

LAPORAN PENELITIAN MANDIRI



KEPUASAN PENYALUR PELANGGAN PRODUK BENIH PADI PT SANG HYANG SERI DI JAWA TENGAHTAHUN 2022

Rr. SRI KARUNIARI NUSWARDHANI, SP..MMA
0691408033

**Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian
Universitas Yudharta Pasuruan
Tahun 2023**

DAFTAR ISI

	halaman
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan.....	2
1.3 Ruang Lingkup.....	2
1.4 Keluaran.....	2
1.5 Waktu Penelitian.....	2
II. METODOLOGI PENELITIAN	
2.1 Disain Penelitian	
2.2 Responden	4
2.3 Metode Pengumpulan Data	4
2.4 Instrumen dan Skala Pengukuran	4
2.5 Analisis Data	4
III. HASIL PENELITIAN PELANGGAN	
3.1 Deskripsi Kepuasan Pelanggan	6
3.2 Tingkat Kepuasan Pelanggan	7
IV. KESIMPULAN	9
4.1 Kesimpulan	9
4.2 Saran.....	9
LAMPIRAN	
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

- Tabel 1. Bobot Sikap/Pendapat Pelanggan
- Tabel 2. Kriteria Nilai Persepsi Pelanggan Tahun 2022
- Tabel 3. Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Benih Padi Produksi KPKS dan Layanan Perusahaan Tahun 2022
- Tabel 4. Skor Kumulatif Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Benih Padi Produksi KPKS dan Layanan Perusahaan Tahun 2022

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. Disain Penelitian Kepuasan Pelanggan 2022
- Gambar 2. Nilai Persepsi Pelanggan terhadap Atribut Benih Padi Produksi KPKS dan Layanan Perusahaan Tahun 2022
- Gambar 3. Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Benih Padi Produksi KPKS dan Layanan Perusahaan Tahun 2022

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pelanggan *atau customer* adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa secara terus menerus. Pelanggan atau pemakai suatu produk adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan-perusahaan bisnis (Daryanto dan Setyobudi, 2014:49). Saat ini kegiatan pemasaran merupakan proses yang terintegrasi dengan fokus kepada pelanggan. Setiap kegiatan pemasaran yang dilakukan selalu berdasarkan kebutuhan pelanggan. Untuk itu semua aspek yang menyangkut kebutuhan pelanggan perlu dibangun supaya pelanggan mendapatkan kepuasan dan perusahaan juga mendapatkan pelanggan yang loyal.

Philip Kotler (2012 dalam Halim, et al, 2021) memberikan sebuah definisi bahwa kepuasan *pelanggan (customer satisfaction)* adalah tingkat keadaan yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan penampilan atau *outcome* produk yang dirasakan dalam hubungannya dengan harapan seseorang. Dengan demikian tingkat kepuasan adalah suatu fungsi dari perbedaan antara penampilan yang dirasakan dengan harapan. Suatu produk atau jasa dinilai memuaskan apabila produk atau jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan produk dan jasa yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu produk atau jasa yang disediakan, maka proses pembuatan produk atau jasa tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien.

Kualitas produk akan membuat pelanggan merasa puas dengan hasil yang mereka tunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara inilah yang dilakukan pebisnis agar produk yang dihasilkan memenuhi standar, sehingga tidak kehilangan kepercayaan terhadap produk tersebut. Tentunya pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan pasar atau selera konsumen. Jika tidak, maka produk tidak laku di pasaran karena tidak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Tentunya hal ini dapat merugikan pebisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial seperti tercipta loyalitas pelanggan dan meningkatkan reputasi perusahaan (Anderson, E.W.; Fornell, 1994 dalam Halim, et al, 2021).

Loyalitas pelanggan adalah hasil dari perpaduan atau hubungan dari minat, sikap, prestasi penjualan dan perilaku pelanggan. Loyalitas dapat berupa kesediaan untuk melakukan pembelian ulang, meskipun dengan adanya kenaikan harga. Dalam arti lain loyalitas pelanggan merupakan komitmen tinggi dari pelanggan untuk membeli kembali di kemudian hari, meskipun ada pengaruh yang dan upaya-upaya pemasaran yang berpotensi untuk perilaku berpindah (Oliver, 2019 dalam Halim, et al, 2021).

Dalam mengukur kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa metode, antara lain penelitian kepuasan pelanggan. Metode penelitian ini akan memberikan kemudahan kepada perusahaan untuk memperoleh umpan balik secara langsung dari

pelanggan dan dapat sekaligus memberikan kesan positif bahwa pelanggan mendapatkan perhatian dari perusahaan (Tjiptono, 2006 dalam Halim, et al, 2021).

Penelitian kepuasan pelanggan ini dilaksanakan untuk mengukur persepsi atau tanggapan pelanggan terhadap benih produksi PT Sang Hyang Seri, dan layanan perusahaan di Jawa Tengah.

1.2 Maksud dan Tujuan

Maksud melakukan penelitian kepuasan pelanggan untuk memperoleh informasi yang obyektif mengenai produk benih padi PT Sang Hyang Seri tahun 2022. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai masukan dalam mempertimbangkan pengambilan keputusan strategis yang terkait dengan produk benih PT Sang Hyang Seri (SHS). Tujuan penelitian ini antara lain:

- a. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen pengguna benih PT SHS pada tahun 2022;
- b. Mengidentifikasi atribut benih dan kegiatan operasional lapangan yang masih memerlukan perbaikan;
- c. Memperoleh masukan-masukan yang obyektif dari pelanggan sebagai bahan pertimbangan manajemen dalam menyelaraskan atribut benih dan kegiatan layanan sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan;
- d. Membuat rencana tindak (*action plan*) dengan menindaklanjuti keluhan pelanggan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan.

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian kepuasan pelanggan yang akan dinilai oleh pelanggan atau konsumen dalam hal ini penyalur benih padi meliputi (1) atribut benih yang terdiri dari kualitas, harga, dan kemasan, (2) kegiatan operasional pemasaran yang meliputi pelayanan pesanan benih, kesesuaian dengan kebutuhan konsumen, respon petugas terhadap keluhan pelanggan, sosialisasi dan kunjungan petugas. Ruang lingkup wilayah penelitian meliputi wilayah kerja Cabang PT SHS atau Unit Pemasaran PT Sang Hyang Seri di Provinsi Jawa Tengah yang menyalurkan benih padi produksi KPKS PT SHS.

1.4 Keluaran

Penelitian pelanggan akan memberikan keuntungan bagi perusahaan untuk memahami apa yang diinginkan oleh pelanggannya. Keluaran yang diperoleh dari penelitian kepuasan pelanggan antara lain:

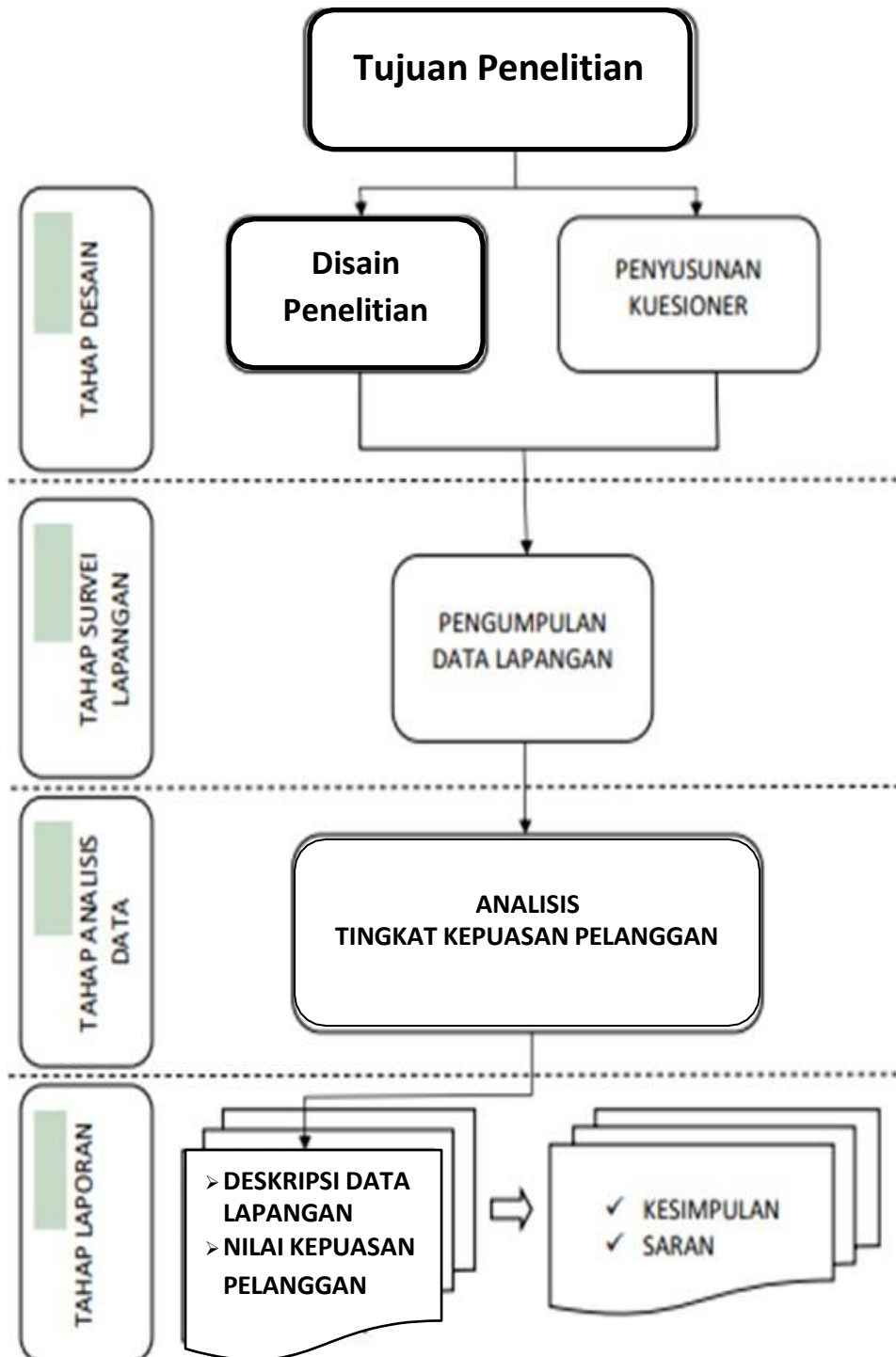
- a. Nilai tingkat kepuasan pelanggan;
- b. Rekomendasi kebijakan dalam menyusun rencana tindak lanjut yang harus dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.5 Waktu Penelitian

Penelitian kepuasan pelanggan dilaksanakan pada tahun 2022. Pendistribusian kuesioner dilaksanakan pada bulan April 2022 kepada Unit Pemasaran (UP) Pati, UP Banyumas, dan UP Semarang yang kemudian membagikan kuesioner tersebut kepada responden masing-masing.

II. METODOLOGI

2.1 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Disain Penelitian Kepuasan Pelanggan Tahun 2022

2.2 Responden

Penentuan responden penelitian dipilih dengan metode *purposive sampling* yaitu pemilihan responden berdasarkan pada karakteristik bahwa yang dijadikan responden dan mengisi kuesioner adalah penyalur benih padi produksi PT SHS. Jumlah responden yang mengisi dan mengembalikan kuesioner sebanyak 30 orang terdiri dari penyalur pengguna benih padi KPKS PT Sang Hyang Seri.

2.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada para penyalur yang mendapatkan benih produksi PT Sang Hyang Seri yang disalurkan melalui unit pemasaran (UP). Kuesioner ini dimaksudkan untuk mengetahui persepsi responden mengenai hal-hal yang terkait dengan benih padi produksi PT Sang Hyang Seri dan layanan perusahaan. Kuesioner dibuat dengan pertanyaan tertutup, dengan ini diharapkan responden dapat menjawab dan memilih jawaban yang sesuai dengan persepsinya masing-masing berdasarkan kenyataan yang ada di lapangan.

2.4 Instrumen dan Skala Pengukuran

Pengukuran persepsi responden dilakukan dengan menggunakan skala likert 4 interval yang selanjutnya nilai interval tersebut dikonversikan dan diinterpretasikan sebagai kriteria penilaian kepuasan pelanggan berdasarkan persepsi pelanggan. Skala Likert atau Likert Scale adalah skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat. Dalam skala likert responden diminta untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan mereka untuk menunjukkan tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan. Setiap pertanyaan dapat disebut mewakili satu variabel yang diteliti. Sikap atau pendapat tersebut biasanya dinyatakan dalam skala gradasi, misalnya sangat puas, puas, tidak puas, dan sangat tidak puas. Skala ini masing-masing diberi bobot atau skor agar dapat dianalisis secara kuantitatif, sebagai berikut :

Tabel 1. Bobot Sikap/Pendapat Pelanggan

No.	Pendapat/sikap	Bobot
1	Sangat puas	5
2	Puas	4
3	Tidak puas	3
4	Sangat tidak puas	2

2.5 Analisis Data

Tingkat kepuasan pelanggan merupakan nilai koefisien dari hasil pengukuran atas pendapat pelanggan terhadap penggunaan benih padi produksi PT Sang Hyang Seri dan layanan perusahaan. Secara operasional langkah-langkah analisis data sebagai berikut :

- Membuat tabulasi yang berisi daftar responden vs pertanyaan (variabel yang diteliti).
- Setiap pertanyaan diberi sub baris yang terdiri dari 4 (empat) gradasi sikap atau pendapat.
- Tanggapan responden terhadap pertanyaan yang hasilnya berupa gradasi sikap atau pendapat diisikan dalam tabulasi yang bersangkutan dalam bentuk angka/bobot yang bersesuaian.

- d. Menjumlahkan skor setiap pertanyaan untuk seluruh responden.
- e. Setiap pertanyaan mempunyai jumlah skor minimal dan maksimal yang besarnya tergantung dari jumlah responden.
- f. Jumlah skor yang didapat untuk pertanyaan (variabel yang diteliti) tersebut, apabila dipersentasekan terhadap nilai skor maksimumnya dapat menggambarkan sikap atau pendapat responden terhadap variabel penelitian tersebut.
- g. Sehubungan dengan butir e di atas, maka keseluruhan pertanyaan dari keseluruhan responden dapat dihitung jumlah skor maksimal dan minimalnya.
- h. Jumlah skor yang didapat pada butir g tersebut, apabila dipersentasekan terhadap nilai skor maksimumnya dapat menggambarkan tingkat persepsi responden pada penelitian tersebut.
- i. Membuat tabel interval tingkat kepuasan untuk menentukan kategori persentase persepsi responden tersebut apakah pada level sangat puas (SP), puas (P), tidak puas (TP), atau sangat tidak puas (STP).

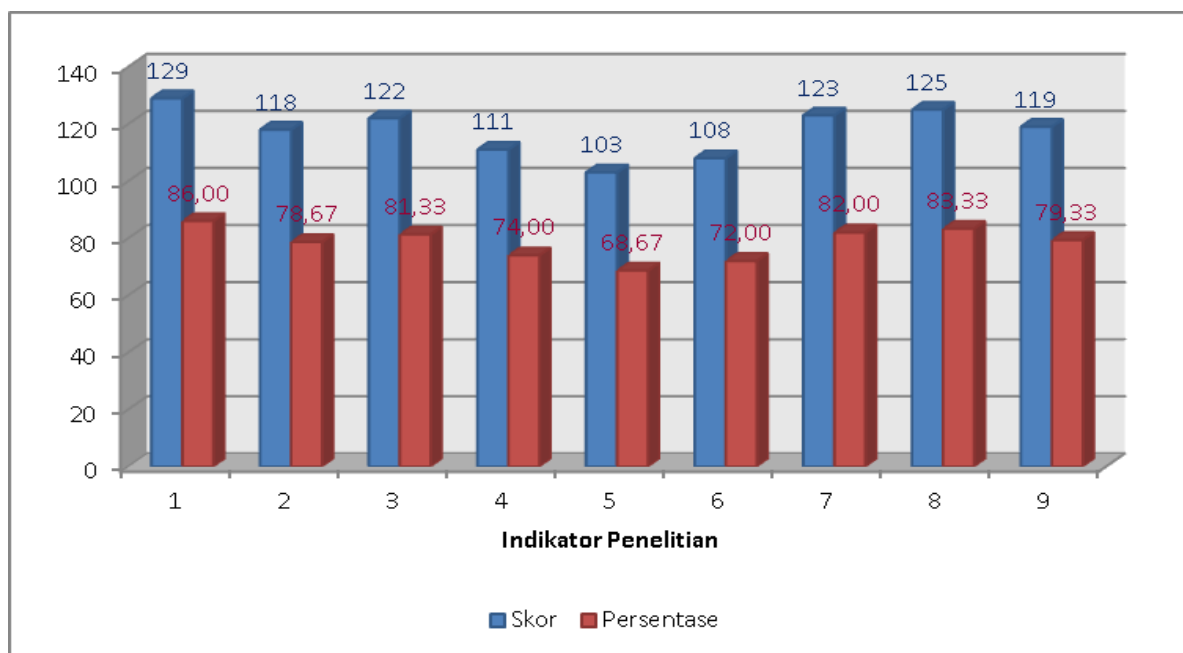
III. HASIL PENELITIAN PELANGGAN

3.1 Deskripsi dan Nilai Persepsi Kepuasan Pelanggan

Deskripsi persepsi kepuasan pelanggan pengguna benih padi produksi PT Sang Hyang Seri dan layanan perusahaan diukur dengan 9 (sembilan) indikator meliputi (1) pelayanan petugas SHS dalam melayani pesanan pelanggan, (2) kesesuaian varietas dan jumlah benih dengan kebutuhan pelanggan, (3) ketepatan waktu pengiriman, (4) harga benih, (5) kualitas benih, (6) kemasan, (7) respon petugas SHS terhadap keluhan pelanggan, (8) kegiatan sosialisasi inovasi terkait perbenihan oleh SHS, dan (9) frekuensi kunjungan petugas SHS ke pelanggan.

Nilai persepsi kepuasan pelanggan setiap indikator disajikan pada gambar 2 dan tabel 2 dapat diuraikan sebagai berikut :

- (1) Pelayanan petugas SHS dalam melayani pesanan pelanggan menghasilkan skor 129 atau persentase 86,00%. Nilai tersebut masuk dalam tingkat kepuasan pelanggan sangat puas.
- (2) Kesesuaian varietas dan jumlah benih dengan kebutuhan pelanggan menghasilkan skor 118 atau persentase 78,67%. Nilai tersebut masuk dalam tingkat kepuasan pelanggan puas.
- (3) Ketepatan waktu pengiriman menghasilkan skor 122 atau 81,33%. Nilai tersebut masuk dalam tingkat kepuasan pelanggan puas.
- (4) Harga benih menghasilkan skor 111 atau 74,00%. Nilai tersebut masuk dalam tingkat kepuasan pelanggan puas.



Gambar 2. Nilai Persepsi Pelanggan terhadap Atribut Benih Padi Produksi KPKS dan Layanan Perusahaan Tahun 2022

Tabel 2. Kriteria Nilai Persepsi Pelanggan Tahun 2022

No.	Uraian	Indikator Penelitian								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Skor	129	118	122	111	103	108	123	125	119
2	Persentase	86,00	78,67	81,33	74,00	68,67	72,00	82,00	83,33	79,33
3	Kriteria	SP	P	P	P	TP	P	P	P	P

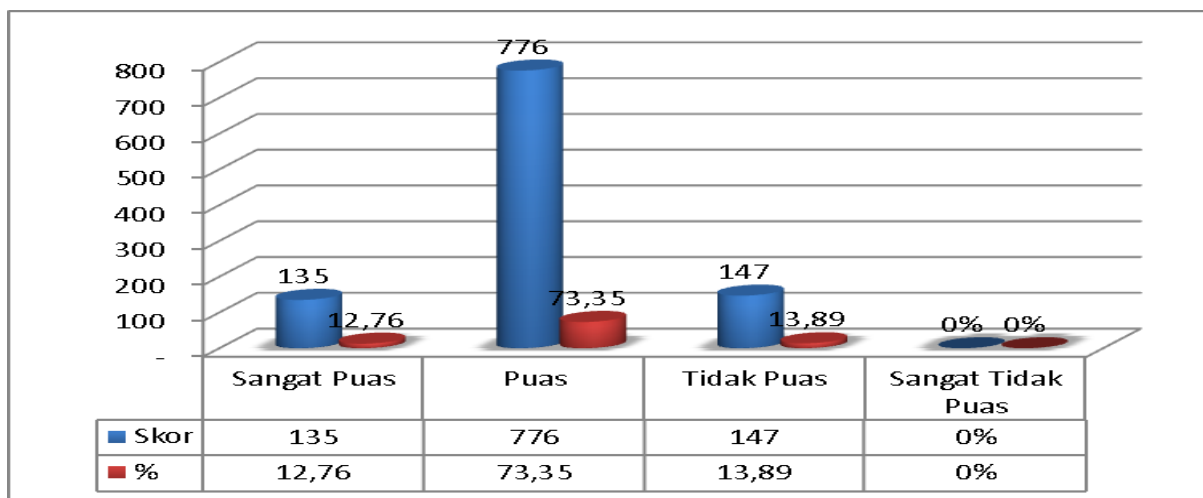
Sumber : Data Primer, diolah

- (5) Kualitas benih menghasilkan skor 103 atau 68,67%. Nilai tersebut masuk dalam tingkat kepuasan pelanggan tidak puas. Perlu diperjelas di sini, bahwa ketidakpuasan pelanggan tidak pada data mutu yang tercantum dalam label benih atau sertifikat benih tetapi pada butir apung yang memang tidak dilakukan pengujian laboratorium sesuai dengan peraturan/sertifikasi perbenihan.
- (6) Kemasan benih menghasilkan skor 108 atau 72,00%. Nilai tersebut masuk dalam tingkat kepuasan pelanggan puas.
- (7) Respon petugas SHS terhadap keluhan pelanggan menghasilkan skor 123 atau persentase sebesar 82,00%. Nilai tersebut masuk dalam tingkat kepuasan pelanggan puas.
- (8) Kegiatan sosialisasi inovasi terkait perbenihan oleh SHS menghasilkan skor 125 atau persentase sebesar 83,33%. Nilai tersebut masuk dalam tingkat kepuasan pelanggan puas.
- (9) Frekuensi kunjungan petugas SHS ke pelanggan menghasilkan skor 119 atau persentase sebesar 79,33%. Nilai tersebut masuk dalam tingkat kepuasan pelanggan puas.

3.2 Tingkat Kepuasan Pelanggan

Melalui penelitian kepuasan pelanggan perusahaan akan mengetahui tanggapan dan timbal balik secara langsung dari pelanggan dan memberikan tanda baik kepada pelanggan bahwa perusahaan senantiasa memperhatikan pelanggannya.

Berdasarkan skor gabungan sembilan indikator di atas yang dimintakan pendapat/sikap kepada setiap pelanggan akan dapat diketahui tingkat kepuasan pelanggan pada level sangat puas, puas, tidak puas dan sangat tidak puas. Skor masing-masing level kepuasan dapat dilihat pada gambar 3 dan tabel 3 di bawah ini.



Gambar 3. Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Benih Padi Produksi PT Sang Hyang Seri dan Layanan Perusahaan Tahun 2022

Tabel 3. Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Benih Padi Produksi PT Sang Hyang Seri dan Layanan Perusahaan Tahun 2022

No.	Tingkat Kepuasan	Skor	%
1	Sangat Puas	135	12,76
2	Puas	776	73,35
3	Tidak Puas	147	13,89
4	Sangat Tidak Puas	-	-
	Jumlah	1.058	100,00

Sumber : Data Primer, diolah

Berdasarkan data pada gambar 3 dan tabel 3, penelitian pelanggan terhadap benih padi produksi PT Sang Hyang Seri dan layanan perusahaan pada tahun 2022 menunjukkan bahwa pelanggan yang menyatakan sangat puas sebanyak 12,76%, menyatakan puas sebesar 73,35%, merasa tidak puas sebanyak 13,89% dan sangat tidak puas tidak ada. Dengan demikian mayoritas pelanggan menyatakan bahwa mereka puas terhadap penggunaan benih padi produksi PT Sang Hyang Seri dan layanan perusahaan.

Cara lain mengukur tingkat kepuasan pelanggan adalah dengan melihat skor kumulatif yang bisa diperoleh dibandingkan dengan skor maksimal yang kemungkinan bisa diraih. Skor yang diraih dari hasil penelitian ini adalah 1.058, sedangkan kemungkinan skor maksimalnya adalah 1.350, maka jika dipersentasekan menghasilkan 78,37%. Angka 78,37% ini berada pada level puas, pun demikian dengan skor 1.058 juga berada pada level puas. Secara jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Skor Kumulatif Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Benih Padi Produksi PT Sang Hyang Seri dan Layanan Perusahaan Tahun 2022

No.	Tingkat Kepuasan	Nilai skor	Persentase (%)
1	Sangat puas	1148,5-1350	85 >
2	Puas	945,5-1148	70-85
3	Tidak puas	743,5-945	55-69
4	Sangat tidak puas	540-743	< 55

Sumber : Data Primer, diolah

Jika ditelaah lebih lanjut pada tabel 3 di atas, terdapat ketidakpuasan pelanggan sebesar 13,89%. Berdasarkan jawaban pelanggan atas pertanyaan terbuka pada kuesioner penelitian pelanggan diketahui, bahwa beberapa hal yang perlu mendapatkan perhatian dari perusahaan adalah sebagai berikut :

- a. Perlunya peningkatan atau adanya kegiatan sosialisasi dan inovasi perbenihan.
- b. Kemasan kurang menarik.
- c. Harga benih ditinjau lagi, supaya kompetitif.
- d. Jumlah dan varietas disesuaikan dengan kebutuhan atau diperbanyak.
- e. Butir apung diminimalkan.

IV. KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis data pada hasil penelitian pelanggan yang dilaksanakan pada tahun 2022 dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Secara umum pengguna benih padi produksi PT Sang Hyang Seri merasa puas, termasuk layanan yang diberikan oleh perusahaan.
- b. Jika pendapat pelanggan dikelompokkan dalam 2 kelompok besar, yaitu puas dan tidak puas; maka kelompok pelanggan yang puas mencapai 86,11%, dan yang tidak puas sebesar 13,89%.

4.2 Saran

- a. Berdasarkan pemeringkatan kriteria tingkat kepuasan pelanggan pada penelitian ini, maka perusahaan masih perlu meningkatkan kinerjanya karena pengukuran tingkat kepuasan pelanggan masih pada level "PUAS".
- b. Sehubungan dengan masih adanya pelanggan yang tidak puas (13,89%), maka perusahaan perlu memperhatikan beberapa hal yang disarankan oleh pelanggan untuk diperbaiki, antara lain perlunya peningkatan atau adanya kegiatan sosialisasi dan inovasi perbenihan, kemasan kurang menarik, harga benih ditinjau lagi supaya kompetitif, jumlah dan varietas disesuaikan dengan kebutuhan, dan butir apung diperbaiki.

DAFTAR PUSTAKA

Daryanto dan Setyobudi, 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava Media, Yogyakarta.

Halim, *et al*, 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.

Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Penerbit CV Alfabeta, Bandung, 346 halaman.