

**EVALUASI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK BAURAN
PEMASARAN JAMUR TIRAM
PUSAT BUDIDAYA JAMUR RIAU (PUSDAMURI)**

**EVALUATION OF CONSUMER OF MIX PRODUCT ATTRIBUTE OF
OYSTER MUSHROOM MARKETING
RIAUMUSHROOM CULTIVATION CENTER (PUSDAMURI)**

Novrianto¹Fajar Restuhadi² and Eliza²
Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Riau
novria@gmail.com/081378886109

ABSTRACT

The purpose of this study was to identify and analyze attributes of oyster mushroom product. And to analyze the importance and performance of mix product attribute of oyster mushroom marketing. The experiment was conducted in Business Center Unit of Riau Mushroom Cultivation (Unit Usaha Pusat Budidaya Jamur Riau (Pusdamuri). Questionnaires were conducted in a place that became the location Pusdamuri oyster mushrooms marketing. The method that used to determine the respondents is non-probability sampling. Then continued with convenience sampling. The result showed that the results of Importance of Performance Analysis there are three attributes in Quadrant I (top priority). The attribute is the price, packaging design and availability. In Quadrant II, (feat maintain) there are six attributes, first taste, second nutritional value, benefit, color, location, and last advertising and promotion. Attributes that are in Quadrant III (low priority) are the shelf life, the content (volume) of packaging and packaging labels. In Quadrant IV (redundant) there are two attributes, namely size and customer service. Based on Customer Satisfaction Index (CSI), CSI is known that the value of 70.67% in the range of 66% - 80.99% which means that the respondent has satisfied the performance conducted by Pusdamuri (Centre for Mushroom Cultivation Riau). Consumers activities in purchase of oyster mushrooms can be used as input for producers and retailers to adjust to the demand (conformance to requirement).

Keywords: product attributes, Importance Performance Analysis, CSI

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara agraris memiliki jenis komoditas pertanian yang beragam. Keberagaman tersebut merupakan aset yang mempunyai potensi untuk

dikembangkan, salah satu subsektor yang memiliki potensi tersebut adalah subsektor hortikultura. Salah satu komoditas hortikultura dari kelompok sayuran yang potensial untuk dikembangkan adalah jamur. Saat ini ada lima jenis jamur yang sudah

1. Mahasiswa Universitas Riau
2. Dosen Fakultas Pertanian Universitas Riau

dibudidayakan di Indonesia. Salah satu dari kelima jenis jamur ini sudah mulai dibudidayakan hingga skala kategori industri, jamur tiram (*Pleurotus ostreatus*).

Kondisi pasar yang masih terus berkembang berdampak pada semakin meningkatnya pembudidaya jamur tiram yang mengakibatkan semakin tinggi tingkat persaingan antar pembudidaya. Semakin meningkatnya usaha-usaha budidaya jamur tiram ini, maka masing-masing pembudidaya harus mampu mempertahankan keberadaannya ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat. Begitu juga dengan usaha budidaya jamur tiram di Pusat Budidaya Jamur Riau (Pusdamuri) yang produk utamanya adalah jamur tiram harus menempatkan orientasi kepada pelanggan, karena kepuasan konsumen merupakan kunci utama dalam persaingan.

Keputusan pembelian oleh konsumen terhadap suatu produk dipengaruhi oleh atribut produk. Pengetahuan yang lebih banyak mengenai atribut produk akan mempermudah konsumen untuk memilih produk yang akan dibelinya. Hal ini berguna bagi pembudidaya untuk mengetahui apa yang dikehendaki konsumen terhadap produknya dan bagaimana posisi produk tersebut terhadap pesaing, semuanya akan menjadi landasan dalam menentukan strategi pemasaran. Bagi konsumen, atribut-atribut produk dari aspek-aspek bauran pemasaran yang diberikan oleh perusahaan dapat menjadi acuan dalam mencapai kepuasan dalam pembelian. Selain itu bagi perusahaan dengan mengetahui pengaruh tersebut, maka perusahaan akan lebih mudah dalam menentukan atribut-atribut bauran pemasaran yang tepat dan sesuai dengan kondisi,

kemampuan serta keadaan yang sedang dihadapi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis atribut-atribut produk jamur tiram dan menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk bauran pemasaran jamur tiram.

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu

Penelitian dilaksanakan di unit usaha Pusat Budidaya Jamur Riau (Pusdamuri), di Jl. Keramat Sakti Desa Kubang Jaya, Kecamatan Siak Hulu, Kampar Riau. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*). Penyebaran kuisioner dilakukan di beberapa tempat yang menjadi lokasi pemasaran jamur tiram dari Pusdamuri. Tempat pemasaran jamur tiram yaitu di beberapa warung sayuran yang berada di desa Kubang Raya. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan April - bulan Agustus 2014.

Metode Penelitian

Metode penentuan responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Dari teknik *non-probability sampling* digunakan *convenience sampling*. Teknik *convenience sampling* merupakan teknik dimana elemen populasi dipilih berdasarkan kemudahan dan kesediaan untuk menjadi responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan bagian terpenting yang perlu diketahui dalam suatu penelitian. Sebab, dengan mengetahui karakteristik responden, peneliti dapat mengenal objek penelitiannya dengan lebih baik. Karakteristik konsumen jamur tiram Pusdamuri sebagian

besar adalah perempuan sebanyak 65 orang, pendidikan SLTA, berprofesi sebagai ibu rumah tangga, pendidikan

terakhir SLTA, dengan pendapatan per bulan sebesar Rp. 1.000.000.– Rp. 2.000.000.

Tingkat Kepentingan Atribut Jamur Tiram Menurut Konsumen

Tabel 15. Tingkat kepentingan atribut produk jamur tiram

No	Atribut	Sangat Penting		Penting		Cukup penting		Kurang penting		Tidak penting	
		frek	%	Frek	%	frek	%	frek	%	frek	%
1	Harga	25	36	28	40	11	16	4	6	2	3
2	Cita rasa	29	41	32	46	8	11	0	0	1	2
3	Kandungan gizi	15	21	39	56	13	19	3	4	0	0
4	Manfaat produk	21	30	43	61	5	7	0	0	1	1
5	Warna produk	29	41	34	49	5	7	2	3	0	0
6	Ukuran produk	6	9	28	40	19	27	16	23	1	1
7	Masa simpan	5	7	26	37	21	29	17	24	1	1
8	Isi (volume)	5	7	26	37	20	29	16	23	3	4
9	Label kemasan	0	0	15	21	28	40	22	31	5	7
10	Desain kemasan	15	21	40	57	11	16	4	6	0	0
11	Ketersediaan	30	43	32	46	4	6	3	4	1	1
12	Lokasi	39	56	28	40	2	3	1	1	0	0
13	Iklan dan promosi	42	60	21	30	4	6	0	0	3	4
14	Layanan konsumen	5	7	18	26	40	57	5	7	2	3

Berdasarkan Tabel 15 dapat dilihat bahwa atribut harga dengan pernyataan harga jamur tiram relatif lebih murah sebanyak 92%. Hal ini karena harga merupakan suatu hal yang dianggap penting oleh konsumen dan menjadi faktor utama sebelum seseorang melakukan keputusan pembelian.

Atribut rasa dinilai oleh responden sangat penting. Hal ini berdasarkan pada tabel terlihat bahwa sebanyak 41% konsumen yang menjadi responden menyatakan sikap sangat penting terhadap rasa jamur tiram, sebanyak 46% menyatakan penting dan 11% responden menyatakan netral atau cukup penting. Sisanya hanya 2% responden yang menyatakan tidak penting terhadap rasa jamur tiram. Berdasarkan hal ini memang sebagian konsumen produk makanan

bisaanya akan mempertimbangkan rasa sebelum membeli suatu produk disamping dipengaruhi oleh harga suatu produk itu sendiri.

Tingkat kepentingan ukuran jamur tiram oleh responden yaitu 6% responden menyatakan sangat penting, 40% responden menyatakan sikap penting. Sikap netral atau cukup penting dipilih oleh sebanyak 27% responden. Selain itu, ada juga konsumen yang beranggapan bahwa atribut ukuran merupakan sesuatu hal yang kurang penting dan tidak penting, masing-masing 23% dan 1% dari total konsumen yang menjadi responden.

Jika dilihat lebih rinci 7% responden menyatakan sangat penting terhadap atribut masa simpan, 37% responden menyatakan penting, 29% responden menyatakan netral atau cukup penting. Namun, juga terdapat

responden yang menyatakan bahwa masa simpan bukan sesuatu hal yang penting yaitu sebanyak 24% responden menyatakan kurang penting dan 1% responden yang menyatakan tidak penting terhadap kepentingan masa simpan jamur tiram.

Tabel 15 menunjukkan bahwa pada atribut ketersediaan hampir semua konsumen yang menjadi responden menganggap penting 85% dengan pernyataan jamur tiram banyak tersedia. Pernyataan konsumen di atas menunjukkan bahwa ketersediaan jamur tiram merupakan salah satu faktor penting dalam pemasaran jamur tiram.

Lokasi menjadi salah satu atribut produk bauran pemasaran yang dianggap penting oleh konsumen. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 15 yang menunjukkan bahwa tingkat kepentingan lokasi yang dinilai oleh responden berada pada skala sangat penting dan penting yang jumlahnya masing-masing mencapai 56% dan 40% dari total seluruh responden. Selanjutnya responden yang memilih atribut lokasi sebagai atribut yang tidak penting yaitu sebanyak 0%.

Tingkat kepentingan atribut layanan konsumen yang dominan dipilih oleh responden berdasarkan Tabel 15 yaitu pada skala cukup penting yang jumlahnya mencapai 57% responden. Selanjutnya sebanyak 26% menyatakan penting, 7% responden menyatakan sangat penting dan sisanya responden yang memilih tingkat kepentingan layanan konsumen kurang penting dan tidak penting masing-masing sebanyak 7% dan 3%.

Berdasarkan keseluruhan tingkat kepentingan dari Tabel 15 menunjukkan bahwa responden dominan memilih atribut-atribut

produk bauran pemasaran jamur tiram pusdamuri lainnya seperti kandungan gizi, manfaat produk, warna jamur tiram, isi (*volume*) kemasan, label kemasan serta iklan dan promosi berada pada tingkat kepentingan mulai dari taraf cukup penting sampai sangat penting.

Analisis Indeks Kepuasan Konsumen

Nilai CSI diperoleh dengan membagi *Weighted Average* (Penjumlahan seluruh *Weighted score*) dengan skala maksimum (skala lima) yang digunakan dalam penelitian ini. Nilai indeks kepuasan konsumen pada penelitian ini adalah 70,67% berada pada rentang 66% - 80,99% artinya kepuasan responden terhadap atribut produk jamur tiram pusdamuri secara keseluruhan yang dilihat berdasarkan kinerja dan kepentingan atribut-atribut produk berada pada kriteria “puas”.

Hasil dari perhitungan diperoleh nilai CSI 0,71 atau 70,67%. Hasil perhitungan tersebut secara rinci disajikan pada Tabel 16.

Tabel 16 Perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

No	Atribut	MIS	MSS	Wighted factors	Weghted score
1	Harga	4.00	3.17	0.07	0.24
2	Cita rasa	4.26	3.90	0.08	0.31
3	Kandungan gizi	3.94	3.80	0.07	0.28
4	Manfaat produk	4.19	3.87	0.08	0.30
5	Warna produk	4.29	3.86	0.08	0.31
6	Ukuran produk	3.31	3.51	0.06	0.22
7	Masa simpan	3.24	3.16	0.06	0.19
8	Isi (volume)	3.14	3.14	0.06	0.26
9	Label kemasan	3.20	3.04	0.05	0.24
10	Desain kemasan	2.76	3.21	0.07	0.27
11	Ketersediaan	3.94	3.40	0.08	0.32
12	Lokasi	4.24	3.81	0.08	0.30
13	Iklan dan promosi	4.50	3.61	0.08	0.30
14	Layanan konsumen	4.41	3.57	0.06	0.22
Rata-rata				3.513.440.070.24	
Weighted average					3.53
Cuctomer statisfaction index (%)					70.67

Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Atribut Produk Jamur Tiram.

Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan dapat menggunakan metode *Importance-Performance Analysis*. Analisis tingkat kepentingan bertujuan untuk menentukan atribut-atribut produk jamur tiram yang dinilai penting oleh konsumen. Kinerja (*performance*) adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi atau perusahaan yang tertuang dalam strategi perencanaan suatu organisasi atau perusahaan.

Sebagai acuan awal dilakukan penentuan nilai rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang dianalisis. Berdasarkan Tabel 17 nilai rata-rata tingkat kepentingan diperoleh angka sebesar 3,83. Atribut produk yang dinilai penting oleh konsumen adalah atribut-atribut yang memiliki

nilai lebih besar atau sama dengan 3,83. Nilai rata-rata tingkat kepuasan kinerja sebesar 3,51.

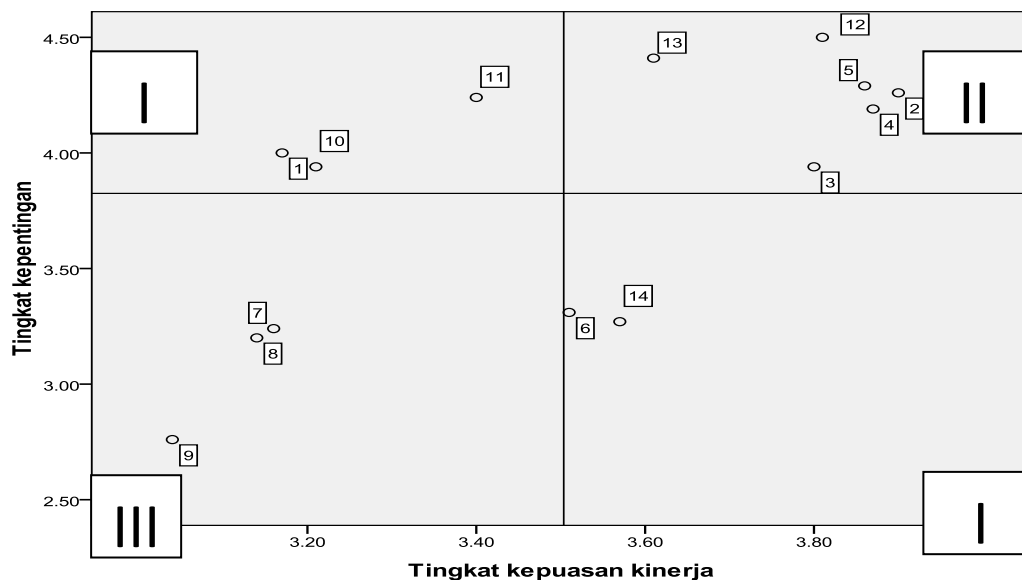
Penilaian kinerja bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen tercapai apabila kinerja perusahaan sesuai dengan tingkat kepentingan konsumen. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk jamur tiram dapat dilakukan dengan mengelompokkan atribut berdasarkan kuadran tingkat perbaikan kinerja.

Tabel 17. Nilai kepentingan dan kinerja atribut jamur tiram

No	Atribut	Nilai rata-rata skor kepentingan	Nilai rata-rata skor kinerja
1	Harga yang ditawarkan	4.00	3.17
2	Cita rasa	4.26	3.90
3	Kandungan gizi	3.94	3.80
4	Manfaat produk	4.19	3.87
5	Warna produk	4.29	3.86
6	Ukuran produk	3.31	3.51
7	Masa simpan	3.24	3.16
8	Isi (volume) kemasan	3.20	3.14
9	Label kemasan	2.76	3.04
10	Desain kemasan	3.94	3.21
11	Ketersediaan	4.24	3.40
12	Lokasi	4.50	3.81
13	Iklan dan promosi	4.41	3.61
14	Layanan konsumen	3.27	3.57
Rata-rata		3.83	3.51

Berdasarkan perhitungan Tabel 17 diatas diperoleh empat kuadran pada diagram kartesius *Importance and performance analysis* dengan garis pembagi adalah rata-rata tingkat kepentingan

dan kinerja. Kuadran pertama terletak di sebelah kiri atas, kuadran kedua di sebelah kanan atas, kuadran ketiga di sebelah kiri bawah dan kuadran keempat di sebelah kanan bawah. Seperti yang terdapat pada gambar 2 dibawah ini.



Gambar 2. Diagram kartesius IPA (Data diolah, 2014)

- Keterangan:
- | | |
|---------------------------|-----------------------------------|
| 1 = Harga yang ditawarkan | 5 = Warna |
| 2 = Rasa | 6 = Ukuran |
| 3 = Kandungan gizi | 7 = Masa simpan |
| 4 = Manfaat | 8 = Isi (<i>volume</i>) kemasan |
| | 9 = Label kemasan |

- 10 = Desain kemasan
- 11 = Ketersediaan
- 12 = Lokasi
- 13 = Iklan dan promosi
- 14 = Layanan konsumen

Perhitungan dari 14 atribut diatas, maka 14 atribut tersebut dikelompokkan ke dalam 4 Kuadran. Atribut pada kuadran I adalah atribut harga, desain kemasan dan ketersediaan. Pada Kuadran II terdapat lima atribut yaitu rasa, kandungan gizi manfaat jamur tiram, warna, lokasi serta iklan dan promosi. Pada Kuadran III terdapat 3 atribut yaitu: masa simpan, isi (*volume*) dan label kemasan. Pada kuadran IV terdapat 2 atribut yaitu: ukuran dan layanan konsumen. Kegunaan dari pengelompokan tersebut adalah untuk memperbaiki kinerja atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan.

Kuadran I (Prioritas Utama)

Pada kuadran I ini terdapat tiga atribut yaitu atribut harga, desain kemasan dan ketersediaan. Atribut-atribut ini harus menjadi prioritas utama bagi produsen jamur tiram Pusdamuri dalam peningkatan kinerja karena memiliki nilai kepentingan yang tinggi sementara nilai kinerjanya rendah. Artinya konsumen menganggap atribut harga tersebut adalah penting tetapi kinerjanya tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Hal ini terjadi selain karena tingkat pendapatan konsumen (Tabel 8) juga disebabkan karena harga yang ditetapkan oleh produsen masih cukup tinggi dibandingkan dengan harga sayuran lainnya.

Banyak hal yang mempengaruhi harga barang di pasaran. Selain pengaruh permintaan dan penawaran, kebijakan pemerintah tentang harga, tingkat

inflasi, harga pokok penjualan, harga BBM dan masih banyak faktor lain yang terkadang tidak dapat dikontrol oleh produsen menyebabkan harga menjadi atribut produk yang sangat sulit untuk dijaga kestabilannya (Widagdo, 2008). Beberapa hal yang bisa dilakukan oleh produsen antara lain meningkatkan efektifitas dan efisiensi di seluruh lini, mulai dari suplai bahan baku hingga pemasarannya.

Beberapa faktor yang penting diperhatikan dalam pengemasan bahan pangan adalah sifat bahan pangan tersebut, keadaan lingkungan dan sifat bahan pengemas (Iwan, 1999). Atribut desain kemasan juga harus menjadi prioritas karena selama ini desain kemasan yang dibuat hanya menggunakan plastik transparan dan ditambah dengan label kemasan. Pengemasan dengan cara tersebut diharapkan mampu mempertahankan kualitas jamur tiram putih segar (Handayani, 2008). Sedangkan untuk atribut ketersediaan juga harus ditingkatkan. Ketersediaan jamur tiram berhubungan dengan kapasitas produksi oleh produsen. Sebagai langkah antisipasi menghadapi kemungkinan pertambahan permintaan maupun untuk memperluas wilayah pemasaran, produsen dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan kapasitas produksi.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Tingkat kepentingan konsumen pada kuadran ini sudah sesuai dengan kinerja atribut artinya konsumen sudah puas dengan kinerja atribut-atribut tersebut sehingga produsen hanya perlu mempertahankan kualitas kinerja yang telah berjalan, atribut-atribut yang terdapat di kuadran kedua ini adalah: rasa, kandungan gizi manfaat

jamur tiram, warna, lokasi serta iklan dan promosi. Jamur tiram mudah rusak, salah satu indikator kerusakan adalah terjadi perubahan warna dan rasa jamur tiram (Handayani, 2008). Menurut Kadir (2010) perubahan warna sebagai salah satu indeks mutu bahan pangan sering digunakan sebagai parameter untuk menilai mutu produk pertanian. Oleh karena itu jamur tiram Pusdamuri yang dititipkan di tempat-tempat penjualan akan langsung ditarik atau diganti dengan yang baru apabila jamur tersebut tidak dibeli atau tidak laku, sehingga jamur tiram yang dijual adalah jamur tiram yang masih segar. Hal ini menyebabkan tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap warna dan rasa jamur tiram menjadi cukup tinggi.

Atribut kandungan gizi dan manfaat menurut konsumen merupakan hal yang sangat penting dan sudah memuaskan, hal ini dapat disebabkan oleh pengetahuan konsumen terhadap atribut tersebut. Pengetahuan seseorang dapat diukur melalui tingkat pendidikan yang dimiliki. Rata-rata tingkat pendidikan responden pada penelitian ini dapat digolongkan sudah cukup tinggi, hal ini dapat dilihat pada Tabel 6. Penilaian responden terhadap atribut kandungan gizi dan manfaat mengkonsumsi jamur tiram dapat dikaitkan dengan tingkat pendidikan responden tersebut, dimana terdapat hubungan yang signifikan antara atribut produk kandungan gizi dan manfaat jamur tiram terhadap tingkat pendidikan (Lampiran 10).

Lokasi yang dekat dengan tempat tinggal konsumen juga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen karena semakin dekat tempat penjualan maka semakin mudah dalam melakukan pembelian. Hal ini dapat dilihat pada atribut lokasi yang

dinilai oleh konsumen menjadi hal yang penting dan sudah memuaskan konsumen. Begitu pula dengan atribut iklan dan promosi yang dilakukan dengan cara menyebarkan brosur-brosur tentang jamur tiram direspon oleh responden sebagai hal yang penting dilakukan dan kinerjanya cukup memuaskan responden. Semua atribut-atribut pada kuadran ini harus dipertahankan prestasinya. Tetapi untuk jangka panjang tentu akan dibutuhkan berbagai peningkatan seiring bermunculannya pesaing baru.

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Pada kuadran III memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Atribut-atribut seperti masa simpan, isi (*volume*) dan label kemasan yang berada dalam kuadran ini dinilai oleh responden tidak terlalu penting artinya responden tidak terlalu memperhatikan terhadap atribut-atribut tersebut dan ternyata kinerjanya juga kurang memuaskan, dapat dikatakan bahwa atribut-atribut tersebut memiliki pengaruh yang tidak terlalu besar apabila dilakukan perbaikan kinerjanya dalam jangka pendek.

Masa simpan jamur tiram kurang lebih selama 2 hari pada suhu kamar (27°C - 32°C), sehingga mengharuskan konsumen untuk tidak menyimpan terlalu lama melebihi masa simpan jamur tiram tersebut. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memperpanjang masa simpan jamur tiram adalah menyimpan dilemari pendingin atau kulkas sehingga biasanya dapat bertahan selama 7-9 hari.

Label adalah bagian dari produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan produsen kepada konsumen. Label

juga merupakan tanda pengenal yang dicantumkan pada produk (Widagdo, 2007). Atribut label pada kemasan jamur tiram pusdamuri dinilai tidak terlalu penting karena ada atau tidak adanya label tidak menjadi patokan bagi konsumen dalam melakukan pembelian. Hal ini juga dapat dilihat pada Lampiran 11 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap hasil penjualan sebelum dan sesudah diberi label pada kemasan. Begitu juga dengan atribut isi (*volume*) kemasan oleh responden dinilai tidak terlalu penting dan kinerjanya tidak jamur tiram maka perbaikan kinerja atribut-atribut produk di atas tetap diperlukan juga.

Kuadran IV (Berlebihan)

Pada kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan dirasakan terlalu berlebihan. Atribut-atribut tersebut dinilai oleh konsumen memiliki kepentingan yang rendah tetapi kinerjanya bagus.

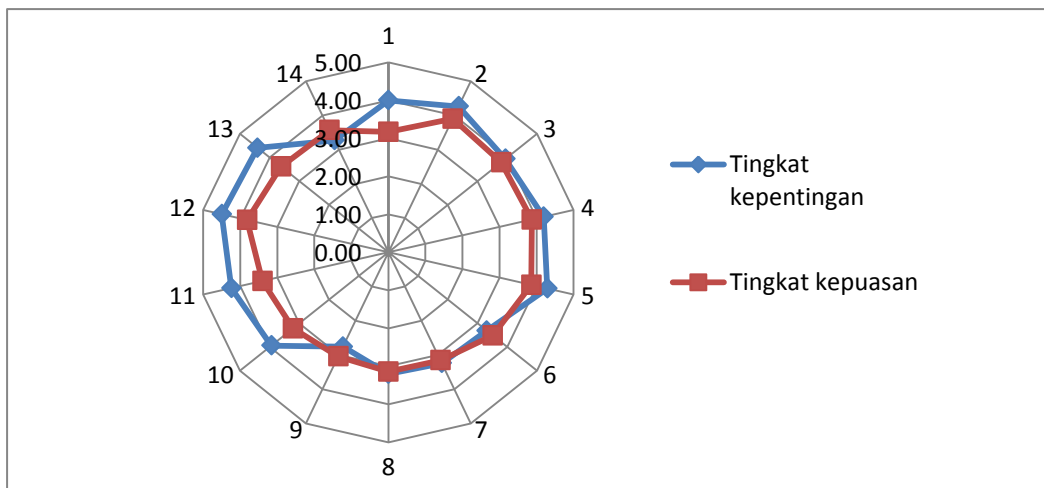
Jamur tiram yang sudah dipanen di Pusdamuri selanjutnya dilakukan penyotiran sehingga ukuran jamur tiram menjadi lebih seragam. Hal ini dirasakan konsumen berlebihan karena sebagian besar menganggap jamur tiram yang mereka beli hanya diolah sebagai sayuran atau sebagai tambahan sayuran, sehingga atribut ini dianggap tidak penting. Atribut layanan konsumen oleh responden cukup memuaskan, namun atribut ini dinilai tidak terlalu penting. Hal ini disebabkan karena ketika konsumen ingin membeli jamur tiram, mereka cukup datang dan membeli jamur

memuaskan karena responden lebih melihat harga yang ditawarkan ketika melakukan pembelian.

Perbaikan kinerja atribut-atribut seperti masa simpan, isi (*volume*) dan label kemasan yang berada pada kuadran ini tidak terlalu penting dilakukan dalam waktu dekat artinya lebih baik dilakukan perbaikan pada kuadran I (prioritas), walaupun demikian pada era persaingan seperti sekarang ini dimana banyak bermunculan produsen-produsen makanan terutama untuk produk sejenis berupa

tiram di tempat-tempat penjualan sayur-sayuran.

Tingkat kepentingan tergantung pada persepsi masing-masing konsumen sehingga tiap-tiap konsumen berbeda tingkat kepentingannya. Jadi untuk meningkatkan kepuasan konsumen dilakukan melalui peningkatan kinerja, dengan pengelompokan *Importance Performance Analysis* dapat diketahui atribut mana yang harus menjadi prioritas. Prioritas atribut tersebut diperlukan karena perbaikan kinerja atribut tidak bisa dilakukan secara serentak berhubungan dengan keterbatasan sumberdaya selain itu juga ada atribut yang sudah baik kinerjanya sehingga hanya perlu dipertahankan.



Gambar 3. Tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pada diagram *spider web design*

Keterangan:

- 1 = Harga yang ditawarkan
- 2 = Rasa
- 3 = Kandungan gizi
- 4 = Manfaat
- 5 = Warna
- 6 = Ukuran
- 7 = Masa simpan
- 8 = Isi (*volume*) kemasan
- 9 = Label kemasan
- 10 = Desain kemasan
- 11 = Ketersediaan
- 12 = Lokasi
- 13 = Iklan dan promosi
- 14 = Layanan konsumen

Pada diagram *spider web design* diatas, yang memiliki nilai harapan kepentingan dan tingkat kepuasan kinerja yang paling dekat adalah kandungan gizi, manfaat, masa simpan dan isi (*volume*) kemasan. Hal tersebut menunjukkan tingkat harapan kepentingan responden terhadap atribut-atribut tersebut sudah mendekati tingkat kepuasan terhadap kinerja yang sudah dilakukan oleh produsen. Sedangkan untuk atribut harga, rasa, warna, desain kemasan, ketersediaan, lokasi, iklan dan promosi.

Berdasarkan Gambar 3 menunjukkan bahwa tingkat kepuasan responden terhadap atribut-

atribut tersebut masih dibawah tingkat kepentingan yang mereka harapkan. Namun, pada atribut produk berupa ukuran, label kemasan dan layanan konsumen berada diatas tingkat kepentingan. Artinya nilai kepuasan terhadap kinerja atribut-atribut tersebut melebihi tingkat kepentingan yang diharapkan oleh responden jamur tiram.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Hasil dari Importance Performance Analysis terdapat tiga atribut pada Kuadran I (prioritas utama). Atribut tersebut adalah harga, desain kemasan dan ketersediaan. Pada Kuadran II (pertahankan prestasi) terdapat enam atribut, yaitu rasa, kandungan gizi, manfaat, warna, lokasi serta iklan dan promosi. Atribut yang berada pada Kuadran III (prioritas rendah) adalah masa simpan, isi (*volume*) kemasan dan label kemasan. pada Kuadran IV (berlebihan) terdapat dua atribut yaitu ukuran dan layanan konsumen.

2. Berdasarkan Customer Satisfaction Index (CSI), diketahui bahwa nilai CSI adalah sebesar 70,67% berada pada rentang 66% - 80,99% yang berarti para responden telah puas terhadap kinerja yang dilakukan oleh Pusdamuri (Pusat Budidaya Jamur Riau).
3. Perilaku konsumen dalam pembelian jamur tiram dapat dijadikan masukan bagi produsen maupun retailer untuk menyesuaikan dengan permintaan (conformance to requirement).

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dan pembahasan dapat diajukan beberapa saran berikut :

1. Perlu dilakukan penelitian lanjutan yang lebih komprehensif baik dari pihak konsumen maupun dari pihak produsen, dengan wilayah yang lebih luas terutama di daerah lain.
2. Perlu adanya rancangan produksi dan pemasaran jamur tiram yang terpadu, efisien dan efektif.
3. Perlunya pendidikan konsumen agar lebih peduli terhadap masalah perlabelan.

DAFTAR PUSTAKA

- Handayani, R.T. 2008. **Pengemasan atmosfer termodifikasi jamur tiram putih (*Pleurotus ostreatus*)**. Skripsi Fakultas Teknologi Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Iwan, W. 1999. **Kemasan yang Menjual**. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Widagdo, W. 2007. **Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap atribut**

mutu beras berlabel serta perilaku konsumen dalam pembelian beras berlabel. Skripsi Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.