

Tingkat Kepuasan Konsumen Sirup Kalamansi Segar Asri Di Toko Oleh-Oleh Sari Rasa

Consumer Satisfaction Level Of Asri Fresh Kalamansi Syrup At Sari Rasa Gift Shop

Wulan Salsahbillah ¹⁾; Rika Dwi Yulihartika ²⁾; Herri Fariadi ³⁾

^{1,2,3)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ wulansalsahbillah14@gmail.com

How to Cite :

Salsahbillah, W., Yulihartika, D, R., Fariadi, H. (2025). Tingkat Kepuasan Konsumen Sirup Kalamansi Segar Asri Di Toko Oleh-Oleh Sari Rasa. Journal of Multidisciplinary Research. 1(2). DOI: <https://doi.org/10.70963/jmr.v1i2>

ARTICLE HISTORY

Received [29 October 2024]

Revised [07 December 2024]

Accepted [05 January 2025]

KEYWORDS

Consumer Satisfaction, Kalamansi Syrup, Sari Rasa Gift Shop.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang penting dalam sebuah pemasaran. Apabila konsumen merasa puas akan suatu produk dari suatu restoran maka, umumnya terjadi konsumen akan terus menerus membeli dan mengkonsumsi. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap sirup kalamansi segar asri di toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu. Berdasarkan penelitian yang di tingkat kepuasan konsumen terhadap sirup kalamansi segar asri di toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu, maka dapat di tarik kesimpulan tingkat kepuasan konsumen terhadap sirup kalamansi segar asri di toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu berjalan dengan baik. maka indeks kepuasan konsumen dengan rata-rata 3,79 dengan kategori baik.

ABSTRACT

Consumer satisfaction is one of the important things in marketing. If consumers feel satisfied with a product from a restaurant, generally the consumer will continue to buy and consume. The aim of this research is to determine the level of consumer satisfaction with fresh, beautiful kalamansi syrup at the Sari Rasa gift shop in Bengkulu City. Based on research on the level of consumer satisfaction with fresh, beautiful kalamansi syrup in the Sari Rasa gift shop in Bengkulu City, it can be concluded that the level of consumer satisfaction with fresh, beautiful kalamansi syrup in the Sari Rasa gift shop in Bengkulu City is going well. then the consumer satisfaction index averages 3.79 in the good category

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan baik itu perusahaan jasa maupun manufaktur, tentunya menginginkan usahanya semakin lama semakin berkembang sesuai tujuan yang ingin dicapai, baik itu tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Salah satu tujuan dari perusahaan sekaligus keinginan dari setiap perusahaan adalah memperoleh laba yang maksimal. Dalam meraih laba maksimal harus ada usaha yang maksimal juga dari pemilik usaha dimana pemilik usaha harus mengupayakan agar konsumen merasa puas sehingga selalu membeli produk yang dijual (Syafrudin, 2023). Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang penting dalam sebuah pemasaran. Apabila konsumen merasa puas akan suatu produk dari suatu restoran maka, umumnya terjadi konsumen akan terus menerus membeli dan mengkonsumsi.

Dalam hal ini juga tidak menutup kemungkinan konsumen akan memberitahukan orang lain mengenai pengalamannya terhadap kualitas atau cita rasa yang ada (Kelana, 2019). Kepuasan konsumen akan produk kalamansi adalah unsur yang saling berhubungan mengenai mutu yang dapat mempengaruhi kinerja dalam memenuhi harapan pelanggan. Kualitas tidak hanya menekankan pada hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan dalam menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas melalui manusia dan proses yang berkualitas (Kelana, 2019).

kepuasan konsumen terdapat pula penetapan harga yang menjadi hal penting pada suatu usaha. Penetapan harga jual yang lebih rendah dari harga pokok produksinya, maka perusahaan akan

mengalami kerugian. Dengan demikian, jika perusahaan ingin menentukan harga produksinya secara tepat, maka perusahaan tersebut harus menghitung dengan seteliti mungkin terhadap harga yang dikeluarkan untuk membuat suatu produk. Adapun perhitungan-perhitungan yang dilakukan harus didasarkan pada teori mengenai harga pokok produksi, artinya bahwa elemen-elemen harga sebagai komponen harga produksi harga dimasukkan dan dibebankan pada pos-pos harga sesuai dengan unsur harga itu sendiri (Mulyadi, 2022).

LANDASAN TEORI

Toko Sari Rasa adalah salah satu pusat oleh-oleh di Kota Bengkulu yang terlengkap dan menyediakan bermacam kerajinan tangan dan oleh-oleh khas Bengkulu seperti sirup kalamansi. Dalam produksinya, pemilik usaha mengeluarkan harga-harga yang dapat membentuk bahan baku tersebut menjadi sirup. Bahan baku pembuatan sirup adalah jeruk kalamansi khusus yang diambil dari Curup. Harga-harga yang dibebankan oleh rumah produksi sirup kalamansi Sari Rasa di dalam menghitung harga pokok produksinya meliputi: 1) Harga bahan penolong, 2) Harga tenaga kerja langsung, 3) Harga overhead. Namun dalam menghitung harga produksinya, perusahaan belum membebankan Harga-harga secara keseluruhan.

Harga-harga yang belum terkalkulasi dalam perhitungan harga pokok produksi terjadi pada komponen harga tenaga kerja langsung. Dalam perhitungan harga jual, maka akan terjadi perbedaan antara harga jual yang diperhitungkan oleh pemilik usaha rumah produksi sirup kalamansi dengan harga jual yang seharusnya terjadi sesuai dengan besarnya laba yang diharapkan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap sirup kalamansi segar asli di toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan penelitian dengan metode deskriptif. Menurut Nazir (2022), metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis. Gaktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat hubungan antar fenomena yang diselidiki. Tahap-tahap analisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Kepuasan Konsumen

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya (Sugiyono, 2011: 142). Penyebaran kuesioner ini dilakukan dengan peneliti datang langsung ke Toko Oleh-oleh Sari Rasa kemudian melakukan penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden yang datang dan menunggu responden yang sedang mengisi kuesioner untuk mengambil kembali hasil pengisian kuesioner.

Sebagai alat pengukur variabel pada kuesioner digunakan model skala likert. Skala ini menggunakan ukuran ordinal adalah angka yang diberikan dimana angka-angka tersebut mengandung pengertian tingkatan. ukuran ini tidak memberikan nilai absolut terhadap objek tetapi hanya memberikan ranking dimana objek terkecil diberi angka 1 dan seterusnya, misalnya

Tabel 1 Bobot Nilai Setiap Pertanyaan

Sangat puas diberi skor	5
Puas diberi skor	4
Ragu-ragu diberi skor	3
Tidak puas diberi skor	2
Sangat tidak puas diberi skor	1

Sumber : Sugiyono 2015

Analisis dilakukan sesuai kebutuhan. Untuk penghitungan Indeks Kepuasan Masyarakat digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Untuk tidak} = 1, \text{ kurang} = 2, \text{ puas} = 3, \text{ sangat} = 4$$

Semua pilihan jawaban responden (frekuensi), masing-masing dikaitkan dengan skor sehingga diperoleh nilai. Contoh item pertanyaan nomor 1 tentang kemudahan prosedur pelayanan. Dari 50

responden: 12 memilih “tidak mudah”, 12 memilih “kurang mudah”, 24 memilih “mudah” dan 2 memilih “sangat mudah”. Dengan demikian nilai yang diperoleh dari item pertanyaan nomor 1 adalah:
 $(12 \times 1) + (12 \times 2) + (24 \times 3) + (2 \times 4) = 116$

Selanjutnya dihitung Indeks Kepuasan Masyarakat dengan formula sebagai berikut:

$$IKM = \frac{(F1 \times S1) + (F2 \times S2) + (F3 \times S3) + (F4 \times S4)}{\sum F \times 4}$$

Keterangan:

F1 = Jumlah (frekuensi responden yang menjawab “tidak ... “ (skor 1)

F2 = Jumlah (frekuensi responden yang menjawab “kurang ... “ (skor 2)

F3 = Jumlah (frekuensi responden yang menjawab “puas ... “ (skor 3)

F4 = Jumlah (frekuensi responden yang menjawab “sangat ... “ (skor 4)

S = Skor jawaban

$\sum F$ = jumlah total responden (total frekuensi)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item* pertanyaan total correlation) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Validitas

Item Pertanyaan Kuisisioner	R hitung	R tabel	Ket
1	0,974	0,444	Valid
2	0,862	0,444	Valid
3	0,708	0,444	Valid
4	0,790	0,444	Valid
5	0,770	0,444	Valid
6	0,859	0,444	Valid
7	0,961	0,444	Valid
8	0,707	0,444	Valid

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r_{hitung} > r_{tabel}. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Sebagai contoh untuk item kuesioner nomor 1 dengan r hitung sebesar 0,974 jika dibandingkan dengan r tabel yaitu 0,4444 maka nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka kuesioner nomor 1 dinyatakan valid. Begitu juga dengan kuesioner seterusnya.

Uji Reliabel

Tabel 3 Uji Reliabilitas

No	Alpha Cronbach	Alpha	Keterangan
1	0,745	0,6	Reliabel

Masing-masing variabel memiliki Cronbach yang bernilai positif > 0,6. Dengan demikian variable dikatakan reliabel. Sebagaimana angka di atas, maka nilai Alpha Cronbach lebih besar dari nilai alpha yaitu 0,6 sehingga kuesioner dikatakan reliabel maka sudah memenuhi syarat dimana Alpha Cronbach > Alpha.

Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka penghitungannya Indeks kepuasan konsumen sirup kalamansi Segar Asri sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Tanggapan Responden Pertanyaan 1

P1			
		Frequency	Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	0	0
	Tidak Puas	3	3.1
	Ragu-ragu	48	50.0
	Setuju	32	33.3
	Sangat Setuju	13	13.5
	Total	96	100.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada pertanyaan pertama, responden yang menjawab sangat tidak puas adalah 0 orang (tidak ada), tidak puas adalah 3 orang, ragu-ragu adalah 32 orang, puas adalah 32 orang dan sangat puas sebanyak 5 orang. Pada pernyataan ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan sirup kalamansi di toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu.

Tabel 5 Tanggapan Responden

No.	Pernyataan	Skor					Rata-	Kategori
		STS	TS	RR	S	SS		
1.	Saya merasa puas dengan sirup kalamansi Segar Asri di toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu	-	3	48	32	13	3,57	Baik
2.	Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu	2	3	34	35	22	3,75	Baik
3.	Saya merasa senang dengan sirup kalamansi Segar Asri di toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu	-	2	16	37	41	4,21	Baik
4.	Saya merasa puas dengan adanya sirup kalamansi Segar Asri di toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu	-	2	15	58	21	4,02	Baik
5.	Saya merasa puas dengan adanya berbagai macam metode pembayaran yang disediakan toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu	-	6	29	30	31	3,89	Baik
6.	Saya merasa puas karena toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu telah memberikan produk sirup kalamansi Segar Asri dan layanan yang sesuai atau sebanding dengan biaya	8	12	15	29	32	3,67	Baik
7.	Toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu telah memiliki standar atau pemberlakuan yang sama untuk mengatasi masalah dan keluhan para pembeli sirup kalamansi Segar Asri secara	-	6	42	34	14	3,58	Baik
8.	Saya merasa puas dengan sirup kalamansi Segar Asri di toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu karena pengalaman yang didapatkan sesuai dengan informasi yang didapatkan dari pelanggan lain	-	9	28	44	15	3,67	Baik
	Rata-rata						3,79	Baik

Sumber: Hasil Penelitian, diolah 2024

Berdasarkan hasil perhitungan, maka indeks kepuasan konsumen dengan rata-rata 3,79 dengan kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata konsumen yang melakukan pembelian sirup kalamansi Segar Asri di toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu merasa sudah puas dengan sirup kalamansi Segar Asri. Adapun cara perhitungan rata-rata untuk tabel di atas sebagai berikut:

- | | |
|--|--------|
| a. $((0 \times 1) + (3 \times 2) + (48 \times 3) + (32 \times 4) + (13 \times 5)) / 96$ | = 3,57 |
| b. $((2 \times 1) + (3 \times 2) + (34 \times 3) + (35 \times 4) + (22 \times 5)) / 96$ | = 3,75 |
| c. $((0 \times 1) + (2 \times 2) + (16 \times 3) + (37 \times 4) + (41 \times 5)) / 96$ | = 4,21 |
| d. $((0 \times 1) + (2 \times 2) + (15 \times 3) + (58 \times 4) + (21 \times 5)) / 96$ | = 4,02 |
| e. $((0 \times 1) + (6 \times 2) + (29 \times 3) + (30 \times 4) + (31 \times 5)) / 96$ | = 3,89 |
| f. $((8 \times 1) + (12 \times 2) + (15 \times 3) + (29 \times 4) + (32 \times 5)) / 96$ | = 3,67 |
| g. $((0 \times 1) + (6 \times 2) + (42 \times 3) + (34 \times 4) + (14 \times 5)) / 96$ | = 3,58 |
| h. $((0 \times 1) + (9 \times 2) + (28 \times 3) + (44 \times 4) + (15 \times 5)) / 96$ | = 3,67 |

Hasil penelitian didukung oleh penelitian dari Hendang Setyo Rukmi, Dwi Novirani, Arinal Hada (2017). Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Toko "Kabita" secara keseluruhan lebih rendah sekitar 4,6% dibandingkan dengan Toko "Pantai Timur".

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap sirup kalamansi segar asri di toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu dengan kategori baik. Hal ini dapat dilihat pada tanggapan Rekapitulasi tanggapan Responden. Kepuasan pelanggan merupakan hasil yang dirasakan oleh pelanggan dari hasil kinerja mereka, ketika hasil dari toko tersebut baik maka kepuasan pelanggan yang didapatkan juga tentu nya kan bagus juga, jadi jika toko mempunyai harapan agar kepuasan pelanggan tetap baik maka harus di pastikan agar harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan juga di perbaiki lebih baik lagi.

Kepuasan konsumen sirup Kalamansi di toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu merupakan unsur yang saling berhubungan mengenai mutu yang dapat mempengaruhi kinerja dalam memenuhi harapan konsumen. Kualitas tidak hanya menekankan pada hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan dalam menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas melalui manusia dan proses yang berkualitas. Kepuasan konsumen sirup Kalamansi di toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu dapat menimbulkan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.

Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Hendang Setyo Rukmi, Dwi Novirani, Arinal Hada (2017) yang berjudul Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Toko Oleh-oleh khas Bandung, kemudian Jon Alpredo Malau, Nyoman Parining, A.A.A. Wulandira Sawitri Djelantik (2021) yang berjudul Analisis Kepuasan Konsumen Kacang Balado Cap Burung Cendrawasih UD.Monang di Pusat Oleh-oleh Khas Bali Hawaii kemudian Bella Nur Saffarah (2021) yang berjudul Pengaruh Store Image Terhadap Store Satisfaction dan Store Loyalty Pada Toko Oleh-oleh Bje Kota Semarang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang di tingkat kepuasan konsumen terhadap sirup kalamansi segar asri di toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu, maka dapat di tarik kesimpulan tingkat kepuasan konsumen terhadap sirup kalamansi segar asri di toko oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu berjalan dengan baik. maka indeks kepuasan konsumen dengan rata-rata 3,79 dengan kategori baik.

Saran

Untuk Toko Oleh-oleh Sari Rasa Kota Bengkulu agar mempertahankan tingkat Kepuasan konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz. 2021. Metode Penelitian dan Teknik Analisa Data. Jakarta : Salemba Empat.
- Kelana. 2019. Ketepatan Aplikasi Pestisida pada Pertanaman Sayuran. Jakarta : Erlangga.
- Mulyadi. 2022. Sistem Informasi Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat.
- Nazir. 2022. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kotler dan Keller. 2019. Marketing Management, 15th Edition New. Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Sihombing. 2021. Tipografi dalam Desain Grafis. Jakarta:Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. 2019. Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Syafrudin. 2023. Agribisnis dalam Kebutuhan Perekonomian. Jakarta : EGC.
- Swasta. 2022. Manajemen Pemasaran Modern. Jakarta:PT Raja Grafindo.
- Virekha Yolanda, Suyono, Irene Kartika Eka Wijayanti. 2020. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Keripik Salak UMKM Salak Cristal Di Kecamatan Turi Kabupaten Sleman Yogyakarta. Institut Pertanian Bogor.