ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PRODUK AYAM POTONG PADA JUMARDI KECAMATAN KURANJI PADANG.

SKRIPSI

Oleh :

RUDY SANTANA PUTRA
04 164 025

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS ANDALAS
UPT PERPUSTAKAAN

FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2009

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PRODUK AYAM POTONG PADA USAHA TEMPAT PEMOTONGAN JUMARDI KECAMATAN KURANJI PADANG.

Rudy Santana Putra, Dibawah Bimbingan
Ir. Ismet Iskandar, MS dan Rahmi Wati, S.Pt, MSi
Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan Jurusan Produksi Ternak
Fakultas Peternakan
Universitas Andalas Padang 2009

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasaan pelanggan Jumardi Kecamatan Kuranji Padang, dari aspek Dimensi kualitas pelayanan dan Dimensi kualitas produk yang dinilai dari *Tangibles* (berwujud), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (kepastian/layanan), *Emphaty* (perhatian), *Performance* (penampilan), *Serviceability* (servis/layanan), *Features* (pelengkap) dengan membandingkan penilaian dan harapan dan untuk mengetahui faktor-faktor manakah yang paling mempengaruhi tingkat kepuasaan pelanggan Jumardi Kecamatan Kuranji Padang. Penelitian ini dilaksanakan di Tempat Pemotongan Jumardi di Kecamatan Kuranji Padang dari tanggal 15 April sampai 17 Mei 2009. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan melakukan pengamatan langsung ke lapangan serta melakukan wawancara. Populasi adalah semua konsumen/pelanggan yang berada di Tempat Pemotongan Jumardi Kecamatan Kuranji Padang. Jumlah sampel yang dipilih sebanyak 95 orang konsumen rumah tangga dan 5 orang konsumen lembaga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dalam hal ini kualitas pelayanan pada konsumen rumah tangga hanya faktor kualitas produk (ayam potong) adalah sebesar 100,90 %, berarti pelanggan telah merasa puas dengan faktor ini. Pada kualitas pelayanan konsumen lembaga yaitu faktor ketepatan jangka waktu penyerahan order pada konsumen (pelanggan) sebesar 100 %, keramahan karyawan dalam melayani konsumen (pelanggan) sebesar 100 %, kualitas produk (ayam potong) sebesar 104,17 % dan karyawan memahami kebutuhan khusus konsumen (pelanggan) sebesar 100 % berarti pelanggan telah merasa puas terhadap faktor ini. Dalam hal Dimensi Kualitas Produk pada konsumen rumah tangga belum merasa puas. Pada konsumen lembaga pada faktor pilihan produk bervariasi sebesar 100 % berarti pelanggan telah merasa puas terhadap faktor ini. Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa Tingkat Kepuasan Pelanggan dalam hal kualitas pelayanan baik konsumen rumah tangga dan lembaga yang paling tinggi adalah kualitas produk (ayam potong) yaitu sebesar 100,90 %, dan dalam hal kualitas produk yang paling tinggi adalah pilihan produk yang bervariasi sebesar 100 %.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk.

I.PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengembangan usaha peternakan tidak hanya terfokus pada pengembangan secara budi daya/ on Farm tetapi juga dalam bentuk pemasaran kepada konsumen. Hal ini dapat dilihat dari berbagai aktifitas proses jual beli produk peternakan. Berdasarkan hal ini dapat di lihat mana yang mempunyai dampak paling menguntungkan atau memberi peluang bagi perkembangan usaha pada perunggasan, seperti dalam pemasaran ayam potong di pasar maupun di tempat penampungan sementara (Agen Pengumpul) dan juga tersedia Rumah Potong Unggas (RPU) di kota Padang.

Penduduk Kota Padang berjumlah 799.736 orang (BPS, 2007) dan mempunyai pasar potensial terhadap produk peternakan. Ini dilihat dari jumlah penduduk yang besar dan ditunjang oleh adanya daya konsumsi terhadap produk peternakan yang sebagian besar hidupnya diperkotaan. Selain itu mengkonsumsi daging ayam sangat baik untuk peningkatan gizi masyarakat baik berupa ayam potong maupun ayam kampung. Dengan semakin tingginya daya beli masyarakat maka otomatis akan memberikan dampak yang sangat baik pada perkembangan produk peternakan di Indonesia khususnya di kota Padang. Hal ini menjadi peluang bagus untuk perkembangan usaha ternak ayam potong.

Untuk kota Padang pemasaran ayam potong tidak begitu mengalami kendala. Hal ini dilihat dari pemasaran ayam potong di Tempat Pemotongan Jumardi yang mencapai 2000 ekor/harinya. Tempat Pemotongan

Jumardi ini merupakan distributor besar dan memiliki kemampuan melayani pelanggan yang cukup baik. Pelanggan dari Tempat Pemotongan Jumardi adalah Restaurant atau Rumah Makan-Rumah Makan yang ada di kota Padang yang cenderung memilih ayam potong Tempat Pemotongan Jumardi ini, karena Tempat Pemotongan Jumardi ini memiliki tempat pemotongan unggas yang cukup baik dan kualitas ternak yang bagus.

Tempat Pemotongan Jumardi ini berdiri pada tahun 2000 dan mempunyai "*Poultry Shop*", serta juga memiliki Tempat Penampungan Ayam Potong dan RPU yang cukup besar. Tempat Pemotongan Jumardi ini juga berfungsi sebagai Agen Pengumpul ayam potong. Tempat Pemotongan Jumardi memiliki 15 orang karyawan dan memiliki tempat usaha yang cukup besar. Maka dari itu, penelitian yang diambil sekarang bertujuan untuk menilai seberapa puas pelanggan terhadap produk ayam potong Tempat Pemotongan Jumardi ini.

Semakin berkembang dan majunya teknologi serta ilmu pengetahuan, maka dituntut seseorang untuk bekerja dan berpikir terutama yang terjadi di masyarakat perkotaan. Masing – masing orang sibuk dengan aktifitas pekerjaannya sehingga mengeluarkan energi dan menguras pikiran sehingga memerlukan energi dan gizi yang cukup. Penyediaan ayam potong sangat mudah di cari di pasar ataupun di temukan di pinggir – pinggir jalan yang menjual dengan skala kecil. Ini berdampak pada persaingan diantara pedagang di pasar dengan pedagang grosir. Pedagang grosir adalah pedagang yang menyediakan ayam potong dengan jumlah yang besar untuk di pasarkan kembali ke pasaran dengan harga yang cukup murah dari pasar serta

dilengkapi dengan peralatan yang canggih untuk pemotongan yang disebut masyarakat Agen Ayam Potong (Toke).

Setiap usaha yang ditekuni serta dijalani, banyak menghadapi rintangan dan hambatan yang ditemui. Terutama harga yang turun naik serta penyakit ayam yang mudah menyebar luas. Namun bila tidak mampu menghadapi persaingan akan tersisih.

Oleh karena itu, setiap pedagang harus berupaya bisa merebut hati konsumen dalam mengkonsumsi ayam yang dijualkannya. Kondisi seperti ini yang harus dipertahankan oleh pedagang. Dimana seseorang pedagang harus mampu membuat strategi untuk memenangkan persaingan terutama dalam hal kepuasaan pelanggan agar usaha dapat bertahan, berkembang, bersaing dan menguasai pasar.

Konsumen/pelanggan merupakan salah satu kunci dari keberhasilan usaha yang di tekuni. Pelanggan mempunyai peran penting dalam memajukan usaha, tanpa pelanggan usaha tidak akan pernah jalan atau terwujud.

Adapun manfaat utama yang di dapat dari pengukuran tingkat kepuasan pelanggan adalah loyaritas pelanggan yang berkelanjutan dan dapat meningkatkan kinerja produk dari produsen sampai pengguna akhir secara optimal serta meningkatkan dukungan pelayanan kepada pelanggan. Oleh karena itu pengukuran kepuasan pelanggan menjadi penting dan sangat bermanfaat bagi usaha untuk mengevaluasi posisinya di tengah – tengah persaingan dan untuk mengambil keputusan manajemen yang tepat.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.

1. Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Ayam Potong

a. Konsumen Rumah Tangga.

Pada konsumen rumah tangga tingkat kepuasan pelanggan yang telah puas adalah *Assurance* (kepastian/jaminan) pada faktor kualitas produk (ayam potong) sebesar 100,90 % untuk yang lainnya pelanggan masih belum puas.

b. Konsumen Lembaga

Pada konsumen lembaga tingkat kepuasan pelanggan yang telah puas adalah *Reliability* (kehandalan) yaitu ketepatan jangka waktu penyerahan order pada konsumen (pelanggan) sebesar 100 %, *Assurance* (kepastian/jaminan) yaitu Keramahan karyawan dalam melayani konsumen (pelanggan) sebesar 100 % dan Kualitas produk (ayam potong) sebesar 104,17 % *Empati* (perhatian) yaitu Karyawan memahami kebutuhan khusus konsumen sebesar 100 %, *Features* (pelengkap) yaitu Pilihan produk yang bervariasi sebesar 100 %.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada Jumardi :

a. Konsumen Rumah Tangga.

Pada Konsumen Rumah Tangga yang sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan adalah pada Kuadran A yaitu *Reliability* (kehandalan) ketepatan jangka waktu penyerahan order pada konsumen (pelanggan). Tingkat pelayanan yang sama dari waktu ke waktu tidak

berubah-ubah secara mencolok tiap kali. *Assurance* (kepastian/jaminan) Konsumen (pelanggan) merasa aman bertransaksi dengan karyawan, pengetahuan karyawan yang baik dalam menjawab pertanyaan konsumen (pelanggan). *Features* (pelengkap) pilihan produk yang bervariasi dan kelengkapan alat potong. *Serviceability* (servis/layanan) yaitu kecepatan dalam proses pemesanan produk dari karyawan ke konsumen (Pelanggan).

b. Konsumen Lembaga

Pada Konsumen Palembang yang sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan adalah pada Kuadran A yaitu *Reliability* (kehandalan) Tingkat pelayanan yang sama dari waktu kewaktu tidak berubah-ubah secara mencolok tiap kali. *Assurance* (kepastian/jaminan) Konsumen (pelanggan) merasa aman bertransaksi dengan karyawan, pengetahuan karyawan yang baik dalam menjawab pertanyaan konsumen (pelanggan). *Tangibles* (berwujud) yaitu kebersihan letak ayam setelah dipotong. *Features* (pelengkap) yaitu kelengkapan alat potong.

3. Saran.

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat dikemukakan beberapa saran kiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan, yaitu :

1. Hendaknya lebih memperhatikan ketepatan jangka waktu penyerahan order dari karyawan ke konsumen (pelanggan) secara tepat dan akurat, karena hal ini merupakan unsure utama yang diinginkan oleh pelanggan.
2. Hendaknya karyawan dilatih untuk lebih tanggap dalam menghadapi masalah dan kesulitan yang timbul oleh pelanggan, sehingga bagi

DAFTAR PUSTAKA

Chaniago, U. Darullah. 2007. Analisis Kepuasaan Pelanggan Terhadap Kentucky Fried Chicken Outlet Ambacang Padang. Skripsi. Fakultas Peternakan. Universitas Andalas. Padang.

Gasper, V. 1997. Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.

George, R. T. dan Leslie, W. R. 2003. Dasar-Dasar Manajemen. Terjemahan G. A. Ticoalu. PT. Bumi Aksara. Jakarta.

Kasryno, F. 1984. Kerangka Analisa Ekonomi Masalah Pedesaan Dalam Prospek Pembangunan Ekonoi Pedesaan Indonesia. Yayasan Obor, Jakarta.

Kotler, P. 1997. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Jilid 2. Prenhallindo, Jakarta.

_____. 2002. Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Terjemahan : Hendra Agus dan Rhony A. Rusli. Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.

Nurfadhilah, R. J. 2008. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Restoran Kubang Hayuda M. Yamin Padang. Skripsi. Fakultas Peternakan. Universitas Andalas. Padang.

Rangkuti, F. 1999. Riset Pemasaran. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

_____. 2003. Measuring Costumer Satisfaction. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Santi, E. 2003 Tanggapan pelanggan terhadap *customer value package* pada Kentucky friend chicken ambacang padang. Skripsi . Fakultas Ekonomi. Bung Hatta. Padang.

Simamora, B. 2004. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Singarimbun, M. dan Effendi, S. 1995. Metode Penelitian Survai. LP3ES. Jakarta.

Stanton, W.J. 1985. Prinsip Pemasaran Edisi VIII. Erlangga, Jakarta

Supranto, J. 2001. Pengukuran Tingkat Kepuasaan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Rineka Cipta, Jakarta.

Swastha, B. 1997. Manajemen Pemasaran Modern. Liberty, Yogyakarta..