

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN  
KARKAS AYAM BROILER DI PASAR SENTRAL PANGKAJENE  
KABUPATEN PANGKEP**

*Analysis of Consumer Satisfaction Level on The Sale of Broiler Chicken Carcass in The  
Pangkajene Central Market, Pangkep Regency*

**Anita Sari\*, Harifuddin dan Nova Mutia Sari**

Jurusan Peternakan, Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan  
Jln. Poros Makassar-Parepare Km.83, Pangkep, 90652

\*Email Koresponden: [anitamuhtar85@gmail.com](mailto:anitamuhtar85@gmail.com)

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk menganalisis karakteristik konsumen dan karakteristik produk karkas ayam broiler pada Pasar Sentral Pangkajene Kabupaten Pangkep serta untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap karkas ayam broiler pada Pasar Sentral Pangkajene Kabupaten Pangkep. Konsumen dalam pembelian karkas ayam memiliki karakteristik yang berbeda-beda, karakteristik masing-masing konsumen yang dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif. Tingkat kepuasan konsumen diteliti untuk mengetahui kepuasan maupun ketidakpuasan yang diterima konsumen setelah melakukan pembelian karkas ayam broiler. Alat mengukur kepuasan konsumen adalah metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) karena merupakan integrasi metode pendekatan analisis strategi peningkatan kepuasan. Selanjutnya melihat strategi pemasaran yang dilakukan dengan cara pengamatan. Strategi yang dimaksud adalah strategi pemasaran yang digunakan meliputi : strategi produk, harga, tempat, promosi, orang, lingkungan fisik, proses. Tingkat Kepuasan Konsumen karkas ayam broiler pada Pasar Sentral Pangkajene berdasarkan *Important Performance Analysis* (IPA) memperlihatkan prioritas utama adalah atribut tekstur pada karkas ayam broiler dan ketersediaan karkas ayam broiler. Berdasarkan indeks kepuasan konsumen karkas ayam broiler pada Pasar Sentral Pangkajene semua atribut dikatakan puas berdasarkan *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang diperoleh adalah 1,00 atau 99,68%. Perbaikan atribut yang diperoleh melalui IPA diharapkan dapat meningkatkan nilai CSI hingga 100%.

*Kata kunci:* karkas ayam broiler, *Importance Performance Analysis* (IPA), *Customer Satisfaction Index* (CSI).

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to analyze consumer characteristics and characteristics of broiler chicken carcass products at the Pangkajene Central Market, Pangkep Regency and to analyze the level of consumer satisfaction with broiler chicken carcass at the Pangkajene Central Market, Pangkep Regency. Consumers in the purchase of carcass have different characteristics, the characteristics of each consumer are analyzed using descriptive statistical analysis. The level of consumer satisfaction was researched to find*

*out the satisfaction and dissatisfaction received by consumers after purchasing broiler chicken carcasses. The tools to measure customer satisfaction are the Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI) methods because they are an integration of the method of analyzing the strategy of increasing satisfaction. Next, look at the marketing strategy carried out by observation. The strategy in question is the marketing strategy used including: product strategy, price, place, promotion, people, physical environment, process. The Consumer Satisfaction Level of broiler chicken carcasses at the Pangkajene Central Market based on the Important Performance Analysis (IPA) shows that the main priority is the texture attributes of broiler chicken carcasses and the availability of broiler chicken carcasses. Based on the broiler chicken carcass consumer satisfaction index at the Pangkajene Central Market, all attributes are said to be satisfied based on the Customer Satisfaction Index (CSI) obtained is 1.00 or 99.68%. Improvements in attributes obtained through IPA are expected to increase CSI values by up to 100%.*

*Keywords: broiler chicken carcass, Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI).*

## **PENDAHULUAN**

Subsektor peternakan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pembangunan sektor pertanian yang diutamakan untuk memenuhi kebutuhan pangan dan gizi. Kesadaran akan pentingnya kebutuhan pangan yang bernilai gizi tinggi merupakan salah satu indikator dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat yang dapat dipenuhi dari protein hewani seperti daging, telur dan susu. Semakin meningkatnya jumlah penduduk, tingkat pendapatan dan pendidikan masyarakat akan menyebabkan meningkatnya permintaan akan produk hewani, sehingga perlu adanya peningkatan produksi untuk memenuhi permintaan tersebut. Oleh karena itu, dalam rangka pengadaan produk peternakan bagi kebutuhan masyarakat maka diperlukan pembangunan dibidang peternakan yang lebih cepat menghasilkan produk. Salah satu komoditas ternak yang cukup potensial dalam mencapai tujuan tersebut adalah ayam ras pedaging.

Ayam ras pedaging merupakan komoditi peternakan yang cukup cepat diproduksi untuk kebutuhan pasar dibandingkan dengan produk ternak lainnya. Ayam ras pedaging atau yang lebih dikenal dengan ayam broiler memiliki keunggulan dibandingkan dengan jenis ayam ras lainnya. Keunggulan ayam ras pedaging antara lain pertumbuhannya yang sangat cepat dengan bobot badan yang tinggi antara 1,5-2 kg dalam waktu yang relatif pendek yaitu 35-40 hari, konversi pakan kecil, siap dipotong pada usia muda serta menghasilkan kualitas daging berserat lunak. Perkembangan yang pesat dari ayam ras pedaging ini juga merupakan upaya penanganan untuk mengimbangi kebutuhan masyarakat terhadap daging ayam.

Kebutuhan ayam broiler diperkirakan mencapai tiga juta sampai lima juta ekor per hari. Komoditas ayam mempunyai prospek pasar yang baik karena didukung oleh karakteristik produk unggas yang dapat diterima oleh masyarakat, harga yang relatif murah dengan akses yang mudah karena sudah merupakan barang publik dan merupakan

pendorong utama penyediaan protein hewani nasional. Keadaan perekonomian keluarga yang terbatas, sementara agar sehat perlu tetap mengkonsumsi protein hewani, daging ayam menjadi prioritas pilihan yang paling layak sebagai sumber protein hewani bagi keluarga (Suarsih, 2012).

Daging ayam pedaging adalah bahan pangan yang mengandung gizi yang tinggi, memiliki rasa dan aroma yang enak, tekstur yang lunak dan harga yang relatif murah, sehingga banyak masyarakat yang mengkonsumsi. Komposisi kimia daging ayam yaitu kadar air 78,86%, protein 23,20%, lemak 1,65% mineral 0,98% dan kalori 114 kkal (Rosyidi, 2009). Menurut Narantaka (2012), daging ayam pedaging merupakan daging yang paling familiar bagi seluruh lapisan masyarakat untuk dikonsumsi atau dimakan dalam kehidupan sehari-hari. Mulai anak-anak, remaja, hingga dewasa tidak ada yang tidak kenal dengan daging ayam. Bahkan, dalam berbagai acara keluarga yang melibatkan konsumsi, kehadiran daging ayam tidak pernah dilupakan orang. Menurut Murtidjo (2006), dibandingkan dengan daging ternak ruminansia, tekstur daging ayam lebih halus dan lebih lunak, sehingga lebih mudah dicerna. Pada umumnya daging ayam mengandung air sekitar 75-80%. Selain itu, mengandung pula bahan kering yang mengandung nutrisi protein, lemak, dan abu. Kandungan protein daging ayam juga tidak kalah dengan kadar protein produk peternakan lainnya diantaranya daging itik 18 %, daging sapi 16,3 %.

Karkas ayam pedaging adalah bagian tubuh yang diperoleh dengan cara disembelih secara halal dan benar, dicabuti bulunya dan dikeluarkan jeroan serta abdominalnya, dipotong kepala dan leher serta kedua kakinya sehingga aman, lazim dan layak dikonsumsi manusia (Kementan, 2014). Menurut Badan Standarisasi Nasional (1995) menjelaskan karkas ayam pedaging adalah bagian tubuh broiler hidup setelah dikurangi bulu, dikeluarkan darah, jeroan dan lemak abdominalnya, dipotong kepala, leher dan kedua kakinya (ceker). Karkas ayampedaging adalah daging bersama tulang hasil pemotongan, setelah dipisahkan dari kepala sampai batas pangkal leher dan dari kaki sampai batas lutut serta dari isi rongga perut ayam. Karkas diperoleh dengan memotong ayam broiler kemudian menimbang bagian daging, tulang, jantung dan ginjal (Kamran, 2008).

Permasalahan yang menjadi dilema bagi peternak dan sulit dipecahkan oleh peternak yaitu aspek pasar dan penyediaan sarana produksi yang tidak seimbang dengan harga jual, sehingga membuat peternak takut mengambil resiko untuk mengembangkan usaha peternakan ayam broiler dengan skala produksi lebih besar, sehingga di butuhkan pengembangan populasi ternak ayam broiler (Salam dkk., 2006).

Usaha peternakan ayam memiliki kendala yang dihadapi oleh peternak. Kendala tersebut merupakan hambatan yang cukup kompleks dalam menjalankan usaha. Kendala yang dimaksud adalah tingginya tingkat resiko yang dihadapi. Resiko yang dihadapi dalam usaha ini salah satunya adalah resiko harga, dimana harga ayam setiap harinya berubah-ubah sesuai dengan harga di pasaran pada umumnya, itu diperhitungkan pada awal pembibitan DOC (Day Old Chick) dan tentunya pakan serta kebutuhan obat pada proses perawatan berlangsung, selain itu ada resiko kualitas hasil

produksi, dimana perusahaan harus memperhatikan kesehatan ayam agar meminimalisir tingkat kematian dan hal tersebut tentunya sangat berpengaruh terhadap penjualan (Suarsih, 2012).

Pertumbuhan penduduk berpengaruh pada peningkatan permintaan konsumen terhadap daging ayam broiler. Jumlah penduduk di Indonesia khususnya di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan pada tahun 2022 mencapai 341.969 jiwa (Sulsel.bps, 2022). Pasar Pangkajene merupakan pasar yang memiliki jumlah pengunjung yang sangat ramai dan didalamnya terdapat berbagai aktifitas transaksi jual beli, mulai dari adanya pedagang harian yang menjual berbagai macam kebutuhan pokok/harian, adanya pedagang menjual berbagai macam pakaian, adanya pedagang yang menjual emas, perak dan sejenisnya, adanya pedagang penjual sayur, pedagang yang menjual ikan, daging sapi dan karkas ayam dan lainnya, khususnya untuk pedagang karkas ayam terdapat kurang lebih 27 kios yang berada dipasar pangkajene. Kebutuhan pokok karkas ayam broiler di pasar sentral pangkajene terkait ketersediaanya dinilai cukup normal.

Selain faktor produk, faktor harga merupakan faktor yang penting. Penentuan harga produk yang dilakukan perusahaan sangatlah berpengaruh pada keputusan konsumen (Zulaicha dan Irawati, 2016). Harga merupakan faktor terkendali kedua yang dapat ditangani oleh manajemen penjualan atau pemasaran. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh para pengusaha dalam memberikan harga kepada konsumen adalah dengan memberikan harga lebih murah dibandingkan dengan pesaing lainnya. Produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau akan memiliki banyak peminat. Sebaliknya apabila- harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan produk maka konsumen akan berfikir dua kali untuk membelinya (Swasta, 2014).

Proses keputusan pembelian dimulai ketika konsumen mengenali adanya kebutuhan. Kebutuhan kedua konsumen dalam membeli daging sebagai pemenuhan kebutuhan rumah tangga dengan persentase masing – masing konsumen karkas 100% dan konsumen fillet 86,67%. Alasan utama mengkonsumsi daging ayam yaitu daging mudah diolah dengan masing – masing persentase responden karkas 80% dan responden fillet 26,67% (Iswandi, 2018). Hal ini sesuai dengan pendapat Diana dkk. (2018) menyatakan bahwa daging ayam merupakan makanan bergizi yang sangat populer dikalangan masyarakat sebagai sumber protein hewani, daging ayampun mudah diolah dan diperoleh.

Penilaian responden terhadap daging ayam broiler dan daging ayam kampung tersebut dipengaruhi oleh pengalaman responden dalam mengkonsumsi daging ayam broiler dan daging ayam kampung tersebut. Sesuai hasil analisis multiatribut fishbein, maka responden memutuskan untuk membeli daging ayam broiler karena harga daging ayam ras lebih murah daripada daging ayam kampung (Sianturi, dkk.,2016).

Setelah mempertimbangkan harga, konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk (makanan) yang akan mereka beli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk yang mereka terima. Menurut Windoyo (2011) bahwa faktor kualitas produk juga tidak kalah pentingnya karena kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan

pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk.

Pada saat memilih karkas ayam, umumnya konsumen melakukan seleksi terhadap keadaan fisik karkas ayam tersebut. Hal yang diperhatikan antara lain warna, bau, kekenyalan dan tekstur ayam. Kepuasan pelanggan merupakan sasaran sekaligus sebagai alat pemasaran bagi Pasar Pangkajene yang mempunyai kualitas produk yang cukup baik harus memperhatikan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu peningkatan kualitas produk yang dilakukan hanya berarti bila dirasakan langsung oleh pelanggan dimana bentuk dari peningkatan tersebut harus dicerminkan dari setiap kegiatan Pasar Pangkajene kepada pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan Karkas Ayam Broiler di Pasar Sentral Pangkajene Kabupaten Pangkep”.

## **MATERI DAN METODE**

### **Waktu penelitian**

Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan, yang dimulai pada bulan April sampai Juni 2023, yang meliputi pelaksanaan penelitian, pengumpulan data, dan pengolahan data.

Peneliti berada ditempat penelitian untuk melaksanakan wawancara, responden yang diwawancarai berdasarkan kuesioner adalah konsumen yang belanja dilokasi penelitian dan bersedia diwawancarai.

### **Materi Penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan untuk mendapatkan data penelitian atau informasi dalam penelitian. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa:

1. Alat tulis yaitu digunakan untuk mencatat segala informasi atau data yang didapatkan dalam melakukan penelitian.
2. Handphone atau kamera yaitu digunakan untuk pengambilan dokumentasi dalam penelitian.
3. Kuisisioner adalah instrumen yang berisi daftar pertanyaan yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dari responden.

### **Jenis dan Teknik Pengambilan Data**

Data yang yang diambil dari penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden. Pada penelitian ini data primer diperoleh melalui wawancara menggunakan kuisisioner (daftar pertanyaan) yang sudah dipersiapkan. Data primer yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Karakteristik masing-masing konsumen karkas ayam broiler: umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, dan jumlah pembelian.

2. Atribut karkas ayam meliputi: tekstur daging, aroma daging, warna daging, kebersihan daging, ketersediaan daging, harga karkas ayam, penataan kios, ukuran kios, kebersihan alat-alat, potongan harga, keramahan, kenyamanan tempat, ketetapan pelayanan dan keakuratan timbangan.

Data sekunder merupakan data penelitian yang sumbernya diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung dan data pendukung yang memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini yang diperoleh dari berbagai sumber instansi yang terkait, seperti Badan Pusat Statistik, jurnal penelitian dan artikel-artikel.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah data yang terkumpul dikelompokkan sesuai jenisnya, disajikan dalam bentuk tabel dan gambar, selanjutnya dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian ini.

1. Analisis Karakteristik Konsumen dan Karakteristik Produk

Alat analisis untuk karakteristik konsumen dan karakteristik produk dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan melakukan wawancara langsung kepada konsumen yang membeli karkas ayam broiler pada Pasar Sentral Pangkajene dengan menggunakan kuisioner dan pengamatan untuk karakteristik produk. Untuk karakteristik konsumen meliputi: umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, dan jumlah pembelian. Sedangkan untuk karakteristik produk meliputi: warna daging, tekstur daging, dan aroma daging pada karkas ayam broiler.

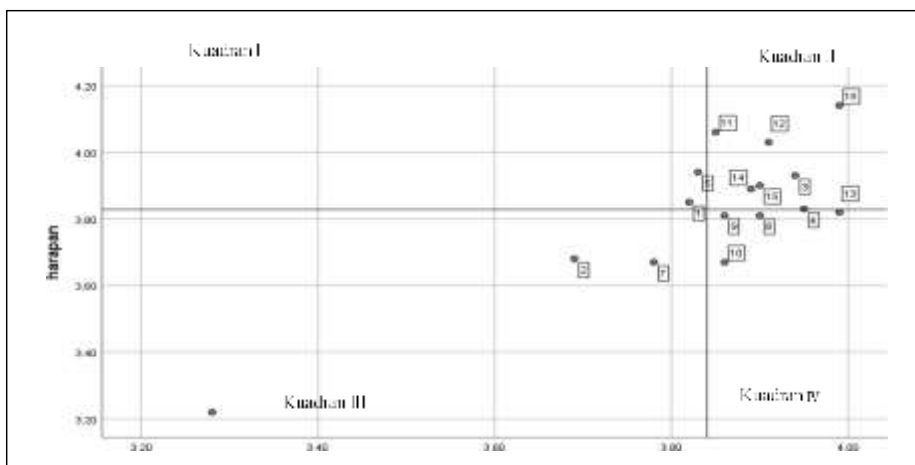
2. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen terhadap karkas ayam broiler pada Pasar Sentral Pangkajene dianalisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satification Index (CSI)*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Analisis Tingkat Kepuasan Harapan dan Kinerja (*Importance performance Analysis/IPA*)**

Analisis tingkat harapan (kepentingan) dan tingkat kinerja konsumen dalam pembelian karkas ayam broiler di Pasar Sentral Pangkajene diolah dengan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. Hasil analisis model IPA ini berupa dimensi-dimensi atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan strategi peningkatan kepuasan konsumennya. Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui keadaan masing-masing variabel dan faktor-faktor kepuasan ditinjau dari segi pelaksanaan dan harapan. Selanjutnya untuk penilaian pelaksanaan terhadap variabel-variabel dari faktor kepuasan ditunjukkan dengan tanda X, sedangkan untuk penilaian faktor kepentingan ditunjukkan dengan nilai Y.



Gambar 1. Diagram Kartesius dari Hasil Analisis IPA

Keterangan:

Kuadran I

1. Tekstur daging
5. Ketersediaan daging

Kuadran II

3. Warna daging
4. kebersihan daging
11. Keramahan
12. Kenyamanan tempat
13. Keamanan tempat
14. Kecepatan pelayanan
15. Ketetapan Pelayanan
16. Keakuratan timbangan

Kuadran III

2. Aroma daging
6. Harga karkas ayam
7. Penataan kios

Kuadran IV

8. Ukuran kios
9. Kebersihan alat - alat
10. Potongan harga

#### a. Kuadran I (Prioritas Utama)

Pada kuadran I diagram kartesius Importance Performance Analysis (IPA) menunjukkan atribut-atribut yang dianggap penting bagi pelanggan ternyata belum sesuai dengan keinginan pelanggan. Apabila dari kepentingan atau harapan konsumen, atribut-atribut berada pada tingkat tinggi, tetapi jika dilihat dari kinerjanya, konsumen merasakan tingkat yang rendah, sehingga konsumen menuntut adanya perbaikan-perbaikan pada atribut-atribut yang kinerjanya dianggap belum baik untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan demikian atribut-atribut tersebut harus menjadi prioritas utama bagi produsen untuk meningkatkan kepuasan konsummen. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1. Dimana terdapat 2 (dua) atribut yang berada pada kuadran I yaitu tekstur daging (1) dan ketersediaan daging (5).

Berdasarkan hasil dari kuadran I, maka pedagang harus mengutamakan kualitas produk berdasarkan kedua atribut tersebut. Hal ini merupakan prioritas utama untuk diperbaiki karena konsumen belum merasakan kepuasan terhadap kualitas dari kinerja pedagang karkas ayam yang dijual di Pasar Sentral Pangkajene. Hal ini sesuai dengan

pendapat Raharjani (2005) kepuasan konsumen dapat dicapai apabila konsumen merasa semua kebutuhannya terpenuhi dan mendapat pelayanan yang baik.

#### **b. Kuadran II (Prioritas Prestasi)**

Pada kuadran II diagram kartesius Importance Performance Anaysis (IPA) menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang dirasakan penting oleh pelanggan. Apabila dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut berada pada tingkat kepentingan atau harapan yang tinggi, dan jika dilihat dari kinerjanya, konsumen merasakan tingkat yang tinggi juga. Dengan demikian atribut ini harus dipertahankan oleh pedagang karkas ayam broiler di Pasar Sentral Pangkajene dalam pelayanannya kepada konsumen, sehingga konsumen akan merasa tetap puas dan loyal. Atribut-atribut inilah yang telah menarik konsumen untuk membeli karkas ayam broiler di pasar tersebut. Hal dapat dilihat pada Gambar 1. Dimana ada 8 (delapan) atribut yang berada pada kuadran II yaitu warna daging (3), kebersihan daging(4), keramahan(11), kenyamanan tempat(12), keamanan tempat(13), kecepatan pelayanan(14), ketetapan Pelayanan(15) dan keakuran timbangan(16). Oleh karena itu pedagang karkas ayam broiler di Pasar Sentral Pangkajene harus mempertahankan kinerja atribut-atribut kepada konsumen, karena konsumen menilai tingkat kinerja pedagang karkas ayam broiler di Pasar Sentral Pangkajene sudah sesuai dengan apa yang diharapkan.

#### **c. Kuadran III (Prioritas Rendah)**

Pada kuadran III diagram kartesius Importance Performance Analysis (IPA) menunjukkan unsur-unsur yang dianggap kurang penting oleh konsumen dalam membeli karkas ayam broiler tetapi kinerjanya kurang begitu istimewa, berarti tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari suatu atribut produk dianggap rendah oleh konsumen. Dengan demikian atribut ini harus diperbaiki kinerjanya setelah pedagang memperbaiki kinerja atribut yang terdapat pada kuadran I. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1. dimana 3 (tiga) atribut yang terdapat pada kuadran III yaitu adalah aroma daging (2), harga karkas ayam (6), dan penataan kios (7).

#### **d. Kuadran IV (Berlebihan)**

Pada diagram IV diagram kartesius Importance Performance Analysis (IPA) menunjukkan bahwa atribut yang dianggap kurang penting ternyata telah dijalankan dengan sangat baik oleh pedagang, dalam hal ini dianggap berlebihan, berarti tingkat kepentingan rendah dan tingkat kinerja dari suatu atribut produk dianggap tinggi oleh konsumen. Untuk atribut yang termasuk dalam kuadran IV ini lebih baik dikurangi kinerjanya dan dialokasikan kepada atribut lainnya yang termasuk kedalam kuadran II (prioritas utama). hal ini dapat dilihat pada Gambar 1 dimana 3 (tiga) atribut yang terdapat pada kuadran IV yaitu adalah ukuran kios (8), kebersihan alat-alat (9), dan potongan harga (10).

### **B. Analisis Kesenjangan GAP**

Berdasarkan Tabel 1 dan dikumpulkan dengan wawancara langsung pada responden yaitu konsumen yang membeli karkas ayam broiler di Pasar Sentral Pangkajene. Analisis GAP perbedaan antara kinerja (P) dengan harapan yang diinginkan (E). 1) jika  $P > E$  maka



dikatakan konsumen merasa sangat puas, 2) jika  $P=E$  maka konsumen merasa puas, 3) jika  $P<E$  maka dikatakan konsumen merasa tidak puas.

Tabel 1. Tingkat Harapan, Kinerja dan GAP pada Pembelian Karkas Ayam Broiler di Pasar Sentral Pangkajene

N o	Variabel	Atribut	Rata- Rata Harapan (MIS)	Rata- Rata Kinerja (MSS)	TK%	GAP
1	Produk	1. Tekstur daging	3.85	3.82	99	-0.03
		2. Aroma daging	3.68	3.69	100	0.01
		3. Warna daging	3.93	3.94	100	0.01
		4. Kebersihan daging	3.83	3.95	103	0.12
		5. Ketersediaan daging	3.94	3.83	97	-0.11
2	Harga	6. Harga karkas ayam	3.28	3.28	101	0.06
3	Tempat	7. Penataan kios	3.78	3.78	102	0.11
		8. Ukuran kios	3.90	3.90	102	0.09
		9. Kebersihan alat-alat	3.86	3.86	101	0.05
4	Promosi	10. Potongan harga	3.67	3.86	105	0.19
5	Orang	11. Keramahan	4.06	3.85	94	-0.21
6	Lingkungan fisik	12. Kenyamanan tempat	4.03	3.91	97	-0.12
		13. Keamanan tempat	3.82	3.99	96	0.17
7	Proses	14. Kecepatan pelayanan	3.89	3.89	104	0
		15. Ketetapan pelayanan	3.90	3.90	100	0
		16. Keakuratan timbangan	4.14	3.99	96	-0.15
<b>Rata-Rata</b>			3.83	3.84	100	0.02

Menurut hasil dari tabel 4.2 analisis GAP dari setiap atribut menunjukkan bahwa GAP-nya yang memiliki hasil negatif (-) berarti dari variabel-variabel Atribut yang diteliti masih ada perbedaan nilai antara tingkat harapan dan juga tingkat kinerja, perlu ada perbaikan-perbaikan dari variabel-variabel atribut yang diteliti sehingga perbedaan antara

tingkat harapan dan tingkat kinerja menjadi (+). Variabel-variabel atribut yang hasil GAP-nya 0 berarti tingkat kinerja tidak sesuai dengan tingkat kepentingan atau harapan konsumen.

### C. Indikator Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction Indeks/CSI)

Customer Satisfaction Indeks (CSI) digunakan untuk menentukan kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan atau harapan dari suatu atribut-atribut yang diukur. Pengukuran untuk mengetahui seberapa besar harapan yang dapat dipenuhi perhitungan Customer Satisfaction Indeks (CSI) menggunakan skor rata-rata tingkat harapan dan tingkat kinerja masing-masing atribut.

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang telah dilakukan, nilai, customer Satisfaction Indeks (CSI) yang diperoleh adalah 1,00 atau 99.68% hal ini menggambarkan konsumen di Pasar Sentral Pangkajene puas atas kinerja layanan yang diberikan hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Analisis CSI apabila dikaitkan dengan hasil metode IPA, menunjukkan hasil nilai CSI 99.68% dengan didukung atribut-atribut pada kuadran II dan Kuadran IV. Atribut yang berada pada kuadran II dan Kuadran IV tetap harus dipertahankan sehingga nilai CSI nya tidak mengalami penurunan. Nilai CSI yang belum mencapai 100% disebabkan oleh adanya faktor pada kuadran I dan kuadran III yang masih diperbaiki dan ditingkatkan dalam waktu dekat. Menurut Astriani (2008) berpendapat bahwa nilai CSI dapat ditingkatkan dengan melakukan perbaikan pada kinerja atribut dari hasil Importance Performance Analysis, perbaikan atribut yang diperoleh melalui analisis Importance Performance Analysis (IPA) diharapkan dapat meningkatkan nilai Customer Satisfaction Indeks (CSI).

Tabel 4.3 Perhitungan Customer Satisfaction Indeks (CSI) dalam Pembelian Karkas Ayam Broiler di Pasar Sentral Pangkajene.

No	Variabel	Atribut	Rata-Rata Harapan (MIS)	Rata-Rata Kinerja (MSS)	Tingkat Kepuasan	
					Indeks	Keterangan
1	Produk	1. Tekstur daging	3.85	3.82	99	Puas
		2. Aroma daging	3.68	3.69	100	Puas
		3. Warna daging	3.93	3.94	100	Puas
		4. Kebersihan daging	3.83	3.95	103	Sangat Puas
		5. Ketersediaan daging	3.94	3.83	97	Puas
2	Harga	6. Harga karkas ayam	3.22	3.28	101	Sangat Puas

3	Tempat	7. Penataan kios	3.67	3.78	102	Sangat Puas
		8. Ukuran kios	3.81	3.90	102	Sangat Puas
		9. Kebersihan alat-alat	3.81	3.86	101	Sangat Puas
4	Promosi	10. Potongan harga	3.67	3.86	105	Sangat Puas
5	Orang	11. Keramahan	4.06	3.85	94	Puas
6	Lingkungan Fisik	12. Kenyamanan tempat	4.03	3.91	97	Puas
		13. Keamanan tempat	3.82	3.99	96	Puas
7	Proses	14. Kecepatan pelayanan	3.89	3.89	104	Sangat Puas
		15. Ketetapan pelayanan	3.90	3.90	100	Puas
		16. Keakuratan timbangan	4.14	3.99	96	Puas
<b>Rata-Rata</b>			<b>61.25</b>	<b>61.44</b>	<b>99.68</b>	<b>Puas</b>

### KESIMPULAN

Tingkat Kepuasan Konsumen karkas ayam broiler pada Pasar Sentral Pangkajene berdasarkan *Important Performance Analysis* (IPA) memperlihatkan prioritas utama adalah atribut tekstur pada karkas ayam broiler dan ketersediaan karkas ayam broiler. Berdasarkan indeks kepuasan konsumen karkas ayam broiler pada Pasar Sentral Pangkajene semua atribut dikatakan puas berdasarkan Customer Satisfaction Indeks (CSI) yang diperoleh adalah 1,00 atau 99,68%. Perbaikan atribut yang diperoleh melalui IPA diharapkan dapat meningkatkan nilai CSI hingga 100%.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ahyodi, F., Nova, K., Kurtini, T. 2014. Pengaruh bobot telur terhadap fertilitas, susut tetas, daya tetas, dan bobot tetas telur kalkun. *Jurnal Ilmiah Peternakan Terpadu*
- Anang, A. dan Suharyanto. 2008. *Panen Ayam Kampung*. PT. Penebar Swadaya jakarta.
- Dewanti, R., Yuhan, dan Sudiyono. 2014. Pengaruh Bobot dan Frekuensi Pemutaran Telur terhadap Fertilitas, Daya Tetas, dan Bobot Tetas Itik Lokal. *Buletin Peternakan*

- Hassan, S. M., A. A. Siam, M. E. Mady and A. L. Cartwright. 2005. Egg storage period and weight effect on hatchability of Ostrich (*Struthio camelus*) eggs. *Poult.*
- Iqbal, J., S.H. Khan, N. Mukhtar, T. Ahmed, dan R.A. Pasha. 2016. Pengaruh Ukuran Telur (Berat) dan umur pada performa penetasan dan anak ayam kualitas peternak ayam broiler. *J. Aplikasi. animasi.*
- Kartasudjana, R. dan Suprijatna, E. 2006. *Manajemen Ternak Unggas.* Penebar Swadaya, Jakarta.
- ahayu, H.S. 2005. Kualitas telur tetas ayam kampung dengan waktu pengulangan inseminasi buatan yang berbeda. [skripsi]. Fakultas Kedokteran Hewan. Institut Pertanian Bogor: Bogor.
- King\*ori, A. M. 2011. Review of the factors that influence egg fertility and hatchability in Poultry. *Int. J. Poult. Sci.*
- Kurtini, T dan Riyanti, Rr. 2003. *Teknologi Penetasan.* Buku Ajar. Universitas Lampung. Lampung.
- Litbang Pertanian. 2016. Ayam KUB, Prospek Usaha <http://www.litbang.pertanian.go.id/Berita/one/2460>. Diakses pada 7 April 2024.
- Nuryati, T., Sutarto, M. Khamin, dan P.S. Hadjosworo. 2000. *Sukses Menetas Telur.* Cetakan Pertama. Pt Penebar Swadaya. Jakarta.
- Paimin, F. B. 2003. *Membuat Dan Mengelola Mesin Tetas.* Penebar Swadaya. Jakarta
- Paputungan, S., L.J. Lambey, L.S. Tangkau dan J. Laihad. 2017. Pengaruh bobot telur tetas itik terhadap perkembangan embrio, fertilitas dan bobot tetas.
- Rahayu, I. H. S., I. Suherlan, dan I. Supriatna. 2005. Kualitas telur tetas ayam Merawang dengan waktu pengulangan insiminasi buatan yang berbeda. *J. Indo. Trop. Anim. Agric.*
- Rajab, A. 2013. Hubungan Bobot Telur dengan Fertilitas, Daya Tetas dan Bobot Anak Ayam Kampung. *Jurnal Agrinimal*, Vol. 3, No. 2, Oktober 2013.
- Reform, P. 2010. *Incubation Guide Turkey. Version 4.1.* Pas Reform Academy, Zeddarn. Netherland.
- Sa'diah, I.N., D. Garnida dan A. Mushawwir. 2015. Mortalitas embrio dan daya tetas itik lokal (*Anas sp.*) berdasarkan pola pengaturan temperatur mesin tetas. *Jurnal Ilmiah Peternakan Terpadu*
- Sinabutar, M. 2009. Pengaruh Frekuensi Inseminasi Buatan Terhadap Daya Tetas Telur Itik Lokal Yang Di Inseminasi Buatan Dengan Semen Entok. [Skripsi]. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatra Utara. Medan.
- Solihat, S. Suswoyo dan I. Ismoyowati. 2003. Kemampuan Performan Produksi Telur Dari Berbagai Itik Lokal. *Jurnal Peternakan Tropis*
- Suryadi. 2012. *Metode Penetasan Telur Kalkun modern Menggunakan Mesin*

Suryani, N., N.Suthama,dan H.I.Wahyuni.2012.Fertilitas telur dan mortalitas embrio ayam kedu pembibit yang diberi ransum dengan peningkatan nutrient dan tambahan *Sacharomyces cerevisiae*. *Animal Agricultural Journal*

Tetas.

Zakaria, M.A.S. 2010. Pengaruh lama penyimpanan telur ayam buras terhadap fertilitas, daya tetas telur dan berat tetas