

Analisis Kepuasan Konsumen Ikan Hias di Kota Makassar

Analysis of ornamental fish consumer satisfaction in Makassar City

Isnainul Amaliah¹, Sitti Fakhriyyah²✉, Chasyim Hasani², Sutinah Made²,
Sri Suro Adhawati², Abd Wahid²

¹Freshgraduate Program Studi Sosial Ekonomi, Departemen Perikanan,
Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin

²Program Studi Sosial Ekonomi, Departemen Perikanan,
Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin
Jl. Perintis Kemerdekaan KM 10 Tamalanrea, Makassar 90245

✉Corresponding author: ria.unhas@gmail.com

ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan sangat penting dilakukan oleh suatu usaha bisnis ikan hias karena hal ini sangat menentukan tingkat pertumbuhan usaha. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa persen indeks kepuasan konsumen ikan hias di Pasar Hobi. Pengambilan data pada bulan april sampai mei 2019. Penentuan lokasi dilakukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa pasar hobi adalah satu-satunya pasar ikan hias yang ada di Kota Makassar. Jenis penelitian ini adalah penelitian survey di mana pengambilan pengambilan data dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu pengumpulan data. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan rumus linier time function, sehingga jumlah responden yang didapatkan sebanyak 48 orang. Metode analisis yang digunakan *importance performance analysis* (analisis tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan) dan *costumer satisfaction index* (indeks kepuasan pelanggan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 3 atribut yang diperlukan ditingkatkan kinerjanya dan kepuasan konsumen terhadap kinerja atribut kios ikan hias sebesar 70.5% masuk dalam kategori puas.

Kata kunci: ikan hias, kepuasan konsumen, pasar hobi

Pendahuluan

Ikan hias memiliki daya tarik tersendiri, diantaranya keindahan akan warna, bentuk dan corak yang berbeda dari tiap jenis. Hal ini menjadikan ikan hias diperdagangkan sebagai komoditas hidup sebagai produk hiburan yang banyak diminati oleh masyarakat karena dapat menempati pasar pada setiap tingkat sosial dan ekonomi masyarakat, tergantung dari jenis dan harga ikan tersebut. Namun keberadaan ikan hias sendiri saat ini tidak lagi sebagai hiburan atau hobi semata, tetapi telah berkembang menjadi objek yang dimanfaatkan bagi kepentingan dunia pendidikan, penelitian, medis, maupun keperluan konservasi alam.

Jika pengusaha ikan hias cukup banyak, maka akan menyebabkan semakin tingginya tingkat persaingan untuk memperebutkan konsumen pencinta ikan hias. Tiap toko ikan hias mempunyai keunggulan yang berbeda satu dengan yang lain dalam memasarkan produknya, maka pengusaha di kalangan ikan hias perlu mengetahui apa yang menjadi keinginan konsumen dan berusaha agar konsumennya merasa puas, sehingga akan melakukan pembelian kembali.

Untuk mengetahui kebutuhan konsumen tersebut sebaiknya diketahui atribut yang disukai oleh penggemar ikan hias dan penilaian pada kelompok jenis ikan hias terhadap atribut yang dimilikinya untuk menilai sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja atribut. Produk atau jasa akan menjadi sesuatu yang bermanfaat apabila didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerjanya bagi perusahaan. Artinya perusahaan seharusnya mencurahkan perhatiannya pada hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen. Aspek-aspek yang mempengaruhi perilaku konsumen dan faktor-faktor yang

mempengaruhinya perlu dianalisis oleh pemasar. Dari uraian diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Toko Ikan Hias di Pasar Hobi Kecamatan Panakkukang, Kota Makassar”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap tingkat kepentingan dan kinerja atribut yang ada di toko ikan hias Pasar Hobi.

Metode Penelitian

Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian pada bulan April sampai Mei 2019. Lokasi penelitian di kios ikan hias tepatnya di Pasar Hobi. Lokasi tersebut merupakan satu-satunya tempat pemasaran ikan hias terbesar di Kota Makassar.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu metode survey dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu untuk pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan 2 pendekatan yaitu pendekatan kuantitatif sebagai pendekatan utama dan pendekatan kualitatif sebagai pendekatan pendukung.

Metode Pengambilan Sampel

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *linier time function* ($T=t_0 + t_1n$) karena populasi adalah pengunjung kios ikan hias yang melakukan pembelian, di mana jumlah belum diketahui (Mateko, 2013). Waktu yang digunakan dalam 7 hari yaitu setiap hari sabtu dan minggu, karena banyak pengunjung datang membeli. Waktu yang digunakan dalam pengambilan data yaitu 2 jam dengan waktu pengisian kuesioner 15 menit. Jadi untuk mencari jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{T - t_0}{t_1} = \frac{840 - 120}{15} = 48$$

Jadi jumlah responden yang digunakan sebanyak 48 orang.

Analisis Data

Analisis data digunakan untuk mengetahui kepuasan konsumen yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). IPA adalah analisis tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan/kinerja, ini merupakan atribut. Atribut diukur dengan menggunakan skala *likert*. skala *likert* menunjukkan tanggapan konsumen terhadap pilihan yaitu mulai paling rendah sampai paling tinggi. Yang terendah adalah nilai 1 dan yang tertinggi nilai 5. Untuk mengetahui rentang skala (RS) dapat dilihat sebagai berikut:

$$RS = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

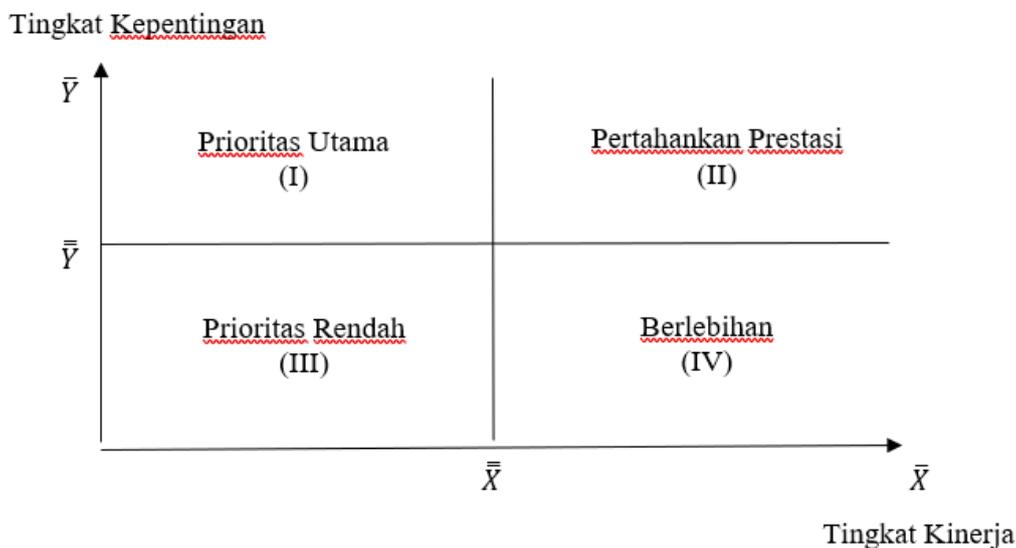
Tabel 1. Penilaian tingkat kinerja dan tingkat kepentingan (Supranto, 2001)

Nilai	Kinerja (X)	Kepentingan (Y)	RS
1	Tidak baik	Tidak penting	1-1,8
2	Kurang baik	Kurang penting	$1.8 < X, Y \leq 2.6$
3	Cukup baik	Cukup penting	$2.6 < X, Y \leq 3.4$
4	Baik	Penting	$1.8 < X, Y \leq 4.2$
5	Sangat baik	Sangat penting	$1.8 < X, Y \leq 5$

Untuk mengetahui tingkat Kesesuaian responden (Tki) adalah sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\text{skor penilaian kinerja}}{\text{skor penilaian kepentingan}} \times 100\%$$

Hasil penilaian dinyatakan dalam diagram kartesius yang dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Diagram Kartesius IPA (Supranto, 2001)

Diagram kartesius mempunyai makna setiap ruang, makna ruang I (prioritas utama) artinya konsumen merasa tidak puas, Ruang II (pertahankan prestasi) artinya konsumen merasa puas, Ruang III (prioritas rendah) artinya kurang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan Ruang IV (berlebihan) artinya konsumen sangat memuaskan.

CSI (indeks kepuasan pelanggan) adalah ukuran kepuasan konsumen secara menyeluruh dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Ada 4 tahapan dalam mengukur CSI yaitu tahap 1 yaitu *Mean Importance score* (MIS) yaitu nilai rata-rata skor tingkat kepentingan berasal dari hasil penilaian kepentingan dibagi dengan jumlah sampel. Tahap 2 yaitu *Weight Factor* (WF) yaitu persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS. Tahap 3 yaitu *Weight Score* (WS) adalah perkalian WF dengan rata-rata tingkat kepuasan dikalikan dengan *Mean Satisfaction Score* (MSS). Tahap 4 yaitu CSI yaitu persentase dari WS dibagi dengan *Highest Scale* (HS). Adapun rumus Rentang skala (RS) yaitu % skor tertinggi dikurangi % skor terendah dibagi jumlah kelas. Di dimana skor tertinggi adalah 100% dan skor terendah nilainya 0%, jumlah kelas adalah 5 sehingga nilai RS yaitu 20%. Untuk kriteria kepuasan dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Skala skala dan kriteria kepuasan

No	RS	Kategori
1	$0% < CSI \leq 20%$	Tidak puas
2	$20% < CSI \leq 40%$	Kurang puas
3	$40% < CSI \leq 60%$	Cukup puas
4	$60% < CSI \leq 80%$	Puas
5	$80% < CSI \leq 100%$	Sangat puas

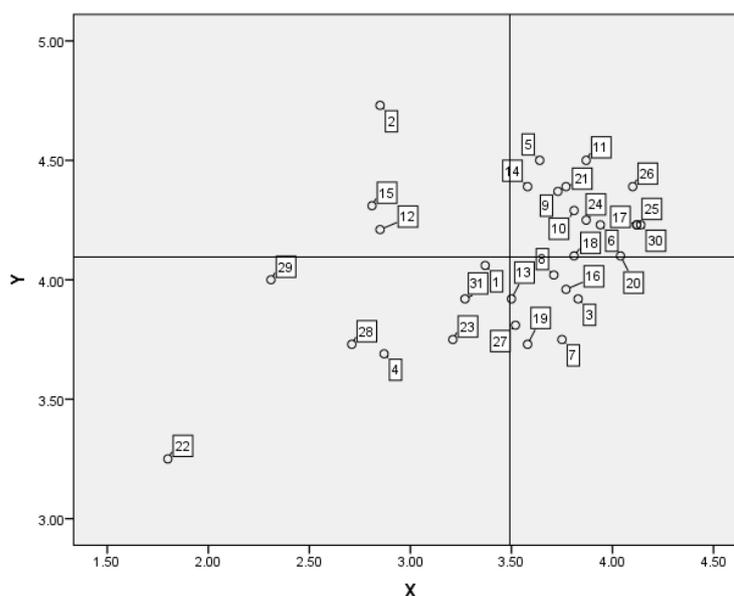
Hasil dan Pembahasan

Ikan hias yang dijual di pasar Hobi berasal dari nelayan, pembudidaya sekitar Makassar, dan ada juga dari Sukabumi. Selain ikan hias dijual, toko tersebut menjual pakan ikan, asesoris aquarium, obat-obatan, sarana pendukung (aerator, atu aerasi dan lain-lain) dan prasarana pendukung (aquarium).

Jenis ikan yang terjual bermacam-macam yaitu ikan cupang, ikan koi, ikan arwana, ikan Neon Tetra, Louhan, Ikan mas koki, ikan Guppy, ikan sapu-sapu, Man fish dan masih banyak lagi. Harga ikan hias bermacam-macam mulai harga Rp 1.500 per ekor sampai dengan jutaan rupiah per ekor. Harga ikan tergantung jenis, ukuran dan kelangkaan ikan.

Hasil tingkat kepuasan konsumen dalam penelitian menggunakan 31 atribut yang terbagi dalam 10 variabel. Penilaian kepuasan konsumen berdasarkan penilaian kinerja dan penilaian kepentingan terhadap kios ikan hias di Pasar Hobi. Hasil penelitian ini diolah dengan menggunakan alat analisis IPA dengan jumlah responden 48 orang. setiap responden diperoleh nilai tota penilaian tiap atribut. Total penilaian kinerja (X) dan total penilaian kepentingan (Y) yang dirata-ratakan lalu dibagi 48 responden. Adapun hasil analisis IPA dapat dilihat pada Tabel 3.

Dari Tabel 3 rata-rata tingkat kinerja berada di sumbu X bernilai 3.49 dan nilai rata-rata tingkata kepentingan sebagai sumbu Y bernilai 4.09. ke dua titik tersebut menjadi sumbu ordinat yaitu (3.49; 4.09) yang menjadi pembagi dalam diagram kartesius. Dari 31 atribut tersebut akan ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Atribut toko ikan hias dalam analisis IPA

Tabel 3. Perhitungan IPA

No	Atribut Toko Ikan Hias Pasar Hobi	Rata – rata	
		Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kinerja (X)
1.	Lokasi		
	1. Kemudahan akses menuju toko (1)	4,06	3,37
	2. Sarana parkir memadai (2)	4,73	2,85
2.	Personel penjualan		
	1. Sikap pelayan (3)	3,92	3,83
	2. Penampilan pelayan (4)	3,69	2,87
	3. Pengetahuan pelayan tentang produk yang dijual (5)	4,50	3,64
3.	Pelayanan yang diberikan		
	1. Pengemasan ikan atau produk lain (6)	4,23	3,94
	2. Kecepatan transaksi (7)	3,75	3,75
	3. Konsultasi pemeliharaan (8)	4,02	3,71
	4. Penanganan hama dan penyakit ikan (9)	4,37	3,73
	5. Pelayanan jasa pembuatan dan dekorasi aquarium (10)	4,29	3,81
	6. Kemudahan pembayaran (11)	4,50	3,87
4.	Atribut toko		
	1. Layout/tata letak dan dekorasi toko (12)	4,21	2,85
	2. Display produk (13)	3,92	3,50
5.	Atmosfer toko		
	1. Kebersihan toko (14)	4,39	3,58
	2. Penerangan toko (15)	4,31	2,81
	3. Temperatur ruangan toko (16)	3,96	3,77
6.	Atribut produk utama(ikan hias air tawar)		
	1. Variasi dan jenis ikan yang tersedia (17)	4,23	4,12
	2. Keindahan warna (18)	4,10	3,81
	3. Bentuk ikan (19)	3,73	3,58
	4. Keunikan ikan (20)	4,10	4,04
	5. Kesehatan ikan (21)	4,39	3,77
	6. Kelangkaan ikan (22)	3,25	1,80
	7. Citra yang dibawa oleh jenis ikan hias (23)	3,75	3,21
	8. Kemudahan cara perawatan (24)	4,25	3,87
7	Atribut produk sarana penunjang pemeliharaan		
	1. Sarana penambah keindahan (25)	4,23	4,12
	2. Perlengkapan pemeliharaan (26)	4,39	4,10
8	Harga produk (ikan dan sarana penunjang)		
	1. Harga yang ditawarkan (27)	3,81	3,52
	2. Potongan harga (28)	3,73	2,71
9	Iklan dan promosi		
	1. Jenis iklan dan cara promosi (29)	4,00	2,31
10	Pelayanan setelah transaksi		
	1. Tanggapan atau respon keluhan konsumen (30)	4,23	4,14
	2. Penukaran/pengembalian produk (31)	3,92	3,27
	Rata-Rata Total	126,96	108,25
	Rata-Rata	4,09	3,49

Gambar 2 terlihat ada 4 ruang yang menempati 31 atribut, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Ruang diagram dan atribut penelitian

Ruang	Atribut Penelitian	Jumlah
1	2, 12, dan 15	3
2	3, 6, 9, 10, 11, 14, 17, 18, 20, 21, 24, 25, 26, 30	14
3	1, 4, 22, 23, 28, 29, 31	7
4	5, 7, 8, 13, 16, 19, 27	7

Berdasarkan Tabel 3 dan Gambar 2, terlihat bahwa pada ruang 1 ada 3 atribut yang diprioritaskan karena atribut tersebut sangat penting bagi konsumen, tetapi bagi kinerja toko atribut ini belum dapat memuaskan konsumen atau tingkatan kepuasan masih rendah.

Untuk ruang 2 ada 14 atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan telah dilaksanakan oleh toko sehingga konsumen merasa puas. Ruang 3 ada 7 atribut berada didalamnya dimana atribut tersebut kurang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan ruang 4 ada 7 atribut berada didalamnya dimana atribut tersebut dianggap kurang penting oleh konsumen tetapi pihak toko telah menjalankan dengan sangat baik.

Setelah dianalisis IPA, lalu kita melihat CSI, untuk mengetahui hasil CSI dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Perhitungan CSI terhadap Atribut Toko Ikan Hias di Pasar Hobi

No	Atribut Toko Ikan Hias Pasar Hobi	MIS	WF	MSS	WS
A.	Lokasi				
	1. Kemudahan akses menuju took	4,06	0,032	3,37	0,108
	2. Sarana parkir memadai	4,73	0,038	2,85	0,108
B.	Personel penjualan		0,000		
	1. Sikap pelayan	3,92	0,031	3,83	0,119
	2. Penampilan pelayan	3,69	0,029	2,87	0,083
	3. Pengetahuan pelayan tentang produk yang dijual	4,50	0,036	3,64	0,131
C.	Pelayanan yang diberikan				
	1. Pengemasan ikan atau produk lain	4,32	0,034	3,94	0,134
	2. Kecepatan transaksi	3,75	0,030	3,75	0,113
	3. Konsultasi pemeliharaan	4,02	0,032	3,71	0,119
	4. Penanganan hama dan penyakit ikan	3,44	0,027	3,73	0,101
	5. Pelayanan jasa pembuatan dan dekorasi aquarium	4,29	0,034	3,81	0,130
	6. Kemudahan pembayaran	4,50	0,036	3,87	0,139
D.	Atribut took				
	1. Layout/tata letak dan dekorasi took	4,21	0,033	2,85	0,094
	2. Display produk	3,92	0,031	3,50	0,109
E.	Atmosfer took				
	1. Kebersihan took	4,39	0,035	3,58	0,125
	2. Penerangan took	4,31	0,034	2,81	0,096
	3. Temperatur ruangan took	3,96	0,031	3,77	0,117
F.	Atribut produk utama(ikan hias air tawar)				
	1. Variasi dan jenis ikan yang tersedia	4,23	0,034	4,12	0,140
	2. Keindahan warna	4,10	0,033	3,81	0,126
	3. Bentuk ikan	3,73	0,030	3,58	0,107
	4. Keunikan ikan	4,10	0,033	4,04	0,133
	5. Kesehatan ikan	4,39	0,035	3,77	0,132
	6. Kelangkaan ikan	3,25	0,026	1,80	0,047
	7. Citra yang dibawa oleh jenis ikan hias	3,75	0,030	3,21	0,096
	8. Kemudahan cara perawatan	4,25	0,034	3,87	0,132
G.	Atribut produk sarana penunjang pemeliharaan				
	1. Sarana penambah keindahan	4,23	0,034	4,12	0,140
	2. Perlengkapan pemeliharaan	4,39	0,035	4,10	0,144
H.	Harga produk (ikan dan sarana penunjang)				
	1. Harga yang ditawarkan	3,81	0,030	3,52	0,106
	2. Potongan harga	3,73	0,030	2,71	0,081
I.	Iklan dan promosi				
	1. Jenis iklan dan cara promosi	4,00	0,032	2,31	0,074
J.	Pelayanan setelah transaksi				
	1. Tanggapan atau respon keluhan konsumen	4,23	0,034	4,14	0,139
	2. Penukaran/pengembalian produk	3,92	0,031	3,27	0,102
		126,03	Σ WS		3,525
		$CSI = 3,525/5 \times 100\% = 70,50\%$			

Sumber Data: Data primer, diolah 2019.

Berdasarkan hasil perhitungan kepuasan konsumen toko ikan hias Pasar Hobi dapat diketahui bahwa nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah 70,50 persen. Jika nilai ini didasarkan pada indeks kepuasan konsumen dengan rumus rentang skala berdasarkan Simamora (2004), maka nilai CSI mencapai 70,50 persen berada pada selang $60\% < CSI \leq 80\%$ sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum indeks kepuasan konsumen untuk atribut yang diuji berada pada kriteria "puas".

Kesimpulan

Kesimpulannya yaitu dari 31 atribut penelitian dengan 10 variabel bahwa indeks kepuasan konsumen (CSI) sebesar 70.50% konsumen merasa puas.

Daftar Pustaka

- Adiguna, Wira. 2011. Perilaku Komunikasi Pemasaran Pembelian Ikan Hias. Skripsi Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat. Institusi Pertanian Bogor.
- Alex, S. 2013. Budidaya Ikan Koi, Ikan Eksotis Yang Menguntungkan. Pustaka Baru Press.
- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. 2011. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Indonesia.
- Khitam, H. 2006. Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Ikan Hias Air tawar di Pusat Promosi Ikan Hias Sumenep Jakarta Pusat. Skripsi fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Yogyakarta.
- Lesmana, Dermawan. 2011. Budidaya Ikan Hias Air Tawar Populer. Jakarta: Penerbar Swadaya
- Mateka, Jefri a. 2013. Obyek Wisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang Jawa timur. Jurnal Universitas Brawijaya
- Sihombing, Febry. 2013. Kontribusi Pendapatan Nelayan Ikan Hias Terhadap Pendapatan Rumah Tangga di Desa Serangan. Jurnal Agribisnis. Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Udayana. Sudirman Denpasar. Bali
- Supranto J. 2001. Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Cet ke-2. PT Rineke Cipta Jakarta.

