

ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA SERTA KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK KERIPIK SINGKONG PADA UMKM ROBBANI SNACK

ANALYSIS OF IMPORTANCE AND PERFORMANCE LEVELS AND CONSUMER SATISFACTION TOWARD CASSAVA CHIPS PRODUCTS AT ROBBANI SNACK MSME

Della Amelia, Fibra Nurainy*, Teguh Setiawan, Wisnu Satyajaya
Prgram Studi Teknologi Industri Pertanian, Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian,
Universitas Lampung

* email korespondensi: fibra.nurainy@fp.unila.ac.id

Tanggal masuk: 02 Februari 2025

Tanggal diterima: 03 Maret 2025

Abstract

Robbani Snack was a micro, small, and medium enterprise (MSME) located in Gading Rejo District, Pringsewu Regency, Lampung. It was established in 2010 and operated in the snack food sector. At the time, Robbani Snack's cassava chips experienced a decline in sales (*slow-moving*), and in some cases, they were sold close to their expiration dates. This condition indicated the need for an analysis of the importance and performance level of product attributes, as well as consumer satisfaction, in order to determine improvement priorities and enhance competitiveness. The study aimed to identify consumer characteristics, analyze the importance and performance levels, and assess consumer satisfaction with Robbani Snack's cassava chips product based on the 4P marketing mix (product, price, promotion, and place). This research employed descriptive analysis, Importance Performance Analysis (IPA), and Customer Satisfaction Index (CSI) to achieve its objectives. The results based on the IPA showed that the attributes in quadrant I (top priority) included uniformity of shape, packaging design, and ease of product availability. Attributes in quadrant II (maintain performance) included taste, crispiness, halal label, expiration date, price, and the location and convenience of purchase. Attributes in quadrant III (low priority) included flavor variants, color, packaging size, social media advertising, and specific discount offers, while quadrant IV (excessive) included thickness and discount offers during certain events. The Customer Satisfaction Index (CSI) calculation showed a consumer satisfaction level of 77.02%, indicating that the product had met consumer expectations.

Keywords: *Cassava chips, IPA, CSI*

Abstrak

Robbani snack merupakan UMKM yang berlokasi di Kecamatan Gading Rejo, Kabupaten Pringsewu, Lampung, yang berdiri sejak tahun 2010 dan bergerak di bidang makanan ringan. Saat ini, keripik singkong Robbani Snack mengalami penurunan tingkat penjualan (*slow-moving*), bahkan terkadang terjual mendekati masa kedaluwarsanya. Kondisi ini menunjukkan perlunya analisis terhadap tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk, serta kepuasan konsumen untuk menentukan prioritas perbaikan guna meningkatkan daya saing. Penelitian ini bertujuan mengetahui karakteristik konsumen, menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja, serta kepuasan konsumen pada produk keripik singkong di UMKM Robbani Snack berdasarkan *marketing mix* 4P (*product, price, promotion, dan place*). Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mencapai tujuan penelitian. Hasil penelitian berdasarkan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan bahwa atribut yang termasuk dalam kuadran I (prioritas utama) mencakup keseragaman bentuk, desain kemasan, dan kemudahan mendapatkan produk. Atribut yang berada dalam kuadran II (pertahankan prestasi) meliputi rasa, kerenyahan, label halal, tanggal kedaluwarsa, harga, serta lokasi dan kenyamanan pembelian. Adapun atribut yang terdapat pada kuadran III (prioritas rendah) mencakup varian rasa, warna, ukuran kemasan, iklan media sosial, dan potongan harga tertentu, sedangkan pada kuadran IV (berlebihan) meliputi ketebalan dan potongan harga pada event tertentu. Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) menunjukkan tingkat kepuasan konsumen sebesar 77,02%, yang mengindikasikan bahwa produk telah memenuhi ekspektasi konsumen.

Kata kunci: Keripik singkong, IPA, CSI

PENDAHULUAN

Provinsi Lampung menjadi sentra singkong terbesar di Indonesia yang menempati peringkat pertama secara nasional, hal ini didukung oleh kondisi iklim yang sesuai dan ketersediaan faktor produksi, terutama lahan luas (Haris dan Kurniasari 2023). Singkong dengan ketersediaan yang melimpah memiliki potensi besar sebagai bahan baku produk olahan seperti keripik singkong yang menjadi salah satu camilan populer (Paduloh dkk., 2024). Produksi keripik singkong menjadi potensi usaha yang menjanjikan, terutama dalam industri makanan ringan yang terus berkembang (Yunistriani dkk., 2023). UMKM Robbani Snack menjadi usaha keripik singkong yang cukup populer di Kabupaten Pringsewu, Lampung (Swandini, 2020). Robbani Snack mengolah 300 kg singkong per hari dan menghasilkan 120 kg keripik singkong yang dijual di outlet Pringsewu serta didistribusikan ke supermarket dan toko oleh-oleh di Bandar Lampung (Data primer, 2024).

Menurut produsen, keripik singkong Robbani snack saat ini sedang mengalami *slow-moving* dan bahkan terkadang terjual mendekati tanggal kadaluwarsanya di semua titik penjualan. *Slow moving* didefinisikan sebagai produk yang memiliki aliran atau tingkat penjualan yang lambat dibandingkan dengan produk lainnya dalam suatu lini produk (Hidayat dan Yanto, 2022). Penjualan keripik singkong tercatat menurun, yaitu 5.966 pcs pada September dan 3.579 pcs pada Oktober tahun 2024, kondisi ini disebabkan oleh meningkatnya persaingan produk serupa di pasaran (Data primer, 2024). Para pengusaha semakin banyak yang memproduksi produk serupa, sehingga persaingan

untuk menarik perhatian konsumen menjadi lebih ketat dan mendorong para pelaku usaha untuk terus berinovasi dengan menyesuaikan produk keripik singkong berdasarkan preferensi dan kepuasan konsumen (Diana dan Hayati, 2021). Kepuasan konsumen akan tercapai apabila keperluan dan ekspektasi mereka terhadap suatu produk atau jasa terpenuhi melalui kualitas dan kinerja produk maupun layanan yang diberikan (Kunaini dan Sudirwo, 2022).

Analisis kepentingan dan kinerja berfungsi untuk menetapkan nilai prioritas yang menjadi fokus utama dalam mengidentifikasi indikator pada setiap variabel, baik yang memerlukan rekomendasi perbaikan maupun yang harus dipertahankan (Mardalena dan Andryani, 2021). Hasil analisis ini memberikan prioritas karakteristik produk dari yang paling disukai hingga kurang disukai, sehingga produsen dapat fokus mengembangkan produk yang lebih tepat sasaran dan kompetitif di pasar (Fuliyana dan Maria, 2022). Perlu adanya analisis tingkat kepentingan dan kinerja serta kepuasan konsumen terhadap produk keripik singkong pada UMKM Robbani Snack di Kota Bandar Lampung. Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi apa yang disukai dan tidak disukai konsumen, yang nantinya dapat dijadikan informasi bagi produsen dalam memasarkan produk yang sesuai dengan keinginan mereka.

Penelitian ini didasarkan pada studi literatur dari berbagai penelitian terdahulu. Penelitian Azmah dkk. (2022) tentang “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Keripik Pisang di Kota Metro” menyimpulkan bahwa atribut yang dianggap sangat penting dan perlu dipertahankan yaitu harga dan rasa. Kedua atribut ini berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan konsumen dan keputusan pembelian. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Yolanda dkk. (2020) mengenai “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Keripik Salak UMKM Salak Cristal di Kecamatan Turi Kabupaten Sleman, Yogyakarta” menyimpulkan bahwa atribut keripik salak yang paling penting dan harus dipertahankan adalah cita rasa, desain stiker, variasi dan bahan kemasan, informasi produk, harga yang variatif dan sesuai kualitas, promosi pameran, kenyamanan toko, keramahan dan kesiapan karyawan, serta *display* produk yang tertata dan memudahkan pencarian. Penelitian ini bertujuan mengetahui karakteristik konsumen pada produk keripik singkong di UMKM Robbani Snack dan menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja serta kepuasan konsumen pada produk keripik singkong di UMKM Robbani Snack.

BAHAN DAN METODE

Bahan dan Alat

Bahan yang digunakan pada penelitian ini adalah keripik singkong Robbani Snack dan berbagai sumber pustaka yang relevan dengan analisis yang dilakukan.

Alat yang digunakan pada penelitian ini adalah alat tulis, lembar kuesioner, *handphone*, dan laptop.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*, yang artinya tidak semua elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Teknik yang diterapkan dalam menentukan sampel adalah teknik *Accidental Sampling*,

pemilihan sampel berlangsung secara tidak sengaja atau secara kebetulan, artinya setiap individu yang memenuhi kriteria berhak mengisi kuesioner. Hal ini menandakan bahwa setiap responden yang dipilih untuk mengisi kuesioner adalah orang yang benar-benar telah membeli dan mengonsumsi produk keripik singkong Robbani Snack, sehingga dapat diperoleh jawaban yang valid (Yulia dan Sugiarto, 2018). Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 100 orang, yang ditentukan berdasarkan rumus slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan *margin of error* (e) 10%.

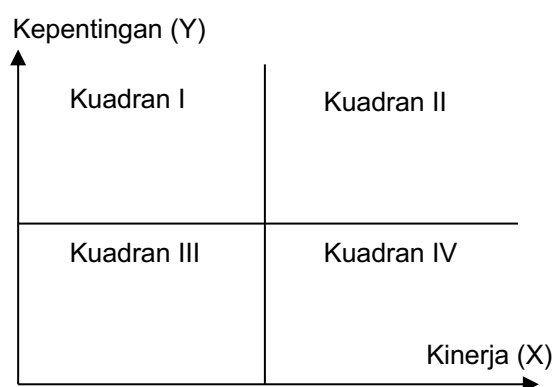
Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, dimana analisis ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai tingkat kepentingan dan kinerja serta kepuasan konsumen terkait produk yang diteliti. Data yang diperoleh kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan keakuratan dan konsistensi instrumen pengukuran. Selanjutnya, hubungan antara kepentingan atribut produk dengan kinerja produk yang dirasakan konsumen dianalisis dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfacton Index* (CSI).

Metode IPA (*Importance Performance Analysis*)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan metode evaluasi yang berfungsi untuk menilai serta menganalisis sejauh mana *performa* atau fasilitas yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan standar kepuasan yang diinginkan (Wisudawati dkk., 2023). Analisis IPA digambarkan melalui diagram kartesius guna

menentukan faktor-faktor layanan perusahaan yang menjadi prioritas, sehingga atribut-atribut layanan yang perlu ditingkatkan maupun dipertahankan performanya dapat terlihat dengan jelas (Purnomo dan Riandadari, 2015). Diagram kartesius disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Kartesius

Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) adalah suatu ukuran yang digunakan untuk menilai kepuasan pelanggan secara keseluruhan, dengan mempertimbangkan bobot kepentingan dari setiap atribut produk atau layanan yang dievaluasi (Pramita and Waluyo, 2020). Tabel 1. menyajikan kriteria yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Index*).

Tabel 1. Kriteria Tingkat Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Index*)

No	Nilai CSI (%)	Keterangan (CSI)
1	81% - 100%	Sangat puas
2	66% - 80,99%	Puas
3	51% - 65,99%	Cukup puas
4	35% - 50,99%	Kurang puas
5	0% - 34,99%	Tidak puas

Sumber : Pramita and Waluyo, 2020

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Robbani snack merupakan UMKM yang berlokasi di Kecamatan Gading

Rejo, Kabupaten Pringsewu, Lampung, yang telah berdiri sejak tahun 2010. UMKM ini bergerak di bidang produksi makanan ringan (Lestari dan Mulvono, 2023). Nama Robbani snack ini diambil dari nama pemiliknya yaitu Bambang Robbani (Data primer, 2024). Produk-produk yang dihasilkan oleh Robbani Snack meliputi keripik singkong, klanting getuk, marning, keripik ubi ungu sale pisang, tape, dan rengginang. Salah satu produknya, yaitu keripik singkong, tersedia dalam tiga varian rasa, yaitu original, balado, dan jagung manis.

Produk ini dipasarkan melalui berbagai saluran, termasuk outlet di Pringsewu, toko oleh-oleh, dan jaringan minimarket Chandra di Bandar Lampung. Robbani Snack telah memiliki izin mendirikan usaha atau izin lingkungan hidup dan terdaftar dengan Nomor Induk Berusaha (NIB). Selain itu, Robbani Snack juga telah memperoleh sertifikat halal dengan nomor 02100021201022 serta sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) dengan nomor 2111810020040-27. Robbani snack memiliki 80 karyawan, dengan 6 karyawan yang bertugas khusus dalam pembuatan keripik singkong (Data primer, 2024). Produk keripik singkong Robbani Snack dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Produk keripik singkong Robbani Snack
Sumber : Data primer, 2024

Uji Validitas dan Reliabilitas Atribut Produk Keripik Singkong Robbani Snack

Uji Validitas

Validitas instrumen diuji menggunakan program SPSS versi 26 melalui analisis korelasi *Pearson Product Moment*. Pengujian validitas pada penelitian ini disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Uji Validitas Kuesioner Produk keripik Singkong Robbani Snack

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi
Y1	0,209	0,196	0,037
Y2	0,445	0,196	0,000
Y3	0,447	0,196	0,000
Y4	0,206	0,196	0,040
Y5	0,314	0,196	0,001
Y6	0,207	0,196	0,039
Y7	0,547	0,196	0,000
Y8	0,451	0,196	0,000
Y9	0,215	0,196	0,031
Y10	0,373	0,196	0,000
Y11	0,255	0,196	0,010
Y12	0,706	0,196	0,000
Y13	0,722	0,196	0,000
Y14	0,719	0,196	0,000
Y15	0,730	0,196	0,000
Y16	0,675	0,196	0,000
Y17	0,652	0,196	0,000
Y18	0,621	0,196	0,000
Y19	0,732	0,196	0,000
X1	0,503	0,196	0,000
X2	0,822	0,196	0,000
X3	0,520	0,196	0,000
X4	0,705	0,196	0,000
X5	0,509	0,196	0,000
X6	0,757	0,196	0,000
X7	0,705	0,196	0,000
X8	0,778	0,196	0,000
X9	0,720	0,196	0,000
X10	0,660	0,196	0,000
X11	0,476	0,196	0,000
X12	0,605	0,196	0,000
X13	0,675	0,196	0,000
X14	0,767	0,196	0,000
X15	0,647	0,196	0,000
X16	0,682	0,196	0,000
X17	0,608	0,196	0,000
X18	0,648	0,196	0,000
X19	0,587	0,196	0,000

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan perhitungan uji validitas

yang disajikan pada Tabel. 5, seluruh butir pertanyaan memiliki nilai r hitung $> r$ tabel pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Hasil ini membuktikan bahwa setiap instrumen atau item pertanyaan berkorelasi secara signifikan dengan konstruk yang diukur, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen valid dan layak digunakan dalam pengukuran variabel penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen pertanyaan diuji menggunakan program SPSS versi 26 melalui perhitungan *Cronbach's Alpha*. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Uji Reliabilitas Kuesioner Produk keripik Singkong Robbani Snack

Uji Reliabilitas	Koefisien Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>
<i>Importance (Y)</i>	0,600	0,835
<i>Performance (X)</i>	0,600	0,924

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas yang disajikan pada Tabel 6. diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* untuk seluruh item pertanyaan dalam kuesioner $> 0,600$. Hasil ini menunjukkan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel yang diteliti.

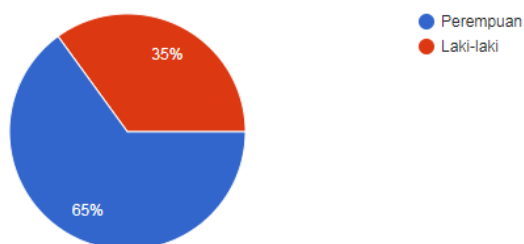
Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen dalam penelitian ini dianalisis berdasarkan faktor demografi, yang mencakup jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, dan tingkat pengeluaran per bulan. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan konsumen keripik singkong Robbani Snack, yang

tersebar di Kabupaten Pringsewu dan Kota Bandar Lampung.

1. Jenis Kelamin

Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Gambar 3.

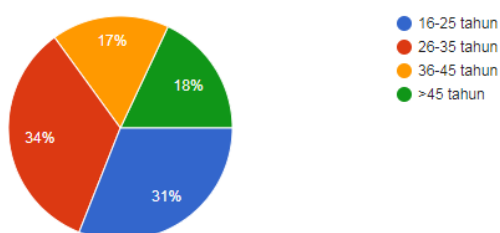


Gambar 3. Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin
Sumber : Data primer, 2025

Berdasarkan data yang ditampilkan pada gambar, jenis kelamin konsumen keripik singkong Robbani Snack didominasi oleh perempuan sebesar 65%, sedangkan konsumen laki-laki hanya mencapai 35%. Tingginya persentase konsumen perempuan ini, disebabkan oleh kecenderungan perempuan yang lebih sering mengonsumsi camilan dalam berbagai aktivitas, serta sifat yang lebih konsumtif dan mudah tertarik terhadap produk makanan ringan (Anindya dan Setiawan, 2023).

2. Usia Konsumen

Karakteristik konsumen berdasarkan usia dapat dilihat pada Gambar 4.

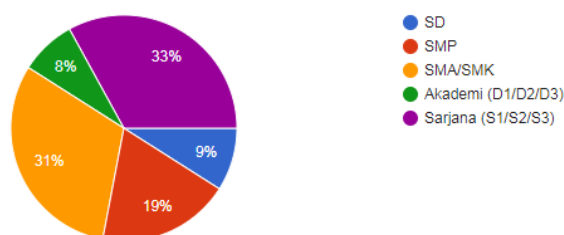


Gambar 4. Karakteristik konsumen berdasarkan usia
Sumber : Data primer, 2025

Berdasarkan gambar di atas, konsumen keripik singkong Robbani Snack didominasi oleh kelompok usia 26-35 tahun sebesar 34%. Hasil penelitian Azani dkk. (2019) menunjukkan bahwa kelompok usia terbesar berada pada rentang 26-31 tahun, dengan persentase sebesar 38% konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar konsumen berada pada usia produktif dan pada usia tersebut, konsumen cenderung menyukai camilan sebagai pelengkap saat berkumpul atau menjamu tamu, karena pola konsumsi yang praktis dan fleksibel, sesuai dengan kesibukan mereka.

3. Tingkat Pendidikan

Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendidikannya dapat dilihat pada Gambar 5.



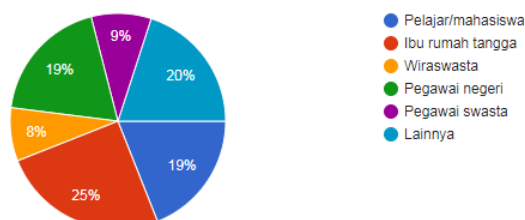
Gambar 5. Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendidikan
Sumber : Data primer, 2025

Berdasarkan data tingkat pendidikan, konsumen keripik singkong Robbani Snack didominasi oleh lulusan Sarjana (S1, S2, S3) sebesar 33%. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen memiliki tingkat pendidikan menengah ke atas, yang umumnya memiliki tingkat kesadaran dan pemahaman yang lebih tinggi dalam memilih produk. Konsumen dengan latar belakang pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih kritis dan selektif dalam menentukan pilihan, terutama saat berbelanja di gerai oleh-oleh. Hal ini didukung oleh pengetahuan mereka yang

baik tentang preferensi mereka dalam berbelanja (Azani dkk., 2019).

4. Pekerjaan

Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pekerjaannya dapat dilihat pada Gambar 6.

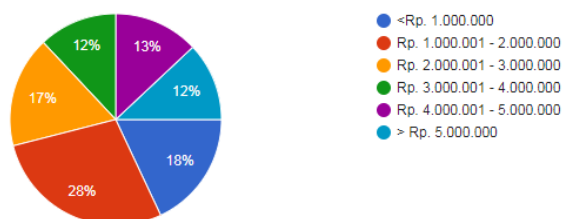


Gambar 6. Karakteristik konsumen berdasarkan pekerjaan
Sumber : Data primer, 2025

Data pekerjaan konsumen keripik singkong Robbani Snack menunjukkan bahwa ibu rumah tangga merupakan kelompok mayoritas (25%). Tingginya minat ibu rumah tangga terhadap keripik singkong Robbani Snack menunjukkan bahwa mereka memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian, terutama dalam memenuhi kebutuhan camilan bagi keluarga. Hal ini disebabkan oleh waktu berbelanja yang lebih fleksibel, tanggung jawab dalam mengatur konsumsi rumah tangga, serta cenderung menyukai camilan yang praktis dan lezat (Daput dkk., 2024).

5. Tingkat Pengeluaran Per Bulan

Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pengeluaran per bulan dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pengeluaran per bulan
Sumber : Data primer, 2025

Berdasarkan tingkat pengeluaran per bulan, mayoritas konsumen keripik singkong Robbani Snack memiliki pengeluaran sebesar Rp. 1.000.001-2.000.000 (28%). Konsumen dengan pengeluaran < Rp. 1.000.000 mencapai 18%, diikuti oleh kelompok dengan pengeluaran Rp. 2.000.001-3.000.000 sebesar 17%. Selanjutnya, konsumen dengan pengeluaran Rp. 4.000.001-5.000.000 berjumlah 13%, sedangkan kelompok dengan pengeluaran

Rp.3.000.001-4.000.000 dan > Rp. 5.000.000 masing-masing sebesar 12%. Hal ini menggambarkan bahwa konsumen keripik singkong Robbani Snack berasal dari berbagai segmen tingkat pengeluaran, mulai dari yang rendah hingga tinggi. Keragaman ini mencerminkan bahwa produk Robbani Snack dapat diterima oleh semua kalangan, baik konsumen dengan pengeluaran terbatas maupun mereka dengan finansial yang lebih tinggi, sehingga berpotensi untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Importance Performance Analysis (IPA)

Analisis tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara nilai kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*). Penentuan urutan prioritas didasarkan pada tingkat kesesuaian, dimulai dari indikator dengan kesesuaian terendah hingga yang tertinggi (Ariska dkk., 2018). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, nilai rata-rata tingkat kepentingan, kinerja, dan kesesuaian dapat dilihat pada Tabel 4.

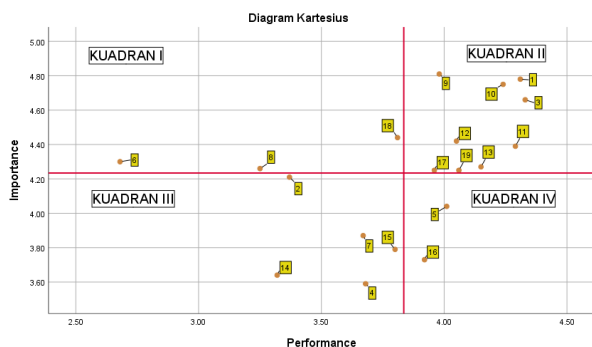
Tabel 4. Tingkat Kinerja, Kepentingan dan Kesesuaian pada Produk Keripik Singkong Robbani Snack

Atribut Produk	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kesesuaian
X3.3	3,92	3,73	105,09%
X1.4	3,68	3,59	102,51%
X3.2	3,80	3,79	100,26%
X1.5	4,01	4,04	99,26%
X2.1	4,29	4,39	97,72%
X2.3	4,15	4,27	97,19%
X4.3	4,06	4,25	95,53%
X1.7	3,67	3,87	94,83%
X4.1	3,96	4,25	93,18%
X1.3	4,33	4,66	92,92%
X2.2	4,05	4,42	91,63%
X3.1	3,32	3,64	91,21%
X1.1	4,31	4,78	90,17%
X1.10	4,24	4,75	89,26%
X4.2	3,81	4,44	85,81%
X1.9	3,98	4,81	82,74%
X1.2	3,37	4,21	80,05%
X1.8	3,25	4,26	76,29%
X1.6	2,68	4,30	62,33%
Rata-rata	3,84	4,23	90,59%

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel di atas, terdapat 3 atribut dengan nilai kesesuaian di atas 100%, yang menunjukkan bahwa kinerja produk keripik singkong Robbani Snack melampaui harapan pelanggan. Artinya, atribut tersebut telah sesuai dan memenuhi harapan pelanggan. Ketiga atribut tersebut adalah warna (102,51%), potongan harga dalam jumlah pembelian tertentu (100,26%), dan potongan harga pada event tertentu (105,09%). Atribut lainnya memiliki nilai kesesuaian di bawah 100%, yang menunjukkan bahwa setiap atribut belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Selain itu, rata-rata tingkat kesesuaian dari 19 atribut juga berada di bawah harapan pelanggan, yaitu 90,59%. Hal ini mengindikasikan

perlunya perbaikan pada setiap atribut dan analisis lebih lanjut untuk menentukan skala prioritasnya. Analisis dapat divisualisasikan dalam bentuk diagram kartesius, di mana nilai rata-rata setiap atribut berfungsi untuk menetapkan posisinya dalam diagram tersebut. Berdasarkan perhitungan, diperoleh nilai rata-rata keseluruhan tingkat kinerja sebesar 3,84 dan rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4,23. Titik tengah yang dihasilkan dari kedua rata-rata tersebut berfungsi sebagai batas kuadran dalam diagram, di mana perpotongan antara sumbu X dan sumbu Y membagi diagram menjadi empat bagian. Diagram kartesius dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 3. Diagram kartesius
Sumber : Data primer diolah, 2025

Keterangan :

1. Rasa
2. Varian rasa
3. Kerenyahan
4. Warna
5. Ketebalan
6. Keceragaman bentuk
7. Ukuran kemasan
8. Desain kemasan
9. Label halal
10. Tanggal kadaluwarsa
11. Harga yang terjangkau
12. Kesesuaian harga dengan kualitas
13. Kesesuaian harga dengan ukuran kemasan
14. Iklan melalui media sosial
15. Potongan harga dalam jumlah pembelian tertentu
16. Potongan harga pada event tertentu
17. Lokasi yang strategis
18. Kemudahan mendapatkan produk
19. Kenyamanan tempat pembelian

Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran I menunjukkan atribut yang dianggap sangat penting oleh konsumen, namun realisasinya masih belum optimal oleh perusahaan. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini meliputi keseragaman bentuk, desain kemasan, dan kemudahan mendapatkan produk.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran II menunjukkan bahwa harapan konsumen telah terpenuhi dan kinerja yang diberikan sudah sesuai dengan ekspektasi, sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen (Sari dkk., 2023). Atribut dalam kuadran ini mencakup rasa, kerenyahan, label halal, tanggal kadaluwarsa, harga yang terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan ukuran kemasan, lokasi yang strategis, dan kenyamanan tempat pembelian.

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III menunjukkan atribut yang memiliki kepentingan rendah dan kinerjanya kurang memuaskan (Wisudawati dkk., 2023). Atribut yang terdapat pada kuadran ini yaitu varian rasa, warna, ukuran kemasan, iklan melalui media sosial, dan potongan harga dalam jumlah pembelian tertentu.

Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran IV menunjukkan atribut yang dianggap tidak terlalu diprioritaskan oleh konsumen, namun kinerja dari perusahaan terhadap atribut tersebut cukup tinggi (Hidayat dkk., 2024). Terdapat 2 atribut dalam kuadran ini, yaitu ketebalan dan potongan harga pada event tertentu.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk menilai sejauh mana kepuasan pelanggan secara keseluruhan berdasarkan pentingnya atribut produk/jasa (Setiawan dkk., 2022). Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. *Customer Satisfaction Index* (CSI) Pada Produk Keripik Singkong Robbani Snack

Atribut	Mean Importance Score (MIS)	Mean Satisfaction Score (MSS)	Weight Factor (WF)	Weight Score (WS)
X1.1	4,78	4,31	5,94	25,61
X1.3	4,21	3,37	5,23	17,64
X1.10	4,66	4,33	5,79	25,08
X1.9	3,59	3,68	4,46	16,42
X2.1	4,04	4,01	5,02	20,14
X2.2	4,30	2,68	5,34	14,32
X2.3	3,87	3,67	4,81	17,65
X4.3	4,26	3,25	5,30	17,21
X4.2	4,81	3,98	5,98	23,80
X4.1	4,75	4,24	5,90	25,03
X1.5	4,39	4,29	5,46	23,41
X3.3	4,42	4,05	5,49	22,25
X3.2	4,27	4,15	5,31	22,03
X1.7	3,64	3,32	4,52	15,02
X1.2	3,79	3,80	4,71	17,90
X1.8	3,73	3,92	4,64	18,17
X1.4	4,25	3,96	5,28	20,92
X3.1	4,44	3,81	5,52	21,03
X1.6	4,25	4,06	5,28	21,45
Weight Total (WT)		385,08		
Customer Satisfaction Index (CSI)		77,02		

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan, *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk produk keripik singkong Robbani Snack mencapai 77,02%. Nilai tersebut berada pada rentang 66% hingga 80,99%, yang termasuk dalam kategori “puas” (Setiawan dkk., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merasa puas dengan produk keripik singkong Robbani Snack, yang secara umum telah memenuhi ekspektasi mereka.

Rekomendasi Perbaikan Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran I dalam analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan atribut-atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi di mata konsumen, namun dinilai memiliki kinerja yang rendah oleh mereka. Perusahaan perlu memfokuskan perbaikan pada atribut-atribut tersebut. Rekomendasi perbaikan pada kuadran I bertujuan untuk membantu Robbani Snack dalam meningkatkan kinerja produk maupun strategi pemasarannya agar sesuai dengan harapan konsumen. Rekomendasi perbaikan dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Rekomendasi Perbaikan Kuadran I (Prioritas Utama)

No	Atribut	Permasalahan	Rekomendasi
1.	Keseragaman bentuk	Penilaian konsumen terhadap keseragaman bentuk keripik singkong Robbani Snack masih jauh dari harapannya dan memiliki kekurangan, seperti bentuk yang tidak seragam dan banyak remahan.	Perusahaan perlu meningkatkan kontrol kualitas produksi serta memperbaiki sistem pengemasan dan distribusi agar produk tetap dalam kondisi optimal saat diterima oleh konsumen.
2.	Desain kemasan	Konsumen merasa desain kemasan keripik singkong Robbani Snack belum sesuai dan masih jauh dari harapannya.	Robbani Snack perlu melakukan perbaikan desain kemasan, seperti mengganti kemasan menjadi <i>standing pouch</i> yang lebih modern dan praktis, serta memperbesar logo dan informasi produk agar lebih mudah dibaca dan dipahami oleh konsumen. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk serta memperkuat daya saing di pasar.
3.	Kemudahan mendapatkan produk	Atribut kemudahan mendapatkan produk jga masih belum sesuai dengan harapan konsumen. Saat ini, produk tersebut hanya tersedia di outlet yang berlokasi di Pringsewu, serta Toko Aneka Sari Rasa dan Chandra di Bandar Lampung.	Robbani Snack perlu memperluas jaringan pemasaran keripik singkongnya di swalayan atau supermarket lainnya. Perluasan distribusi ini diharapkan dapat meningkatkan aksesibilitas produk bagi konsumen dan memperluas jangkauan pasar.

KESIMPULAN

Karakteristik konsumen keripik singkong Robbani Snack didominasi oleh perempuan berusia 26-35 tahun, berpendidikan tinggi (S1, S2, S3), dan memiliki pengeluaran bulanan Rp. 1.000.001-2.000.000. Atribut keripik singkong Robbani Snack yang termasuk dalam kuadran I (prioritas utama) mencakup keseragaman bentuk, desain kemasan, dan kemudahan mendapatkan produk. Sementara itu, atribut yang berada dalam kuadran II (pertahankan prestasi) meliputi rasa, kerenyahan, label halal, tanggal kadaluwarsa, harga yang terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan ukuran kemasan, lokasi yang strategis, dan kenyamanan tempat pembelian. Adapun

atribut yang terdapat pada kuadran III (prioritas rendah) mencakup varian rasa, warna, ukuran kemasan, iklan melalui media sosial, dan potongan harga dalam jumlah pembelian tertentu. Sedangkan, pada kuadran IV (berlebihan), terdapat 2 atribut, yaitu ketebalan dan potongan harga pada event tertentu. Berdasarkan hasil perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI), tingkat kepuasan konsumen produk keripik singkong Robbani Snack mencapai 77,02%. Hal ini menunjukkan konsumen merasa puas, karena produk tersebut secara umum telah memenuhi ekspektasi mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Anindya, M., dan Setiawan, I. 2023. Analisis Perbandingan Bauran

- Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen Pada Produk Keripik Singkong Olahan (Suatu Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran). *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 9 (2) : 2884-2899.
- Ariska, O. D., Kusyanti, A., dan Bachtiar, F. A. 2018. Evaluasi Kualitas Layanan Website Portal Jurnal Universitas Brawijaya dan Website Student Journal Universitas Brawijaya Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan IPA (*Importance Performance Analysis*). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. 2(8) : 2595-2603.
- Azani, E., Yusri, J., dan Restuhadi, F. 2019. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Keripik Nanas Produksi Desa Kualu Nanas Di Kota Pekanbaru. *SEPA*. 16(1) : 54 – 65.
- Azmah, N. S., Saty, F. M., dan Sutarni. 2022. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Keripik Pisang di Kota Metro. *DwijenAGRO*. 12(2) : 69-78.
- Daput, G. R., Widiatama, J., Zamrodah, Y., dan Budiman, E. W. 2024. Pengaruh Eksistensi Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Jagung Kota Blitar. *Sigmagri*. 4(2) : 156-167.
- Diana., dan Hayati, M. 2021. Sikap dan Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Keripik Singkong Turbo Sakti di Kabupaten Sumenep. *Agriscience*. 2(1) : 165-183.
- Fuliyana., Dan Maria. 2022. Preferensi Konsumen Terhadap Produk Olahan Ikan (Studi Pada Industri Rumah Tangga Paguyuban Rawa Pesona). *Jurnal Agrikultura*. 33(2) : 161-169.
- Hidayat, R., Karmila., dan Subhiani, A. Z. 2024. Metode Important Performance Analysis (IPA) untuk Menentukan Harapan Konsumen Alfamidi Rancamaya terhadap Kualitas Pelayanan Store Atmosphere. *Karimah Tauhid*. 3(7) : 7532-7549.
- Hidayat, Y. R., dan Yanto, A. J. 2022. *Dedicated Storage* pada Gudang Penyimpanan PT. ATS Inti Sampoerna. *Jurnal Logistik Indonesia*. 6(2) : 178-184.
- Kunaini, K., dan Sudirwo. 2022. Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada PT Astra International Daihatsu Banjarmasin. *Kindai*. 18(3) : 467-479.
- Lestari, S. A., dan Mulyono, A. 2023. Analisis Penerapan Laporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM pada UMKM (Studi Kasus pada UMKM Robbani Snack). *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*. 2(2) : 114-123.
- Mardalena, O., dan Andryani, R. 2021. Analisis Kualitas Layanan *Website* pada Universitas Terbuka Palembang Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan *Importance Performance Analysis* (IPA). *Journal of Information Systems Informatics*. 3(4) : 615-633.
- Pramita, O. C., and Waluyo, M. 2020. Sensitivity Analysis of Consumer Response Towards Lni Extension of

- Sampoerna Products With Hoe and CSI Approaches. *3rd International Conference on Social Sciences*. 473 : 767-770.
- Purnomo, W., dan Riandadari, D. 2015. Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel Dengan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) di PT. Ariana Parama Jaya Gresik. *Jurnal Teknik Mesin*. 3(3) : 54-63.
- Sari, D. P., Ismail, A., dan Burhanuddin. 2023. Analisis Proses Pengambilan Keputusan dan Kepuasan Konsumen Produk program Agribisnis Taman Teknologi Pertanian (TTP) Cigombong, Kabupaten Bogor. *SEPA*. 20(1) 17-31.
- Setiawan, A. D., Yamani, A. Z., Winati, F. D. 2022. Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*. 1(4) : 286 -295.
- Swandini, W. D. 2020. Analisis Pemahaman Pelaku UMKM Dalam Menyusun Laporan Keuangan Sederhana Pada UMKM Robbani Snack. *Jurnal Akutansi Aisyah*. 2(2) : 70-75.
- Wisudawati, N., Irfani, M. G., Hastarina, M., dan Santoso, B. 2023. Penggunaan Metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) Untuk Menganalisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Administrasi Kependudukan Kecamatan Lengkiti. *Integrasi Jurnal Ilmiah Teknik Industri*. 8(1) : 32-39.
- Yolanda, V., Suyono., dan Wijayanti, I. K. E. 2020. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Keripik Salak UMKM Salak Cristal di Kecamatan Turi Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Forum Agribisnis*. 10(2) : 131-144.
- Yulia, E., dan Sugiarto, E. 2018. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Keripik Singkong. *Jurnal Ekbis*. 19(2) :1100-1121.
- Yunistriani, R., Noor, T. I., dan Isyanto, A. Y. 2023. Analisis Nilai Tambah Pada Agroindustri Keripik Singkong (Studi Kasus pada Agroindustri Keripik Singkong Arista di Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*. 10(1) : 627-634.