

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Produk Olahan Sayur Kangkung di Kota Medan

Sarah Febrianti Sirait^{1*}, Juli Winando Lumban Toruan², Ismawati³
^{1,2,3}Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University
*Email: Sarahfebrianti@apps.ipb.ac.id

Abstrak

Di era digitalisasi, persaingan di pasar kerja semakin ketat, mendorong para wirausahawan untuk menciptakan produk olahan inovatif guna mempertahankan daya saing mereka dan memastikan kesetiaan konsumen. Syifa Hidroponik merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menghadirkan layanan penjualan sayuran secara online. Penelitian dilakukan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk olahan sayur kangkung rendang dan arsik dari Syifa Hidroponik, dengan fokus pada dua tujuan utama: (1) memahami karakteristik konsumen Syifa Hidroponik, dan (2) menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk olahan kangkung rendang dan arsik. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah probabilitas sampling. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif dan Indeks Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction Index/C.S.I*). Penelitian ini melibatkan 65 responden, mayoritas di antaranya adalah perempuan dengan tingkat pendidikan terutama pada tingkat sarjana, dan memiliki pendapatan bulanan di atas Rp2.500.000,00. Hasil analisis Indeks Kepuasan Konsumen (C.S.I) menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap produk kangkung rendang dan arsik dari Syifa Hidroponik mencapai 82,29%. Temuan ini menandakan bahwa konsumen telah merasa puas dengan kualitas produk olahan inovatif kangkung yang ditawarkan oleh Syifa Hidroponik.

Kata kunci: Inovasi, Kangkung arsik, Kangkung rendang, Kepuasan konsumen

Abstract

In the era of digitalization, competition in the job market has intensified, pushing entrepreneurs to create innovative processed products to maintain their competitiveness and ensure consumer loyalty. Syifa Hydroponics is a Micro, Small and Medium Enterprise (MSME) that provides online vegetable sales services. Research was conducted to evaluate the level of consumer satisfaction with Syifa Hydroponic's kale rendang and arsik vegetable products, focusing on two main objectives: (1) understanding the characteristics of Syifa Hydroponic consumers, and (2) analyzing the level of consumer satisfaction with processed kale rendang and arsik products. The sampling method used was probability sampling. The data collected was analyzed using a descriptive approach and the Customer Satisfaction Index (C.S.I). This study involved 65 respondents, the majority of whom were women with education levels mainly at the undergraduate level, and had monthly incomes above IDR 2,500,000. The results of the Consumer Satisfaction Index (C.S.I) analysis show that the level of consumer satisfaction with kale rendang and arsik products from Syifa Hydroponics reached 82.29%. This finding indicates that consumers are satisfied with the quality of the innovative processed kale products offered by Syifa Hydroponics.

Keywords: Consumer satisfaction, Innovation, Kale arsik, Kale rendang

PENDAHULUAN

Kota Medan, yang juga disebut sebagai Kota Metropolitan, adalah ibu kota Provinsi Sumatera Utara dan salah satu dari lima kota terpadat di Indonesia (Husni, 2022). Kota Medan memiliki luas 265,10 km² (Kota Medan dalam Angka, 2020).

Ketika pola makan masyarakat Kota Medan berubah menuju gaya hidup sehat, preferensi konsumen terhadap produk pangan telah berubah secara signifikan. Perubahan ini tercermin dalam peningkatan minat terhadap produk olahan, khususnya sayur kangkung, yang memiliki banyak nutrisi dan dapat diolah menjadi berbagai produk bernilai tambah. Fenomena ini menunjukkan perubahan selera konsumen dan memberikan peluang bagi bisnis makanan olahan Kota Medan.

Salah satu bisnis mikro kecil menengah yang berfokus pada budidaya sayuran kangkung melalui hidroponik di Kota Medan, Sumatera Utara, Syifa Hidroponik berdiri sejak tahun 2013. Pimpinan perusahaan mengetahui bahwa sayuran kangkung dapat diolah menjadi cemilan yang sehat. Dengan ide dan inovasi saat ini, syifa hidroponik mengolah sayuran menjadi produk kuliner yang ringan dan bergizi.

Supriyati & Herliyana (2010) menyatakan bahwa kangkung (*Ipomea aquatica forsk*) adalah tanaman sayuran yang dapat bertahan lebih dari satu tahun. Pertumbuhan menjalar atau membelit tanaman yang berdekatan dengannya. Family *Convolvulaceae* mencakup jenis tanaman sayuran daun yang dikenal sebagai kangkung. Sumber vitamin A adalah daun kangkung panjang berwarna hijau keputih-putihan. Anda juga dapat mengolahnya menjadi produk olahan baru, seperti kangkung rendang atau kangkung arsik. Tabel 1 menunjukkan data penjualan.

Tabel 1. Penjualan Produk Olahan Kangkung Tahun 2021

Bulan	Jenis Produk	Terjual (Pcs)
Januari	Kangkung Arsik	100
	Kangkung Rendang	150
Februari	Kangkung Arsik	150
	Kangkung Rendang	150
Maret	Kangkung Arsik	100
	Kangkung Rendang	100
April	Kangkung Arsik	100
	Kangkung Rendang	180
Mei	Kangkung Arsik	100
	Kangkung Rendang	150
Juni	Kangkung Arsik	150
	Kangkung Rendang	150

Bulan	Jenis Produk	Terjual (Pcs)
Juli	Kangkung Arsik	100
	Kangkung Rendang	100
Agustus	Kangkung Arsik	100
	Kangkung Rendang	120
September	Kangkung Arsik	160
	Kangkung Rendang	150
Oktober	Kangkung Arsik	150
	Kangkung Rendang	150
November	Kangkung Arsik	100
	Kangkung Rendang	100
Desember	Kangkung Arsik	200
	Kangkung Rendang	200
Total		3210

Sumber Data Syifa Hidroponik, 2022

Berdasarkan Tabel 1 Data menunjukkan penjualan olahan sayur kangkung selama satu tahun sebanyak 3210 psc produk olahan sayur kangkung, yang menunjukkan transformasi sayur kangkung dari bahan mentah menjadi produk siap konsumsi yang menarik. Industri ini terus berupaya memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam dengan menyediakan berbagai jenis produk olahan sayur kangkung, seperti nugget, kripi, atau sediaan siap masak. Untuk memastikan bahwa produk olahan sayur kangkung sesuai dengan tren dan memenuhi ekspektasi pelanggan Kota Medan, pergeseran ini membuatnya perlu untuk melakukan pemeriksaan menyeluruh terhadap kepuasan pelanggan.

Menjalan usaha melalui proses pemasaran suatu produk, seorang pemasar atau tim pemasaran harus berusaha untuk mengetahui karakteristik dari konsumen. Dalam hal ini juga termasuk harus mengetahui selera konsumen dan metode konsumen dalam mengambil keputusan pembelian sehingga produsen dapat menghasilkan barang dan jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen (Yulianti *et al.*, 2019). Pengetahuan yang luas mengenai konsumen memungkinkan produsen untuk mendapatkan konsumen yang loyal, sehingga mau membeli kembali apa yang ditawarkan oleh produsen (Rahmawati, 2016).

Dalam situasi persaingan yang semakin ketat di industri pangan olahan Kota Medan, pemahaman konsumen melalui analisis kepuasan menjadi keunggulan strategis. Produsen yang dapat memahami dan merespons secara tepat harapan konsumen terhadap produk olahan sayur kangkung memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Oleh karena itu, analisis kepuasan konsumen terhadap produk

olahan sayur kangkung di Kota Medan menjadi instrumen penting dalam pengembangan produk, pemasaran, dan strategi bisnis untuk memastikan produk olahan sayur kangkung tetap relevan dan diminati di pasar yang dinamis ini.

METODE

Berdasarkan Tabel 1 Data menunjukkan penjualan olahan sayur kangkung selama satu tahun sebanyak 3210 psc produk olahan sayur kangkung, yang menunjukkan transformasi sayur kangkung dari bahan mentah menjadi produk siap konsumsi yang menarik. Industri ini terus berupaya memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam dengan menyediakan berbagai jenis produk olahan sayur kangkung, seperti nugget, kripi, atau sediaan siap masak. Untuk memastikan bahwa produk olahan sayur kangkung sesuai dengan tren dan memenuhi ekspektasi pelanggan Kota Medan, pergeseran ini membuatnya perlu untuk melakukan pemeriksaan menyeluruh terhadap kepuasan pelanggan.

Menjalan usaha melalui proses pemasaran suatu produk, seorang pemasar atau tim pemasaran harus berusaha untuk mengetahui karakteristik dari konsumen. Dalam hal ini juga termasuk harus mengetahui selera konsumen dan metode konsumen dalam mengambil keputusan pembelian sehingga produsen dapat menghasilkan barang dan jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen (Yulianti *et al.*, 2019). Pengetahuan yang luas mengenai konsumen memungkinkan produsen untuk mendapatkan konsumen yang loyal, sehingga mau membeli kembali apa yang ditawarkan oleh produsen (Rahmawati, 2016).

Dalam situasi persaingan yang semakin ketat di industri pangan olahan Kota Medan, pemahaman konsumen melalui analisis kepuasan menjadi keunggulan strategis. Produsen yang dapat memahami dan merespons secara tepat harapan konsumen terhadap produk olahan sayur kangkung memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Oleh karena itu, analisis kepuasan konsumen terhadap produk olahan sayur kangkung di Kota Medan menjadi instrumen penting dalam pengembangan produk, pemasaran, dan strategi bisnis untuk memastikan produk olahan sayur kangkung tetap relevan dan diminati di pasar yang dinamis ini.

Metode pengambilan data dilakukan dengan metode survei. Data yang dikumpulkan berupa data primer. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer baik bersifat kuantitatif maupun kualitatif. Populasi dapat disebutkan sebagai keseluruhan individu-individu dengan kualitas dan ciri yang sudah ditentukan dan digunakan sebagai sumber data, kualitas atau ciri ini dikatakan sebagai variabel, sedangkan

individu-individu yang ada dalam populasi dikatakan sebagai anggota populasi. Sebagian dari populasi yang diambil untuk menggambarkan seluruh populasi disebut dengan sampel (Zulkarnain, 2019).

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling, yakni teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode pemilihan sampel yang penentuan sampelnya dilakukan berdasarkan kriteria tertentu. Tujuannya adalah memastikan bahwa responden yang dijadikan sampel dipilih berdasarkan kemudahan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen sawi hijau hidroponik di Syifa Hidroponik Medan sebanyak 65 orang dari Total yang terdata 132 Konsumen di Syifa Hidroponik.

Metode Analisis yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis Deskriptif analisis CSI.

Analisis Deskriptif

Menurut Misbahudin & Hasan (2013), analisis deskriptif digunakan untuk menguji generalisasi atau mengidentifikasi karakteristik konsumen dalam suatu penelitian. Analisis deskriptif menggunakan tabel frekuensi, yaitu penyajian data dan informasi dalam bentuk tabel sederhana. Hasil yang diperoleh dipersentasekan berdasarkan jumlah responden. Persentase terbesar merupakan faktor dominan dari masing-masing variabel karakteristik. Karakteristik yang dianalisis yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pendapatan per bulan.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Stratford dalam Rahmasari *et al.* (2017), menyatakan bahwa *Customer Satisfaction Index* digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dan atribut-atribut kualitas jasa yang diukur. Tahap pengukuran CSI menurut Aritonang (2005) adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* tiap-tiap variabel,
- b. Menentukan *Weight Factor (WF)* per variabel. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per variabel terhadap total MIS seluruh variabel,
- c. Menentukan *Mean Satisfaction Score (MSS)* tiap atribut,
- d. Membuat *Weight Score (WSk)* tiap variabel. Bobot ini merupakan perkalian antara WFk dengan MSSk, dan
- e. Menentukan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Sehingga dari perhitungan rentang skala di atas dapat ditentukan rentang skala kepuasan konsumennya adalah:

Rentang Nilai (%)	Kategori
80<CSI<100	Sangat Puas
60<CSI<80	Puas
40<CSI<60	Biasa/cukup puas
20<CSI<40	Tidak puas
0<CSI<20	Sangat Tidak Puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Syifa Hidroponik adalah salah satu industri pengolahan sayuran di Kota Medan yang terletak di Jalan Bromo Lorong Amal No. 11 Medan. Syifa Hidroponik dipimpin oleh satu orang yaitu sebagai ketua atau manajer. Dalam sebulan usaha Syifa Hidroponik mampu memproduksi sayuran sebanyak 30 kg/bulan. Saat ini Syifa Hidroponik membudidayakan tanaman selada, pakcoy, sawi hijau dan bayam.

Profil Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 65 orang dari total 132 konsumen yang terdata di Syifa Hidroponik. Penetapan sampel menggunakan teknik purposive sampling, yakni responden dipilih berdasarkan kemudahan untuk ditemui dan kesediaan untuk mengisi kuesioner.

Tabel 2. Profil Responden

Kategori	Karakteristik	Jumlah	%
Jenis Kelamin	Pria	20	30,77
	Wanita	45	69,23
Umur/Usia(Tahun)	20-30	15	23,08
	31-41	35	53,85
	42-52	10	15,38
Pendidikan Terakhir	SMP	3	4,62
	SMA	20	30,77
	S1	42	64,62
Pendapatan/bulan(Rp)	<Rp.1.500.000	20	30,77
	Rp.1.500.000-	15	23,08
	Rp.2.500.000		
	>Rp. 2.500.000	30	46,15

Berdasarkan Tabel 2 profil responden bahwa Pada penelitian ini mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, karena secara umum lebih senang berbelanja dan memiliki waktu lebih banyak dibanding laki laki. umur rata-rata 31-41 tahun dengan kategori dewasa dikarenakan konsumen yang sudah dewasa yang menyukai makanan

sehat, rata-rata berpendidikan S1, dengan memiliki pendapatan rata-rata diatas Rp. 2.500.000 dan para konsumen di penelitian ini memiliki rasa keingintauan tinggi terhadap olahan produk inovasi sayur hidroponik kangkung menajdi kangkung arsik dan kangkung rendang yang mengatakan rasa yang berbeda dibandingkan sayur yang diproduksi bukan dengan cara hidroponik (Majiid *et al.* 2020).

Tabel 3. *Customer Satisfaction Index* Produk Kangkung Arsik dan Rendang

No	Atribut	MIS	MSS	Weighted Factor (%)	Weighted Score
1	Harga Produk Kangkung Arsik dan Kangkung Rendang	4,5	4,5	10,9756098	49,3902439
2	Kesegeran bahan Produk Kangkung Arsik dan Kangkung Rendang	4,5	4,5	10,9756098	49,3902439
3	Rasa Produk Kangkung Arsik dan Kangkung Rendang Kualitas Produk	4	4,5	9,75609756	43,902439
4	Ketersediaan Produk Kangkung Arsik dan Kangkung Rendang	3,5	4	8,53658537	34,1463415
5	Aroma Produk Kangkung Arsik dan Kangkung Rendang	3,5	4	8,53658537	34,1463415
6	Desain Kemasan Produk Kangkung Arsik dan Kangkung Rendang	4,5	4,5	10,9756098	49,3902439
7	Ukuran Produk Kangkung Arsik dan Kangkung Rendang	4	4	9,75609756	39,0243902
8	Promo produk Kangkung Arsik dan Kangkung Rendang	4	4	9,75609756	39,0243902
9	Ketersediaan Informasi Produk Kangkung Arsik dan Kangkung Rendang	4,5	4	10,9756098	43,902439
10	Merek yang telah dikenal pada produk Kangkung Arsik dan Kangkung Rendang	4	3,5	9,75609756	34,1463415
Jumlah		41	41,5	100	416,463415
Rata-rata		4.1	4,15		
CSI: 83,2926829					

Berdasarkan Tabel 3 hasil analisis kepuasan konsumen pada umkm syifa hidroponik Medan memiliki indeks CSI sebesar 83,2926829%, hal tersebut dikategorikan sangat puas. Kategori ini mendeskripsikan bahwa olahan inovasi sayur kangkung hidroponik menjadi kangkung arsik dan rendang melebihi tingkat harapan konsumen. Tercapainya kepuasan konsumen ini dilihat berdasarkan aribut yang telah dilampirkan pada Table 3.

KESIMPULAN DAN SARAN

Analisis tingkat kepuasan konsumen pada umkm syifa hidroponik Medan memiliki indeks CSI sebesar 83,2926829%, hal tersebut dikategorikan sanagat puas. Kategori ini mendeskripsikan bahwa oalahan inovasi sayur kangkung hidroponik menjadi kangkung arsik dan rendang melebihi tingkat harapan konsumen.

Untuk kedepannya pada umkm ini tetap mempertahankan apa yang sudah baik sehingga konsumen tetap merasa puas akan produk olahan inovasi kangkung yaitu kangkung arsik dan kangkung rendang.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2020). Produksi Tanaman Sayuran di Indonesia 2017-2020. www.bps.go.id (Diakses 10 November 2021).
- Husni, M. (2022). 5 Kota Terpadat di Indonesia, Nomor 4 Ada di Luar Pulau Jawa. Isu Bogor.com, Bogor. <https://isubogor.rakyat.com/saksama/pr-453637344/5-kota-terpadat-di-indonesianomor-4-ada-di-luar-pulau-jawa?page=2> (19 Maret 2022)
- Indrawaty, S., Nurmely, V. Nilai Tambah Pengolahan Kangkung Hidroponik Menjadi Kangkung Rendang Studi Kasus Syifa Hidroponik, Jalan Bromo, Kec. Medan Denai, Medan. Vol 2. No. 2.
- Majiid R.I.S., Sutrisno, J., & Barokah, U. (2020). Measuring the Satisfaction Levels of Customers of Fresh Vegetables towards the Marketing Mix in Traditional Markets in Sukoharjo Regency, Indonesia. *Caraka Tani: Journal of Sustainable Agriculture*. 35(1):117–125. doi:10.20961/carakatani.v35i1.34476.
- Misbahudin, H. I. (2013). Analisis Data Penelitian dengan Statistik. Jakarta (ID): PT Bumi Aksara
- Rahmasari, L. F., Nurmalina, R., & Priatna, W. B. (2017). Analisis Sikap, Konsistensi, dan Kepuasan pada Teh Kotak Ultrajaya: An Experimental Marketing Research on IPB Agrobusinessmaster of Science Students. *Forum Agrobisnis [Internet]*. [diunduh 2018 Januari 24] Tersedia pada:<http://journal.ipb.ac.id/index.php/fagb/article/download/20936/14331>.
- Triatmojo, A., Muzayyanah, M. A. U., & Qui, N. H. (2023). Pengaruh Sosiodemografi terhadap Persepsi Harga Konsumen pada Merek Produk Olahan Daging Hasil Peternakan. *Jurnal Triton*, 14(1), 263-275.