Atribut   | Nilai<br>Kepentingan | Rata-rata<br>Kepentingan | Nilai<br>Kinerja | Rata-rata<br>Kinerja |
|------------------|-----------|----------------------|--------------------------|------------------|----------------------|
| 1.               | Rasa      | 180                  | 4,50                     | 178              | 4,45                 |
| 2.               | Aroma     | 158                  | 3,95                     | 152              | 3,80                 |
| 3.               | Harga     | 156                  | 3,90                     | 165              | 4,13                 |
| 4.               | Merek     | 156                  | 3,90                     | 155              | 3,88                 |
| 5.               | Kemasan   | 162                  | 4,05                     | 154,3            | 3,86                 |
| 6.               | Pelayanan | 166                  | 4,15                     | 152              | 3,80                 |
| 7.               | Label     | 175                  | 4,38                     | 179              | 4,48                 |
| <b>Total</b>     |           | <b>1153</b>          | <b>28,83</b>             | <b>1135,3</b>    | <b>28,38</b>         |
| <b>Rata-rata</b> |           | <b>25,83</b>         | <b>4,12</b>              | <b>28,38</b>     | <b>4,05</b>          |

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Hasil perhitungan *Importance Performance Analysis* menunjukkan bahwa nilai rata-rata kepentingan sejumlah 4,12 sebagai garis tengah dalam diagram kartesius sumbu Y. Sedangkan nilai rata-rata kinerja sejumlah 4,05 sebagai garis tengah dalam diagram kartesius sumbu X.

Hasil dari nilai rata-rata kepentingan dan nilai rata-rata kinerja tiap atribut menjadi pasangan koordinat untuk memposisikan beberapa titik pada kuadran di diagram kartesius. Berikut diagram kartesius *Importance Performance Analysis* dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Hasil diagram kartesius *Importance Performance Analysis* UMKM Dapur Karima  
 Sumber: Data primer diolah, 2023

Atribut yang masuk pada kuadran I atau prioritas utama yang harus diperbaiki adalah pelayanan. Atribut pada kuadran II atau pertahankan prestasi yang kinerjanya harus dipertahankan adalah rasa dan label. Atribut pada kuadran III atau prioritas rendah atau yang perlu dipertimbangkan untuk diperbaiki yaitu aroma, kemasan dan merek. Sedangkan atribut pada kuadran IV atau berlebihan yaitu harga.

#### **Rekomendasi Bagi Usaha Amplang Rumput Laut**

Strategi alternatif bagi UMKM Dapur Karima yang dapat direkomendasikan pada penelitian ini terdiri dari 4 bauran pemasaran yaitu : 1). Strategi produk yang ditetapkan adalah mempertahankan kualitas produk dan menjaga penyediaan bahan baku karena ketersediaan bahan baku sangat mempengaruhi hasil produk amplang rumput laut Dapur Karima. Kemudian pada label memperhatikan tulisan yang tertera pada kemasan terutama kejelasan tanggal

kedaluarsa dan memperbaiki rancangan desain kemasan agar menarik minat beli konsumen. 2). Strategi harga dengan penetapan harga sesuai dengan segmentasi pasar dari UMKM Dapur Karima. Harga amplang rumput laut Dapur Karima disesuaikan dengan besar kecilnya kemasan yang tersedia. 3). Strategi tempat yang dilakukan adalah memperbarui spanduk depan toko sebagai penanda bahwa toko tersebut masih menjual amplang rumput laut dan meningkatkan kualitas pelayanan agar menjaga kepuasan konsumen saat berbelanja. 4). Strategi promosi yaitu menambah sarana promosi melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok dan Whatsapp serta membuat video dan foto produk yang menarik dan rajin mengikuti event kuliner lainnya.

#### **KESIMPULAN**

Hasil analisis karakteristik konsumen menunjukkan bahwa UMKM Dapur Karima memiliki potensi pengembangan yang cukup prospektif dengan catatan UMKM tersebut harus memperhatikan atribut-atribut yang perlu diperbaiki dari hasil analisis CSI dan IPA agar kepuasan konsumen tetap terjaga, serta mempertahankan produk yang membuat konsumen merasa puas.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pemilik usaha Dapur Karima yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian mengenai Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Amplang Rumput Laut Dapur Karima. Ucapan terima kasih juga kepada responden yang bersedia untuk di wawancara dan mengisi kuisioner dalam penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

Agusman., Apriani, S. N. K., & Murdinah. 2014. Penggunaan Tepung Rumput Laut *Echeuma cottonii* pada Pembuatan Beras Analog dari Tepung *Modified Cassava Flour* (Mocaf). Jurnal Pasca Panen dan Bioteknologi Kelautan dan Perikanan. 9, (1-10).

Alfisyahrica. 2015. Variasi Bagian Telur dan Persentasenya Dengan Daging Ikan Pada Proses Pengolahan Amplang Ikan Lele Dumbo (*Clarias gariepinus*). [Skripsi].

Jurusan Teknologi Hasil Pertanian.  
 Fakultas Teknologi Pertanian.  
 Universitas Jember.

Ariadi, H. 2024. Silvofishery: Opsi Pengelolaan Sumberdaya Pesisir. Pustaka Saga Jawadwipa. Surabaya.

Ariadi, H., Soeparpto, H., Sulistiana, A. 2024. Performa Budidaya Ikan Nila Saline (*Oreochromis niloticus* Salina) Pada Kolam Silvofishery. Samakia: Jurnal Ilmu Perikanan 15(1), 97-104.

Ariadi, H., Syakirin, M.B., Mardiana, T.Y., Soeprapto, H., Linayati., Madusari, B.D. 2023. Kelimpahan plankton *Prorocentrum* sp. pada tambak intensif udang vaname (*Litopenaeus vannamei*). AGROMIX 14(2), 215-220.

Ariadi, H., Mujtahidah, T., Wafi, A. 2023. Implications of Good Aquaculture Practice (GAP) Application on Intensive Shrimp Ponds and The Effect on Water Quality Parameter Compatibility. Journal of Aquaculture & Fish Health 12(2), 259-268.

Ariadi, H., Linayati., Mujtahidah, T. 2023. Oxygen Transfer Rate Efficiency of Paddle Wheel Aerators in Intensive Shrimp Ponds. BIO Web of Conferences 74, 01012.

Ariadi, H., Azril, M., Mujtahidah, T. 2023. Water Quality Fluctuations in Shrimp Ponds During Dry and Rainy Seasons. Croatian Journal of Fisheries 81(3), 127-137.

Ariadi, H., Soeprapto, H., Sihombing, J.L., Khairina, W. 2022. Analisa Model Causal Loop Pemanfaatan Keramba Budidaya Ikan Adaptif Dan Potensi Pengembangannya. Jurnal Perikanan Unram 12 (4), 504-512.

- Aritonang, R. L. 2005. Kepuasan Pelanggan. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2020. Kabupaten Nunukan dalam Angka 2020. Badan Pusat Statistik Kabupaten Nunukan.
- Dinas Perikanan Kabupaten Nunukan. 2022. Nilai Produksi Rumput Laut Kabupaten Nunukan. Dinas Perikanan Kabupaten Nunukan.
- Erniati, Fransiska, R.Z., Endang, P., & Robiatul, A.D. 2016. Potensi rumput laut: Kajian komponen bioaktif dan pemanfaatannya sebagai pangan fungsional. *Aquatica Sciences Journal*. 3(1), 12-17.
- Gitosudarmo, I. 2007. Manajemen Operasi Edisi 3. Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Hidayat, Syarif Imam. 2008. Penilaian Konsumen Terhadap Beberapa Atribut Dua Jenis Rokok Produk Sampoerna. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*. 8 (2).
- Kotler, Philip. 2016. Dasar-Dasar Pemasaran. Bumi Aksara. Jakarta.
- Madusari, B.D., Ariadi, H., Mardhiyana, D. 2024. Dynamic modelling analysis on the effectiveness of coastal land resources for aquaculture activities utilization. *Jurnal Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan (Journal of Natural Resources and Environmental Management)* 14(1), 174-174.
- Mardiana, T.Y., Ariadi, H., Rattanavichai, W., soedibya, P.H.T., Linayati. 2024. Feasibility Study Area and Dissolved Oxygen Carrying Capacity of Silvofishery Pond on the Coastal Area. *ILMU KELAUTAN: Indonesian Journal of Marine Sciences* 29(2), 1-10.
- Mardiana, T.Y., Ariadi, H., Al Ramadhani, F.H., Syakirin, M.B., Linayati. 2024. Dynamic Modeling System of Cholorophyceae Abundance in Pen-Culture Ponds During the Dry Season. *Ecological Engineering & Environmental Technology (EEET)* 25(8), 47-56.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2010. Metodologi Penelitian Kesehatan. Rineka Cipta. Jakarta.
- Novarianto, A. F., Yanti Nuraeni, M., & Departemen Agribisnis, F. E. M. 2014. Tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen waroeng hotplate odon Bogor, Jawa Barat. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor, 73.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. 2020. Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen. Deepublish. DI Yogyakarta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. CV. Bandung.
- Sumarwan, U. 2011. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, cetakan 1, Edisi 2. Ghalia Indonesia. Ciawi-Bogor.
- Supranto. J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Edisi 4. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Taufiqurrohman, A.H.A., Wibowo, D.E., Ariadi, H. 2023. Study of Fisheries Law For The Development of the Aquaculture Sector In Land Based Areas. *DE*

LEGA LATA: Jurnal Ilmu Hukum  
8 (2), 253-259.

- Wafi, A., dan Ariadi, H. 2024. The dynamic model analysis of production feasibility and market valuation of intensive shrimp culture business. *Aquaculture, Aquarium, Conservation & Legislation* 17(1), 173-179.
- Wafi, A., dan Ariadi, H. 2022. estimasi Daya Listrik Untuk Produksi Oksigen Oleh Kincir Air Selama Periode “Blind Feeding” Budidaya Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*). *Saintek Perikanan: Indonesian Journal of Fisheries Science and Technology* 18(1), 19-35.