

# ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP BIBIT KELAPA SAWIT PADA PT UDAYA LOH JINAWI

Nariman Hadi<sup>1</sup>, Mahrani<sup>2</sup>, Mashadi<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Nariman Hadi, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Kuantan Singingi, Jl. Gatot Subroto KM 7, Jake, Taluk Kuantan, 29566, Riau, Indonesia

<sup>2</sup>Mahrani, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Kuantan Singingi, Jl. Gatot Subroto KM 7, Jake, Taluk Kuantan, 29566, Riau, Indonesia

<sup>3</sup>Mashadi, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Kuantan Singingi, Jl. Gatot Subroto KM 7, Jake, Taluk Kuantan, 29566, Riau, Indonesia

E-mail : [nma\\_arif@yahoo.com](mailto:nma_arif@yahoo.com)  
[ranijunes@yahoo.com](mailto:ranijunes@yahoo.com)  
[hmas6069@gmail.com](mailto:hmas6069@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap bibit kelapa sawit di PT Udaya Loh Jinawi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Deskriptif*, yaitu *Metode Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Metode Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik umum responden sebagian besar berusia 36-50 tahun, berjenis kelamin laki-laki, sebagian responden lulusan SLTA berprofesi sebagai pegawai swasta dan pendapatan rumah tangga perbulan Rp,3.000.000 – 4.000.00. Berdasarkan hasil penelitian nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah 0,7833 atau tingkat kepuasan konsumen berada pada angka 78,33 persen yang berada pada kriteria puas. Dengan demikian, secara keseluruhan atribut bibit kelapa sawit dapat dikatakan telah memuaskan konsumennya.

Kata kunci : *kepuasan, pelanggan, bibit kelapa sawit.*

## Pendahuluan

Kelapa sawit (*Elaeis guineensis* Jack) adalah tumbuhan industry penting penghasil minyak masak, minyak industry maupun bahan bakar (biodiesel). Perkebunannya menghasilkan keuntungan yang besar sehingga banyak hutan dan perkebunan lama dikonversi menjadi perkebunan kelapa sawit. Tumbuhan ini berasal dari Nigeria, Africa Barat, namun sebagian pendapat menyatakan bahwa kelapa sawit berasal dari Brazil, Amerika Selatan, terbukti dari banyaknya ditemukan spesies kelapa sawit di kawasan hutan Brazil dibandingkan dengan di hutan Africa.

Kelapa sawit diperkenalkan ke Indonesia oleh Pemerintah Kolonial Belanda pada tahun 1848 dengan cara menanam 4 batang pohon kelapa sawit di Kebun Raya Bogor. Tahun 1864 tanaman ini mulai dicoba diseluruh wilayah Indonesia antara lain di Banyumas, Palembang dan kemudian secara luas di Jawa Barat. Baru pada tahun 1910 tanaman ini dikembangkan secara komersial di Sumatera Utara. Pada kenyataannya tanaman kelapa sawit tumbuh subur di luar daerah asalnya seperti Indonesia, Malaysia, Thailand dan Papua Nugini dan mampu memberikan hasil produksi yang lebih tinggi perhektarnya (Sastrosayono, 2003).

Saat ini luas perkebunan kelapa sawit Indonesia sudah mencapai peringkat satu di dunia mengalahkan Malaysia. Dengan berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari minyak kelapa sawit, diperkirakan produksi minyak sawit Indonesia sudah mencapai 280 juta ton pertahun atau setara dengan 30% dari produksi minyak nabati dunia.

Data Direktorat Jendral pekanbaru (2014) mencatat bahwa pada tahun 2014 luas areal perkebunan kelapa sawit di Indonesia telah mencapai 10,9 juta Ha dimana kebun kelapa sawit terluas di Indonesia dimiliki oleh Provinsi Riau. Dari data Dinas Perkebunan (Disbun) Riau disebutkan bahwa luas area perkebunan sawit Riau hingga akhir 2010 mencapai 2.103.176 Ha. Kabupaten Kuantan Singingi memiliki perkebunan kelapa sawit dengan luas 62.538 Ha. Jumlah tersebut terdiri dari 12.607 Ha untuk tanaman belum menghasilkan (TBM), 49.793 Ha untuk tanaman menghasilkan (TM) dan 138 ha kondisi tanaman tua rusak (TTR), diperkirakan luasan lahan tersebut akan terus bertambah dari tahun-ke tahun akibat

menurunnya harga karet dipasar dunia saat ini yang mengakibatkan banyak perkebunan karet beralih fungsi menjadi perkebunan sawit.

Pembukaan perkebunan kelapa sawit yang baru memerlukan banyak bibit kelapa sawit terutama bibit kelapa sawit unggul yang dapat dilihat dari bentuk tunas, bentuk anak daun, kondisi akar, kondisi batang bawah, bentuk bibit kelapa sawit dan lain-lain. Pemilihan benih unggul yang berkualitas baik merupakan faktor utama dalam menentukan kesuksesan investasi di perkebunan kelapa sawit.

PT Udaya Loh Jinawi sebagai satu-satunya penangkar resmi bibit kelapa sawit di Kabupaten Kuantan Singingi yang mendapat izin dari Dinas Perkebunan saat ini banyak menerima tawaran untuk pengadaan bibit kelapa sawit. Pada area seluas 20 Ha, PT Udaya Lohjinawi melakukan kegiatan pembibitan kelapa sawit dari jenis DXP Dumpy dan DXP Topaz dengan data penjualan selama 3 tahun sesuai Tabel 1.

Tabel 1. Data Penjualan Bibit Kelapa Sawit PT Udaya Loh Jinawi

No	Tahun	Pemasaran
1	2015	161.376
2	2016	160.090
3	2017	216.360

Kepuasan konsumen merupakan kunci keberhasilan pemasaran. Kothler (2002) menyatakan, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Umar (2003) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan yang diharapkan.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan bibit kelapa sawit yang diproduksi oleh PT Loh Jinawi dalam kaitannya dengan strategi pemasaran maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan Sebagai Strategi Pemasaran Bibit Kelapa Sawit (*Elaeis Gueneensis* Jack) Pada PT Udaya Loh Jinawi, Kecamatan Hulu Kuantan, Kabupaten Kuantan Singingi”.

## **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap bibit kelapa sawit pada PT Udaya Loh Jinawi Desa Sarosah Kecamatan Hulu Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi.

## **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dicapai melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap bibit kelapa sawit pada PT Udaya Loh Jinawi Desa Sarosah Kecamatan Hulu Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi.

## **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah : 1) Bagi perusahaan penelitian ini merupakan masukan untuk memperbaiki kinerja yang ada untuk kedepannya dapat memuaskan pelanggan yang membeli bibit kelapa sawit pada PT Udaya Loh Jinawi, 2) Bagi pembaca, semoga penelitian ini dapat menjadi tambahan informasi, wawasan dan pengetahuan serta sebagai referensi penelitian selanjutnya, 3) Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengalaman dan pengetahuan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Waktu dan Tempat**

Penelitian ini dilakukan pada usaha pembibitan kelapa sawit di PT Udaya Loh Jinawi yang beralamatkan di Kecamatan Hulu Kuantan, Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau, penelitian akan dilaksanakan selama 4 bulan.

### **Metode Pengambilan Sampel**

Metode pengambilan sampel yang dipilih adalah *non-probability sampling*, dimana setiap konsumen bibit sawit tidak mempunyai peluang atau kemungkinan yang sama untuk terpilih menjadi responden dalam penelitian ini.

Teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah *convenience sampling*. Pemilihan teknik penentuan sampel didasarkan pada kondisi dan lokasi penelitian yang membutuhkan sampel besar tanpa diketahui jumlah populasi yang ada, sehingga peneliti menggunakan teknik tersebut untuk memudahkan peneliti dalam pengambilan sampel.

Sampel yang digunakan sebagai responden dalam penelitian ini adalah konsumen bibit sawit yang telah melewati proses *screening*. Sampel yang akan dijadikan responden adalah konsumen bibit sawit yang pernah membeli dan menanam bibit sawit dari PT Udaya Loh Jinawi. Selain itu, persyaratan responden dalam penelitian ini yaitu berusia lebih atau sama dengan 17 tahun dengan pertimbangan bahwa responden tersebut dinilai telah mengerti pertanyaan yang ada dalam kuesioner dan memiliki wewenang pribadi dalam menentukan pemilihan produk yang dibeli. Jumlah sampel yang digunakan sebagai responden adalah 60 orang.

### **Analisis Data**

#### **Analisis Deskriptif**

Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Nazir 2005).

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

Analisis yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap bibit kelapa sawit pada PT Udaya Loh Jinawi Desa Sarosah Kecamatan Hulu Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi adalah dengan menggunakan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA).

Konsep *Importance Performance Analysis* (IPA) Menurut Simamora (2004) adalah analisis yang digunakan untuk mengukur

tingkat kepuasan konsumen yang membandingkan antara tingkat kinerja yang diharapkan dengan tingkat

kepentingan yang disediakan atau yang diberikan kepada konsumen.

Konsep *Importance Performance Analysis* merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pelanggan terhadap atribut yang diberikan. Tingkat kinerja menunjukkan atribut aktual yang dirasakan oleh konsumen, sedangkan tingkat kepentingan atribut menunjukkan seberapa penting atribut tersebut bagi konsumen.

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana :

$\bar{X}$  = bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja atribut produk

$\bar{Y}$  = bobot rata-rata penilaian kepentingan pelanggan

n = jumlah responden

Penilaian kepentingan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan akan diwakili oleh huruf X, sedangkan untuk penilaian tingkat kinerja ditunjukkan oleh huruf Y.

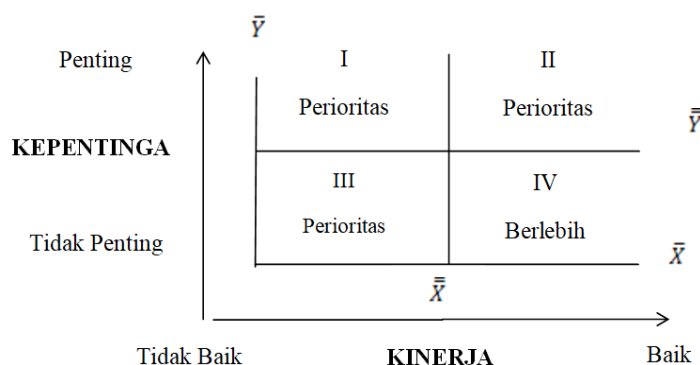
Rumusnya :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Tingkat Kinerja (X)	Tingkat Kepentingan	Skor (Nilai)
Tidak Penting	Tidak Puas	1
Penting	Puas	2
Sangat Penting	Sangat Puas	3

Diagram kartesius yang dimaksud di sini adalah suatu bangun yang dibagi menjadi empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada suatu titik (X ,Y ). Nilai X dan Y

digunakan sebagai pasangan koordinat titik-titik atribut yang memposisikan suatu atribut terletak dimana pada diagram kartesius.



Gambar 1. Diagram Kartesius (*Important and Performance Analisis*).

Sumber : Supranto (2001).

Masing-masing kuadran pada gambar menunjukkan keadaan yang berbeda:

1) Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran I memuat atribut yang dinilai penting namun pelaksanaan kinerja

atribut masih rendah. Pada kuadran ini, tingkat kepuasan konsumen masih rendah sehingga perusahaan perlu meningkatkan kinerja dari atribut produk. Atribut pada kuadran I memiliki prioritas utama untuk diperbaiki kinerjanya oleh perusahaan.

2) Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran II memuat atribut yang dinilai penting dan kinerja atribut yang sesuai dengan yang dirasakan oleh konsumen. Pada kuadran ini, tingkat kepuasan konsumen dinilai relatif tinggi sehingga perusahaan perlu mempertahankan atribut yang ada pada kuadran II.

3) Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III memuat atribut yang kurang penting dengan pelaksanaan yang tidak terlalu baik. Pada kuadran ini, peningkatan variabel perlu diperhatikan kembali karena pengaruhnya yang tidak terlalu besar terhadap kepuasan konsumen. Atribut yang berada pada kuadran III memiliki prioritas rendah untuk diperbaiki kinerjanya oleh perusahaan.

4) Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran IV memuat atribut yang dianggap kurang penting pengaruhnya bagi konsumen, akan tetapi kinerjanya dinilai berlebihan. Selain itu, atribut yang berada pada kuadran ini dapat dikurangi sehingga perusahaan dapat menghemat biaya.

**Customer Satisfaction Index(CSI)**

*Customer Satisfaction Index* digunakan untuk menentukan tingkatkepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas jasa yang diukur. Skor IPA dari setiap dimensi dan atribut kualitas jasa digunakan untukmenghitung nilai CSI, sehingga

dapat diketahui tingkat kepuasan terhadap kinerja pelayanan.

Metode pengukuran CSI ini meliputi tahap-tahap sebagai berikut (Stratford, 2007) :

(1). Menghitung *weighting factors* (WF), yaitu mengubah nilai rata-rata tingkat kepentingan atau *mean important score* (MIS) masing-masing atribut menjadi angka persentase (%) dari total nilai rata-rata tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji.

(2). Menghitung *weigted score* (WS), yaitu nilai perkalian antar nilai rata-rata tingkat kinerja atau kepuasan atau *mean satisfaction score* (MSS) masingmasing atribut dengan *weighting factors* masing-masing atribut.

(3). Menghitung *weighted average total* (WAT), adalah fungsi dari total *Weighted Score* (WS) atribut ke- 1 (a1) hingga ke-n (an).

(4). Manghitung *customer satisfaction index* (CSI), adalah fungsi dari nilai *Weighted Average* (WA) dibagi menjadi *Highest Scale* (HS) atau yang dinyatakan dalam bentuk persen.

Skala maksimum diperoleh dari ukuran Skala Likert yang digunakan dalam pembobotan tingkat kepentingan dan kinerja. Maka dalam penelitian ini skala maksimum yang digunakan ada tiga. Penyusunan menggunakan tiga kriteria saja yaitu tidak puas, puas dan sangat puas. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

No	<i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	Kriteria
1	0,00 sampai 0,40	Tidak Puas
2	0,41 sampai 0,79	Puas
3	0,80 sampai 1,00	Sangat Puas

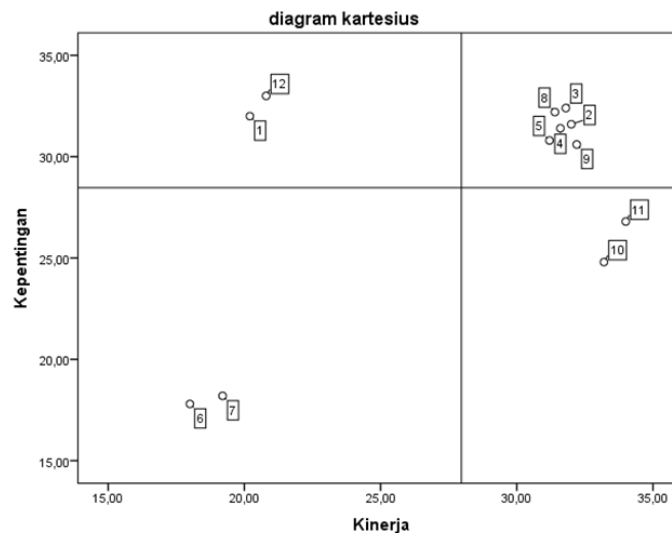
**HASIL DAN PEMBAHASAN**  
**Analisis Tingkat Kepentingan Dan**  
**Tingkat Kinerja (IPA)**

Hasil Analisis Kepentinga dan Kinerja

No	Variabel	Y	X	x
1	Harga bibit	2.66	1.68	I
2	Varietas bibit	2.63	2.66	II
3	Umur bibit	2.70	2.65	II
4	Bentuk fisik bibit	2.61	2.63	II

5	Sumber (keaslian)	2.56	2.60	II
6	Izin penangkaran	1.48	1.50	IV
7	Labelling	1.51	1.60	IV
8	Pelayanan Petugas	2.68	2.61	II
9	Rekomendasi/iklan	2.55	2.68	II
10	Lokasi	2.06	2.76	IV
11	Fasilitas	2.23	2.83	IV
12	Ketersediaan	2.75	1.73	I
<b>Jumlah</b>		<b>28,42</b>	<b>27,93</b>	

Dari hasil perhitungan, diketahui bahwa nilai total rata-rata tingkat kinerja (X) sebesar 28,42 dan nilai rata-rata tingkat kinerja 27,93.



#### Penjelasan Hasil Diagram Kartesius

No	Kuadran	Variabel Atribut	Ket
1	Kuadran I	Harga bibit kelapa sawit	1
		Ketersediaan stock bibit	12
2	Kuadran II	Varietas bibit	2
		Umur bibit	3
		Bentuk fisik bibit	4
		Sumber (keaslian)	5
		Pelayanan petugas	8
		Rekomendasi/Iklan	9
		3	Kuadran III
Labelling	7		
4	Kuadran IV	Lokasi penangkaran	10
		Fasilitas pembayaran	11

#### Analisis Respon Konsumen Terhadap Atribut Bibit Kelapa Sawit.

Untuk menganalisis respon konsumen terhadap atribut bibit kelapa sawit ini menggunakan Skala Likert. Hasil Pengukuran dikategorikan dalam tiga

kelompok yaitu tidak puas, puas dan sangat puas.

### 1. Harga Bibit Kelapa Sawit

Respon Responden Terhadap Atribut Harga Bibit Kelapa Sawit

No	Respon Responden	Frekuensi	
		Orang	%
1	Tidak Puas	35	58,33
2	Puas	17	28,33
3	Sangat Puas	8	13,34
<b>Jumlah</b>		<b>60</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel diatas, terlihat sebagian besar pelanggan bibit kelapa sawit yaitu sebanyak 35 orang (58,33%) merasa tidak puas akan harga yang ditawarkan oleh PT Udaya Loh Jinawi

Atribut harga berada pada kuadran I dimana artinya harga merupakan prioritas utama bagi konsumen namun dalam pelaksanaannya kinerja harga masih dianggap rendah oleh konsumen. Menurut Hendri (2005) penetapan harga adalah hal

yang paling krusial, karena harga adalah unsur yang akan mendatangkan laba. Untuk menaikkan tingkat kepuasan konsument terhadap atribut ini maka PT Loh Jinawi harus dapat mempertimbangkan penurunan harga sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan tetap mempertimbangkan keuntungan logis yang akan diperoleh perusahaan.

### 2. Varietas Bibit Kelapa Sawit

No	Respon Responden	Frekuensi	
		Orang	%
1	Tidak Puas	4	6,67
2	Puas	5	8,33
3	Sangat Puas	51	85,00
<b>Jumlah</b>		<b>60</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan hasil penelitian, pada tabel diatas, diketahui bahwa 51 orang (85%) responden sangat puas dengan varietas DXP Simalungun (SMB) yang memiliki keunggulan quick starter yaitu masa panen yang lebih cepat pada usia 24 bulan, dengan hasil produksi mencapai 12 ton TBS /hektar pada usia 24-35 bulan (TM1). Sementara potensi CPO adalah 9 ton/ha/tahun. Varietas ini juga memiliki keunggulan spesifik laju pertumbuhan meninggi yang lambat (40-55 cm /tahun) dan rerata bobot tandan yang tinggi.

Respon Responden Terhadap umur bibit kelapa sawit.

Atribut varietas bibit berada pada kuadran II dimana artinya atribut yang dinilai penting dan kinerjanya sesuai dengan yang dirasakan oleh konsumen. Pada kuadran ini tingkat kepuasan konsumen dinilai relatif tinggi untuk itu perusahaan dalam hal ini PT Udaya Loh Jinawi diharapkan dapat mempertahankan mutu varietas agar bibit kelapa sawit yang dijual tetap diminati oleh konsumen.

### 3. Umur Bibit Kelapa Sawit

No	Respon Responden	Frekuensi	
		Orang	%
1	Tidak Puas	2	3,33
2	Puas	5	8,33
3	Sangat Puas	53	83,34
<b>Jumlah</b>		<b>60</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan hasil penelitian, pada tabel diatas diketahui bahwa 53 orang

(83.34%) responden sangat puas dengan dengan umur bibit kelapa sawit yang dijual

pada PT Udaya Loh Jinawi, dimana umur 12 bulan pada bibit sawit merupakan umur bibit yang ideal untuk mulai ditanam.

Atribut umur bibit berada pada kuadran II dimana artinya atribut yang dinilai penting dan kinerjanya sesuai dengan yang dirasakan konsumen. Pada kuadran ini tingkat kepuasan konsumen dinilai relatif tinggi, untuk itu perusahaan Respon Responden Terhadap Bentuk Fisik Bibit Kelapa Sawit.

No	Respon Responden	Frekuensi	
		Orang	%
1	Tidak Puas	6	10,00
2	Puas	8	13,33
3	Sangat Puas	46	76,67
<b>Jumlah</b>		<b>60</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan hasil penelitian, pada tabel diatas diketahui bahwa 46 orang (76,67%) responden sangat puas dengan dengan bentuk fisik bibit kelapa sawit yang dijual di PT Udaya Loh Jinawi dimana artinya bentuk fisik yang diinginkan pelanggan sudah sesuai seperti yang diharapkan.

Atribut bentuk fisik berada pada kuadran II, dimana artinya atribut yang dinilai penting dan kinerjanya sesuai dengan yang dirasakan oleh konsumen. Pada kuadran ini tingkat kepuasan konsumen dinilai relatif tinggi, untuk itu perusahaan dalam hal ini PT Udaya Loh Jinawi diharapkan dapat mempertahankan dan menjaga bentuk fisik bibit kelapa sawit sebelum dilepas ke konsumen.

#### Respon Responden Terhadap Sumber Keaslian Bibit

No	Respon Responden	Frekuensi	
		Orang	%
1	Tidak Puas	2	3,33
2	Puas	3	5,00
3	Sangat Puas	55	91,67
<b>Jumlah</b>		<b>60</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan hasil penelitian, pada tabel diatas diketahui bahwa 55 orang (91,67%) responden sangat puas dengan sumber (keaslian) bibit yang dijual di PT Udaya Loh Jinawi. Sumber benih sawit pada PT Udaya Loh Jinawi diperoleh dari Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) Medan. PPKS ini merupakan perusahaan

dalam hal ini PT Udaya Loh Jinawi diharapkan dapat mempertahankan umur bibit sebelum dilepas ke konsumen agar bibit kelapa sawit yang dijual memiliki daya tahan yang kuat terhadap lingkungan baru tetap sehingga tingkat kematian bibit dapat diminimalisir dengan begitu loyalitas konsumen dapat terjaga.

#### 1. Bentuk Fisik Bibit Kelapa Sawit

No	Respon Responden	Frekuensi	
		Orang	%
1	Tidak Puas	6	10,00
2	Puas	8	13,33
3	Sangat Puas	46	76,67
<b>Jumlah</b>		<b>60</b>	<b>100,00</b>

Bibit sawit unggul adalah bibit yang berkualitas tinggi yang akan tumbuh menjadi tanaman dengan produktifitas tinggi, tahan terhadap hama dan penyakit serta memiliki tingkat pertumbuhan antar bibit yang seragam. Bentuk fisik bibit ini akan mempengaruhi masa adaptasi bibit pada lingkungan barunya ketika ditanam.

#### 2. Sumber (Keaslian) Bibit

Ketersediaan stock bibit adalah sejumlah bibit yang tersedia yang siap dijual kepada pelanggan dimana pada saat waktu penelitian berlangsung PT Udaya Loh Jinawi memiliki stok bibit sekitar 200 ribu bibit kelapa sawit.

No	Respon Responden	Frekuensi	
		Orang	%
1	Tidak Puas	2	3,33
2	Puas	3	5,00
3	Sangat Puas	55	91,67
<b>Jumlah</b>		<b>60</b>	<b>100,00</b>

produsen benih kelapa sawit terbesar dunia dengan target produksi per tahun sebesar 35 juta hingga 40 juta benih.

Atribut sumber (keaslian) bibit berada pada kuadran II dimana artinya atribut yang dinilai penting dan kinerjanya sudah sesuai dengan yang dirasakan oleh konsumen. Pada kuadran ini tingkat



kepuasan konsumen dinilai relatif tinggi dan untuk itu perusahaan dalam hal ini PT Udaya Loh Jinawi diharapkan dapat mempertahankan sumber (keasilian) bibit Respon Responen Terhadap Sumber Izin Penangkaran/Terdaftar.

kelapa sawit yang dijual agar tetap diminati oleh konsumen.

### 3. Izin Penangkaran/Terdaftar

No	Respon Responden	Frekuensi	
		Orang	%
1	Tidak Puas	53	83,34
2	Puas	4	6,66
3	Sangat Puas	3	5,00
<b>Jumlah</b>		<b>60</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan hasil penelitian, pada tabel diatas diketahui bahwa 53 orang (83,34%) responden tidak puas dengan izin penakaran/terdaftar ini. Atribut izin penangkaran berada pada kuadran III dimana artinya atribut yang dinilai kurang penting. Pada kuadran ini variabel yang dinilai perlu diperhatikan Respon Responden Terhadap Labelling pada PT Udaya Loh Jinawi.

kembali karena pengaruhnya yang tidak terlalu besar terhadap kepuasan konsumen. Artinya bagi konsumen izin penangkaran tidak terlalu berpengaruh terhadap keputusan pembelian selama faktor-faktor lain yang lebih penting dapat terpenuhi.

### 4. Labelling

No	Respon Responden	Frekuensi	
		Orang	%
1	Tidak Puas	56	93,33
2	Puas	3	5,00
3	Sangat Puas	1	1,67
<b>Jumlah</b>		<b>60</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan hasil penelitian, pada tabel diatas diketahui bahwa 56 orang (93,33%) responden merasa tidak puas dengan pemberian label atau labelling pada bibit kelapa sawit. Atribut labelling berada pada kuadran III dimana artinya atribut yang dinilai kurang penting. Pada kuadran ini variabel yang dinilai perlu diperhatikan kembali karena pengaruhnya Respon Responden terhadap Pelayan Petugas.

yang tidak terlalu besar terhadap kepuasan konsumen. Artinya bagi konsumen pemberian label tidak terlalu berpengaruh terhadap keputusan pembelian selama faktor-faktor lain yang lebih penting dapat terpenuhi.

### 8.Pelayanan Petugas

No	Respon Responden	Frekuensi	
		Orang	%
1	Tidak Puas	4	6,66
2	Puas	7	11,67
3	Sangat Puas	49	81,67
<b>Jumlah</b>		<b>60</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan hasil penelitian, pada tabel diatas diketahui bahwa 49 orang (81.67%) responden sangat puas dengan atribut pelayan petugas pada PT Udaya Loh Jinawi. Atribut pelayanan petugas berada pada kuadran II, dimana artinya atribut yang dinilai penting dan kinerjanya

sesuai dengan yang dirasakan oleh konsumen.

Responden merasa puas terhadap atribut ini karena seluruh bagian perusahaan berkerjasama dalam memberikan informasi yang jelastentang hal-hal yang ingin diketahui oleh

responden. Pada kuadran ini tingkat kepuasan konsumen dinilai relatif tinggi, untuk mendapatkan loyalitas konsumen maka PT Udaya Loh Jinawi diharapkan dapat mempertahankan dan menjaga pelayanannya. kepada konsumen un, Respon Responden terhadap Rekomendasi/iklan.

karena jika konsumen puas dengan pelayanan petugas maka konsumen akan loyal karena sudah mendapatkan pelayanan yang baik.

### 9. Rekomendasi/iklan

No	Respon Responden	Frekuensi	
		Orang	%
1	Tidak Puas	1	1,67
2	Puas	2	3,33
3	Sangat Puas	57	95,00
<b>Jumlah</b>		<b>60</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel diatas, diketahui bahwa 57 responden (95%) sangat puas terhadap rekomendasi/iklan yang ada pada PT Udaya Loh Jinawi. Tingginya tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut rekomendasi/iklan bibit kelapa sawit pada PT Udaya Lohjinawi disebabkan karena informasi tentang keberadaan dan reputasi bibit yang ada di PT Udaya Lohjinawi dapat diperoleh oleh konsumen melalui papan iklan (*sign board*) yang dipasang oleh perusahaan di beberapa titik yang Respon Responden terhadap Lokasi Penangkaran.

mudah ditemui oleh calon konsumen. Selain itu iklan dari mulut kemulut (*word of mouth*) dalam konteks yang positif memiliki peranan yang penting yang juga membantu konsumen dalam mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

Atribut ini berada pada kuadran II dimana tingkat kepentingan dan kinerjanya cukup memuaskan konsumen sehingga perlu dipertahankan sebagai salah satu atribut unggulan perusahaan.

### 10. Lokasi Penangkaran

No	Respon Responden	Frekuensi	
		Orang	%
1	Sangat Puas	4	6,66
2	Puas	43	71,67
3	Tidak Puas	13	21,67
<b>Jumlah</b>		<b>60</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel diatas, diketahui bahwa 43 orang (71,67%) responden puas terhadap Lokasi Penangkaran rekomendasi/iklan yang ada pada PT Udaya Loh Jinawi. Atribut ini menepati kuadran IV yang mana artinya atribut ini dianggap kurang penting pengaruhnya bagi konsumen dan kinerjanya dianggap cukup berlebihan.

Bagi konsumen jika lokasi pembibitan masih dapat dijangkau dengan kendaraan maka atribut ini dianggap tidak terlalu penting. Karena pengiriman/pengantaran bibit kelapa sawit biasanya menggunakan kendaraan roda 4 yang kapasitasnya sudah diperhitungkan dengan volume bibit yang akan diangkut.

### 11. Fasilitas pembayaran (kredit)

Berikut respon responden terhadap fasilitas pembayaran (kredit) dibawah ini.

Respon Responden Terhadap Fasilitas Pembayaran (kredit)

No	Respon Responden	Frekuensi	
		Orang	%
1	Tidak Puas	8	13,33
2	Puas	49	81,67
3	Sangat Puas	3	5,00
<b>Jumlah</b>		<b>60</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan hasil penelitian, pada tabel diatas, diketahui bahwa 49 orang (81,67%) responden merasa puas dengan sistem pembayaran pada proses pembelian bibit sawit di PT Udaya Loh Jinawi. Dimana pembayaran dari konsumen dapat dilakukan dengan tunai atau melalui transfer bank sesuai dengan kesepakatan harga yang telah dibuat. Sistem kredit ditiadakan agar perputaran dana dan operasional perusahaan dapat berjalan lancar.

Atribut fasilitas pembayaran ini menepati kuadran IV yang mana artinya atribut ini dianggap kurang penting Respon Responden Terhadap Ketersediaan Stock Bibit.

pengaruhnya bagi konsumen dan kinerjanya dianggap cukup berlebihan. Konsumen yang akan membuka lahan kebun sawit yang baru tentu sudah memperhitungkan biaya yang dibutuhkan dalam pelaksanaan kegiatannya. Artinya sebelum memulai membuka lahan tentu mereka telah menyiapkan dana untuk pembelian bibit dan biaya operasional lainnya, sehingga fasilitas kredit dalam pembelian bibit kelapa sawit pada PT Udaya Loh Jinawi tidak memiliki pengaruh besar terhadap konsumen.

**12.Ketersediaan stock bibit**

No	Respon Responden	Frekuensi	
		Orang	%
1	Tidak Puas	47	78,33
2	Puas	10	16,67
3	Sangat Puas	3	5,00
<b>Jumlah</b>		<b>60</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan hasil penelitian, pada tabel diatas diketahui bahwa 47 orang (78,33%) responden merasa tidak puas dengan ketersediaan stock bibit kelapa sawi yang ada pada PT Udaya Loh Jinawi karena beberapa responden tidak mendapatkan stok bibit ketika datang ke lokasi pembibitan. Atribut ketersediaan stock bibit berada pada kuadran I dimana artinya ketersediaan stock merupakan prioritas utama bagi konsumen namun dalam pelaksanaannya kinerjanya masih dianggap rendah oleh konsumen. Untuk menaikkan tingkat kepuasan konsument terhadap atribut ini maka PT Loh Jinawi harus dapat menjaga ketersediaan stock sehingga konsumen tidak kecewa karena ketiadaan stock bibit sawit ketika mereka butuhkan.

**Indeks Kepuasan Konsumen atau Customer Satisfaction Index**

Indeks kepuasan konsumen terhadap bibit kelapa sawit di PT. Udaya Loh Jinawi dapat dilihat pada tabel dibawah ini dimana perhitungan ini diperoleh melalui nilai rata-rata pada tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang disesuaikan dengan bobot masing-masing atribut. Nilai Weighted Average total adalah sebesar 2,35 yang merupakan jumlah dari seluruh *weighted score* atribut bibit kelapa sawit. Angka *Customer Satisfaction Index* (CSI) di peroleh dengan membagi nilai *weighted average* total dengan skala maksimum skala 3 yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan demikian *Customer Satisfaction Index* adalah  $2,35/3 = 0,7833$  dimana artinya tingkat kepuasan konsumen adalah sebesar 78,33 persen. Hal ini menunjukkan bahwa

indeks kepuasan pelanggan berada pada kriteria puas. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 26. Perhitungan *Customer*

*Satisfaction index (CSI)*

Variabel	Kepentingan		Kinerja	
	MIS	WF(%)	MISS`	WS
1 Harga	2,66	0,093	1,68	0,156
2 Varietas	2,63	0,092	2,66	0,244
3 Umur	2,70	0,095	2,65	0,251
4 Bentuk fisik	2,61	0,091	2,63	0,239
5 Sumber bibit	2,56	0,090	2,60	0,234
6 Izin penangkaran	1,48	0,050	1,50	0,075
7 Labelling	1,51	0,053	1,60	0,084
8 Pelayanan	2,68	0,094	2,61	0,245
9 Rekomendasi	2,55	0,089	2,68	0,238
10 Lokasi penangkaran	2,06	0,072	2,76	0,198
11 Fasilitas pembayaran	2,23	0,078	2,83	0,220
12 Ketersediaan stock bibit	2,75	0,096	1,73	0,166
<b>Jumlah</b>	<b>28,42</b>		<b>27,93</b>	
<b>(WAT)</b>	<b>2,35</b>			
<b>CSI</b>	<b>0,7833 = 78,33</b>			

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang kepuasan pelanggan terhadap bibit kelapa sawit pada PT. Udaya Lohjinawi dapat disimpulkan bahwa :

1. Tingkat kepentingan konsumen terhadap bibit kelapa sawit (*Elaeis gueneensis Jack*) pada PT Udaya Loh Jinawi yaitu berjumlah 1708 dengan rata-rata skor sebesar 142,33 dengan kriteria sangat penting. Dan tingkat kinerja konsumen terhadap bibit kelapa sawit (*Elaeis gueneensis Jack*) pada PT Udaya Loh Jinawi berjumlah 1678 dan skor rata-rata skornya sebesar 139,83 dengan kriteria puas.
2. Hasil nilai indeks kepuasan konsumen adalah sebesar 78,33 %, dimana nilai ini berada pada range indeks kepuasan konsumen 75% -100% yaitu termasuk pada kriteria sangat puas.

### SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT. Udaya Loh Jinawi maka penulis menyarankan agar perusahaan perlu meningkatkan atribut-atributnya yang terdapat pada bibit kelapa sawit demi memuaskan dan mempertahankan pelanggan serta memajukan perusahaan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Harnasari A. 2009. Analisis Proses Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen *Cimory Yoghurt Drink* di *Cimory Shop Bogor* [skripsi]. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor
- Hendri Ma'ruf.2005.Pemasaran Ritel., Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kothler,Philip.2002.*Prinsip-PrinsipPemasaranterjemahan,Edisi9*.Jakarta:Erlangga.

- Kotler P. 2005a. *Manajemen Pemasaran Edisi ke Sebelas Jilid 1*. Benyamin Molan, penerjemah; Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia. Terjemahan dari: *Marketing Management*.
- Sastrosayono, 2003. Kelapa Sawit (terhubung berkala) <http://sastroayono3.wordpress.com>
- Sumarwan, U. 2003. Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. PT Ghalia Indonesia, Bogor.
- Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.