

IDENTIFIKASI PRIORITAS PENINGKATAN KUALITAS PRODUK OLAHAN IKAN KELOMPOK WANITA ISTERI NELAYAN “FATIMAH AZZAHRA”, KELURAHAN PATTINGALLOANG, KECAMATAN UJUNG TANAH, MAKASSAR

Yayu Meiniza Z.¹⁾, Tjare A. Tjambolang²⁾

^{1),2)} Dosen Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ujung Pandang, Makassar

ABSTRACT

This research aims to produce an outcome of a draft policy to improve the quality of processed fish products of Women's Wife Fishermen Group "Fatimah Azzahra". Implementation of the policy is expected to improve the quality of processed fish products, consumer buying interest, income and welfare of its members. The draft of service quality improvement policy is made by PFI (Priorities of Improvement) analysis method, through gap analysis method to ten attributes of product quality that have been identified. Furthermore, mapping is done by using Cartesian diagram to determine the position of these attributes in each quadrant. Data collection was done by distributing questionnaires to consumers who have consumed fish processed products, interviews and observation. The results show that the attributes that are the first priority to be improved are the expiration date, followed by the successive identity of the product maker, the information about the product content, and the product coating material.

Keywords: *priorities for improvement, gap analysis, product quality*

1. PENDAHULUAN

Agroindustri merupakan suatu bidang yang seharusnya mampu mengangkat pendapatan nasional Indonesia. Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan alam yang sangat berlimpah sehingga pemanfaatannya harus mendapat prioritas tersendiri dalam kegiatan pembangunan. Bahan baku agroindustri baik yang berupa hasil pertanian pangan dan non pangan, hasil perikanan, peternakan dan perkebunan merupakan modal besar untuk mengembangkan negara ini menjadi negara yang memiliki kedaulatan dan ketahanan pangan, serta memiliki kekuatan untuk berkompetisi di dunia bisnis.

Pangan merupakan kebutuhan dasar yang paling hakiki bagi manusia. Karena itu, UUD 1945 telah mengamanatkan bahwa Negara wajib menjalankan kedaulatan pangan (hak rakyat atas pangan) dan mengupayakan terpenuhinya kebutuhan pangan bagi penduduk. Dalam UU Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, disebutkan bahwa penyelenggaraan pangan salah satunya bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan bagi petani, nelayan, pembudi daya ikan, dan pelaku usaha pangan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka industri di bidang pangan menjadi prioritas dalam pembangunan. Salah satu pangan penting dalam agroindustri adalah ikan. Produk perikanan memiliki kelebihan dibanding dengan produk hewani lainnya karena memiliki kandungan protein yang tinggi, mudah dicerna, dan mengandung lemak tak jenuh dengan kadar kolesterol sangat rendah yang dibutuhkan oleh tubuh manusia. Oleh karena itu agroindustri berbahan dasar ikan perlu dikembangkan, baik dalam skala mikro, kecil, menengah, dan besar. Untuk itu penerapan hasil riset dan teknologi dalam pemanfaatan sumberdaya perikanan dapat diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah produk perikanan yang dihasilkan.

Salah satu kelompok usaha yang menghasilkan produk olahan ikan adalah Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra”, di Kelurahan Pattinhaloang, Kecamatan Ujung Tanah, Makassar, berupa nugget ikan. Lingkup daerah pemasaran kelompok usaha ini belum meluas, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mengembangkan potensi usahanya. Salah satu cara yang dapat ditempuh yaitu dengan mengupayakan peningkatan kualitas produknya sehingga dianggap perlu dilakukan identifikasi prioritas peningkatan kualitas produk olahan ikan Kelompok Wanita Isteri Nelayan ‘Fatimah Azzahra’. Suatu produk dikatakan berkualitas jika mampu memenuhi karakteristik-karakteristik yang diharapkan pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Setiawan dan Japarianto (2012) mengenai analisa pengaruh *food quality* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian roti kecil Toko Roti Ganep’s di kota Solo, serta penelitian Susilowati dan Osmond (2013) mengenai pengaruh persepsi konsumen pada kualitas makanan, kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Loving Hut Surabaya, dan penelitian Aisyah (2015) mengenai pengaruh kualitas produk, daya tarik iklan terhadap minat beli produk indomie (studi kasus pada masyarakat di Bekasi) menunjukkan bahwa faktor-faktor kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dalam praktek tidaklah layak memiliki terlalu banyak prioritas

¹ Korespondensi penulis: Yayu Meiniza, yayumeiniza@poliupp.ac.id

perbaikan karena akan tidak sebanding dengan nilai tambah produk sehingga perlu ditetapkan prioritas utamanya. Perlunya upaya pengembangan pada kelompok usaha tersebut juga dikarenakan saat ini pemerintah tetap menempatkan peningkatan kesejahteraan rakyat sebagai prioritas utama dalam pembangunan nasional dengan mengembangkan perekonomian rakyat. Meskipun berskala kecil, Kelompok Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra” turut berkontribusi pada sektor agribisnis yang menjadi sektor unggulan di Sulawesi Selatan.

Tujuan khusus penelitian adalah menghasilkan luaran berupa rancangan kebijakan peningkatan kualitas produk olahan ikan Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra”, di Kelurahan Pattingaloang, Kecamatan Ujung Tanah. Secara umum, manfaat yang diharapkan dari penelitian yang akan dilakukan, adalah dapat mengetahui seberapa baik kualitas nugget ikan yang dihasilkan Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra”, dapat mengidentifikasi dimensi kualitas (atribut-atribut) produk yang menjadi prioritas dalam peningkatan kualitas nugget ikan produksi “Fatimah Azzahra”, dapat meningkatkan kualitas nugget ikan sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen, meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan anggotanya

2. METODE PENELITIAN / PELAKSANAAN PENGABDIAN

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian terapan yaitu salah satu jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan tertentu. Penelitian ini juga merupakan penelitian survei yang menggunakan kuesioner sebagai alat utama dalam pengumpulan data, disamping wawancara dan observasi. Desain penelitian terdiri dari langkah-langkah berikut:

1) mengidentifikasi indikator dari kualitas produk.

Agar indikator yang diidentifikasi benar-benar sesuai dengan produk yang diteliti maka dilakukan dengan menggunakan kombinasi model dari Potter dan Hotchkiss (2013), Jones (dalam Susilowati dan Osmond, 2013), West, Wood, dan Harger (dalam Reynaldo, 2015), serta Kotler, Keller, dan Lane (2012), sehingga diperoleh indikator kualitas produk sebagai berikut:

Tabel 1. Dimensi Kualitas Produk Olahan Ikan (nugget ikan)

No.	Indikator Kualitas Produk Olahan Ikan
1.	Rasa dari nugget ikan
2.	Tekstur dari nugget ikan (kelembutan yang pas, tidak keras)
3.	Nugget memiliki pelapis tepung yang baik sehingga tetap memiliki rasa dan bentuk yang baik saat digoreng
4.	Nugget memiliki bentuk yang menarik yang dapat memengaruhi selera untuk disantap
5.	Ukuran masing-masing nugget yang pas untuk dikonsumsi
6.	Nugget tahan lama, memiliki umur simpan yang cukup lama sebagai persediaan untuk dikonsumsi
7.	Informasi mengenai isi produknya (kandungan/komposisi bahan, berat, dll.)
8.	Kemasan yang memiliki identitas pembuat produk nugget
9.	Kemasan yang dapat menjamin kebersihan dan kesehatan produk (bentuk dan bahan kemasan)
10.	Informasi tanggal kadaluarsa produk

- 2) Menyusun instrumen pengumpulan data penelitian yaitu kuesioner untuk tingkat kepentingan masing-masing indikator kualitas produk dan kuesioner untuk tingkat kinerja masing-masing indikator kualitas produk, menggunakan pilihan jawaban yang diukur dengan skala Likert.
- 3) Menentukan sampel penelitian berdasarkan pada jumlah parameter yang digunakan. Pedomannya adalah 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi (Bungin, 2009), sehingga jumlah responden minimal adalah 50 orang, dalam penelitian ini diperoleh 58 orang responden
- 4) Pengumpulan data, dengan menggunakan kuesioner, wawancara dan observasi
- 5) Melakukan tabulasi dan pengolahan data dengan menggunakan perangkat lunak SPSS untuk menghasilkan tabel frekuensi bagi tiap atribut produk yang diteliti.
- 6) Menganalisis data menggunakan metode *Importance Performance Analysis* dengan langkah sebagai berikut: (1) mengukur rata-rata skor tingkat kepentingan (2) mengukur rata-rata skor tingkat kinerja produk
- 7) Mengidentifikasi unsur produk yang harus diperbaiki, disertai dengan urutan prioritasnya, dilakukan dengan mengukur kesenjangan antara skor kepentingan dengan skor kinerja dengan cara menghitung selisihnya: Skor Kesenjangan (gap) = rata-rata skor kinerja – rata-rata skor kepentingan

8) Melakukan pemetaan (*mapping*) unsur-unsur produk yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan dengan menggunakan diagram kartesius, sehingga dapat dirumuskan kebijakan peningkatan kualitas produk. Nilai yang memotong tegak lurus pada sumbu vertikal dan horizontal diperoleh berdasarkan hasil rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja untuk keseluruhan atribut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah pembeli nugget ikan di Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra”, dan sudah pernah mencoba nugget ikan tersebut. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan metode analisis statistik deskriptif, *Importance Performance Analysis*, dan metode pemetaan prioritas perbaikan atribut produk. Hasil pengolahan data beserta pembahasannya, diuraikan di bawah ini.

3.1 Pengukuran Tingkat Kepentingan Atribut Kualitas Produk Olahan Ikan (nugget ikan) bagi pelanggan

Setiap atribut atau dimensi kualitas dari nugget ikan yang diproduksi oleh Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra” memiliki tingkat kepentingan yang berbeda-beda menurut persepsi masing-masing konsumennya. Oleh karena itu dilakukan pengukuran terhadap tingkat kepentingan (*importance rating*) dari setiap dimensi kualitas produk tersebut, yang hasilnya ditampilkan dalam tabel 2.

Tabel 2. Tanggapan Responden mengenai Tingkat Kepentingan dari Atribut-atribut Nugget Ikan

No	Atribut	Tanggapan Responden					jumlah frekuensi	total skor	skor kepentingan
		tidak penting	kurang penting	cukup penting	penting	sangat penting			
1	Rasa dari nugget ikan	0	0	4	16	38	58	266	4,59
2	Tekstur dari nugget ikan (kelembutan yang pas, tidak keras)	0	0	4	26	28	58	256	4,41
3	Memiliki pelapis tepung yang baik sehingga tetap memiliki rasa dan bentuk yang baik saat digoreng	0	1	1	32	24	58	253	4,36
4	Nugget memiliki bentuk yang menarik yang dapat memengaruhi selera untuk disantap	0	2	19	20	17	58	226	3,90
5	Ukuran masing-masing nugget yang pas untuk dikonsumsi	0	2	21	25	10	58	217	3,74
6	Nugget tahan lama, memiliki umur simpan yang cukup lama sebagai persediaan untuk dikonsumsi	0	2	7	17	32	58	253	4,36
7	Informasi mengenai isi produknya (komposisi bahan, berat, dll.)	0	1	5	15	37	58	262	4,52
8	Kemasan yang memiliki identitas pembuat produk nugget	0	0	5	27	26	58	253	4,36
9	Kemasan yang dapat menjamin kebersihan dan kesehatan produk (bentuk dan bahan kemasan)	0	1	3	10	44	58	271	4,67
10	Informasi tanggal kadaluarsa produk	0	2	2	6	48	58	274	4,72

Skor tingkat kepentingan diperoleh dengan menjumlahkan hasil perkalian frekuensi setiap tanggapan dengan masing-masing skor Likert tiap tanggapan tersebut, kemudian dibagi dengan jumlah responden. Skor tingkat kepentingan tertinggi berturut-turut adalah informasi tanggal kadaluarsa, bentuk dan bahan kemasan, rasa, dan informasi isi produk.

3.2 Pengukuran terhadap Tingkat Kinerja Produk Olahan Ikan (nugget ikan)

Tingkat kinerja produk atau kualitas suatu produk makanan adalah sejauh mana keseluruhan dari karakteristik-karakteristik makanan dapat diterima atau dapat memenuhi harapan konsumen. Karena itu kualitas produk dapat diukur dari tingkat kepuasan konsumen terhadap karakteristik atau atribut-atribut produk tersebut. Tabel 3 menunjukkan bagaimana tingkat kinerja produk menurut persepsi konsumen.

Tabel 3. Tanggapan Responden mengenai Tingkat Kinerja Nugget Ikan

No	Atribut	Tanggapan Responden					jumlah frekuensi	total skor	skor kepuasan
		tidak puas	kurang puas	cukup puas	puas	sangat puas			
1	Rasa dari nugget ikan	0	3	8	27	20	58	238	4,10
2	Tekstur dari nugget ikan (kelembutan yang pas, tidak keras)	0	15	18	16	9	58	193	3,33
3	Memiliki pelapis tepung yang baik sehingga tetap memiliki rasa dan bentuk yang baik saat digoreng	3	19	18	18	0	58	167	2,88
4	Nugget memiliki bentuk yang menarik yang dapat memengaruhi selera untuk disantap	0	11	24	20	3	58	189	3,26
5	Ukuran masing-masing nugget yang pas untuk dikonsumsi	1	12	22	20	3	58	186	3,21
6	Nugget tahan lama, memiliki umur simpan yang cukup lama sebagai persediaan untuk dikonsumsi	6	8	20	21	3	58	181	3,12
7	Informasi mengenai isi produknya (komposisi bahan, berat, dll.)	17	26	7	6	2	58	124	2,14
8	Kemasan yang memiliki identitas pembuat produk nugget	16	33	8	1	0	58	110	1,90
9	Kemasan yang dapat menjamin kebersihan dan kesehatan produk (bentuk dan bahan kemasan)	6	13	14	15	10	58	184	3,17
10	Informasi tanggal kadaluarsa produk	22	23	4	6	3	58	119	2,05

Dari tabel di atas skor tingkat kepuasan tertinggi adalah untuk atribut rasa dari nugget ikan dengan skor 4,1, disusul oleh bentuk dan ukuran nugget ikan yang pas untuk dikonsumsi. Adapun kepuasan terendah adalah

untuk atribut identitas pembuat produk dengan skor kepuasan sebesar 1,9 disusul oleh informasi mengenai produknya, kemudian bahan pelapis nugget ikan

3.3 Mengidentifikasi PFI (Priorities For Improvement) terhadap Atribut-atribut Produk Nugget Ikan

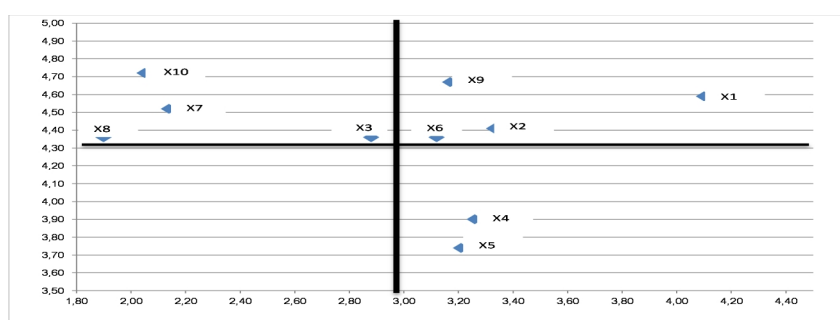
Untuk mengidentifikasi atribut-atribut produk nugget ikan yang menjadi prioritas untuk diperbaiki, terlebih dahulu harus dilakukan analisis kesenjangan yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. Tabel Kesenjangan antara Tingkat Kinerja Produk dengan Tingkat Kepentingan

No.	Atribut	Kinerja Produk	Kepentingan	Gap
1	Rasa dari nugget ikan	4,10	4,59	-0,49
2	Tekstur dari nugget ikan (kelembutan yang pas, tidak keras)	3,33	4,41	-1,08
3	Memiliki pelapis tepung yang baik sehingga tetap memiliki rasa dan bentuk yang baik saat digoreng	2,88	4,36	-1,48
4	Nugget memiliki bentuk yang menarik yang dapat memengaruhi selera untuk disantap	3,26	3,90	-0,64
5	Ukuran masing-masing nugget yang pas untuk dikonsumsi	3,21	3,74	-0,53
6	Nugget tahan lama, memiliki umur simpan yang cukup lama sebagai persediaan untuk dikonsumsi	3,12	4,36	-1,24
7	Informasi mengenai isi produknya (komposisi bahan, berat, dll.)	2,14	4,52	-2,38
8	Kemasan yang memiliki identitas pembuat produk nugget	1,90	4,36	-2,46
9	Kemasan yang dapat menjamin kebersihan dan kesehatan produk (bentuk dan bahan kemasan)	3,17	4,67	-1,50
10	Informasi tanggal kadaluarsa produk	2,05	4,72	-2,67

Berdasarkan perhitungan gap di atas dapat diketahui urutan prioritas atribut-atribut yang perlu ditingkatkan. Prioritas pertama adalah untuk atribut ke 10 yaitu informasi tanggal kadaluarsa produk. Berdasarkan wawancara, kelompok wanita nelayan tersebut belum memiliki pengetahuan untuk memperkirakan umur simpan produk. Berikutnya adalah atribut kedelapan yaitu identitas pembuat produk pada kemasan, dan atribut ketujuh yaitu informasi mengenai isi produk, serta atribut ketiga yaitu bahan pelapis nugget ikan. Analisis kesenjangan menghasilkan urutan prioritas untuk perbaikan atribut-atribut pelayanan, tetapi tidak mampu mengelompokkan atribut mana saja yang benar-benar harus diprioritaskan, mana yang harus dipertahankan, dan mana yang tidak perlu ditingkatkan, sehingga harus dilakukan pemetaan terhadap atribut-atribut tersebut dengan menggunakan diagram kartesius. Hasil pemetaan tersebut diuraikan di bawah ini.

3.4 Pemetaan (mapping) Atribut-atribut Produk Olahan Ikan (nugget ikan) yang Menjadi Prioritas untuk Ditingkatkan



Gambar 1 Diagram Kartesius Dimensi Produk Olahan Ikan Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra” yang Diharapkan dan Produk Olahan Ikan yang Dirasakan Konsumen

Pada gambar 1 diagram Kartesius di atas, terlihat letak dari atribut-atribut yang merupakan gambaran penilaian produk olahan ikan yang diharapkan dan produk olahan ikan yang dirasakan oleh konsumen.

Keterangan:

- Kuadran A**, menunjukkan atribut yang memengaruhi kepuasan konsumen, namun produk olahan ikan yang dihasilkan belum mampu melaksanakannya dengan baik, meliputi: 1) nugget memiliki bahan pelapis yang baik sehingga tetap memiliki rasa dan bentuk yang baik saat di goreng (X3); 2) informasi mengenai isi produknya (kandungan/komposisi bahan, berat, dll) (X7); 3) kemasan memiliki identitas pembuat produk nugget (X8); 4) informasi tanggal kadaluarsa produk (X10)
- Kuadran B**, menunjukkan atribut yang memengaruhi kepuasan konsumen, dimana Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra” telah melaksanakannya sesuai dengan harapan konsumen produk ikan

- olahan, meliputi: 1) rasa dari nugget ikan (X1); 2) tekstur dari nugget ikan (kelembutan yang pas, tidak keras) (X2); 3) nugget tahan lama, memiliki umur yang cukup lama sebagai persediaan untuk dikonsumsi (X6); 4) kemasan yang dapat menjamin kebersihan produk (bentuk dan bahan kemasan) (X9)
3. **Kuadran C**, menunjukkan atribut yang berada pada kuadran ini kurang dianggap penting oleh konsumen produk ikan olahan, sedangkan kualitas yang diberikan oleh Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra” tergolong biasa-biasa saja. Berdasarkan hasil pada Diagram Kartesius, tidak ada atribut yang terdapat pada kuadran ini.
 4. **Kuadran D**, menunjukkan bahwa atribut yang berada pada kuadran ini dianggap kurang penting oleh konsumen, namun kualitas produk yang diberikan oleh Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra” berlebihan, meliputi: 1) nugget memiliki bentuk yang menarik yang dapat memengaruhi selera untuk disantap (X4); dan 2) ukuran dari masing-masing nugget yang pas untuk dikonsumsi (X5)

3.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan Diagram Kartesius dapat dilihat beberapa atribut produk olahan ikan yang telah dan dapat memberikan kepuasan kepada para konsumen. Apabila dihubungkan dengan ke sepuluh dimensi, yakni: rasa, tekstur, bentuk, ukuran, daya tahan, informasi produk, kemasan, dan informasi kadaluarsa yang digunakan dalam mengukur kesenjangan antara kualitas produk olahan ikan yang dirasakan dan kualitas produk olahan ikan yang diharapkan, maka hubungan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Variabel Rasa (X1) terhadap Variabel Kepuasan (Y)

Pengamatan berdasarkan Analisis Kepentingan-Kepuasan yang juga dapat dilihat pada Diagram Kartesius, menunjukkan bahwa atribut kualitas produk khususnya untuk Variabel Rasa (X1) berada pada kuadran B, yang bermakna bahwa telah terdapat kesesuaian antara apa yang diharapkan dan apa yang dirasakan oleh konsumen terhadap kualitas produk olahan ikan yang di produksi oleh Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra”.

Variabel Tekstur (X2) terhadap Variabel Kepuasan (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil Analisis Kepentingan- Kepuasan yang juga dapat dilihat pada Diagram Kartesius, menunjukkan bahwa atribut kualitas produk untuk Variabel Tekstur (X2) berada pada Kuadran B. Hal ini berarti bahwa telah terdapat kesesuaian antara apa yang diharapkan dan apa yang dirasakan oleh konsumen terhadap kualitas produk olahan ikan yang di produksi oleh Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra”.

Variabel Pelapis Produk (X3) terhadap Variabel Kepuasan (Y)

Penelitian menunjukkan bahwa dari hasil Analisis Kepentingan- Kepuasan yang juga dapat dilihat pada Diagram Kartesius, menunjukkan bahwa atribut kualitas produk untuk Variabel Pelapis Produk (X3) berada pada Kuadran A. Hal ini berarti bahwa menurut konsumen, nugget memiliki bahan pelapis yang baik merupakan faktor yang penting dan diharapkan, namun pihak Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra” belum mampu memberikan kualitas produk yang sesuai dengan yang diinginkan

Variabel Bentuk (X4) terhadap Variabel Kepuasan (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil Analisis Kepentingan-Kepuasan yang juga dapat dilihat pada Diagram Kartesius, menunjukkan bahwa atribut kualitas produk untuk Variabel Bentuk (X4) berada pada Kuadran D. Hal ini bermakna bahwa pihak Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra” telah memproduksi nugget yang memiliki bentuk yang menarik, sehingga dapat memengaruhi selera untuk disantap, namun dinilai kurang penting oleh konsumen, sehingga terkesan berlebihan.

Variabel Ukuran (X5) terhadap Variabel Kepuasan (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil Analisis Kepentingan- Kepuasan yang juga dapat dilihat pada Diagram Kartesius, menunjukkan bahwa atribut kualitas produk untuk Variabel Ukuran (X5) terletak pada Kuadran D. Hal ini berarti bahwa untuk atribut ukuran masing-masing nugget yang dihasilkan oleh Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra” telah sesuai atau pas untuk dikonsumsi, namun dinilai kurang penting oleh konsumen, sehingga terkesan berlebihan.

Variabel Daya Tahan (X6) terhadap Variabel Kepuasan (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil Analisis Kepentingan-Kepuasan yang juga dapat dilihat pada Diagram Kartesius, menunjukkan bahwa atribut kualitas produk untuk Variabel Daya Tahan (X6) terletak pada Kuadran B. Hal ini berarti bahwa untuk atribut nugget tahan lama serta memiliki umur simpan yang cukup lama sebagai persediaan untuk dikonsumsi merupakan hal yang sangat diharapkan oleh

konsumen untuk diperhatikan oleh Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra”. Kenyataannya atribut tersebut dirasakan sangat memuaskan oleh konsumen produk olahan ikan.

Variabel Informasi Produk (X7) terhadap Variabel Kepuasan (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil Analisis Kepentingan- Kepuasan yang juga dapat dilihat pada Diagram Kartesius, menunjukkan bahwa atribut kualitas produk untuk Variabel Informasi Produk (X7) terletak pada Kuadran A. Hal ini berarti bahwa untuk atribut informasi mengenai isi produknya, yakni kandungan atau komposisi isi bahan, berat, dan lain-lain, menurut konsumen merupakan faktor yang penting dan diharapkan, namun pihak Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra” belum mampu memberikan informasi yang sesuai dengan yang diinginkan.

Variabel Identitas Kemasan (X8) terhadap Variabel Kepuasan (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil Analisis Kepentingan- Kepuasan yang juga dapat dilihat pada Diagram Kartesius, menunjukkan bahwa atribut kualitas produk untuk Variabel Identitas Kemasan (X8) terletak pada Kuadran A. Hal ini berarti bahwa untuk atribut kemasan memiliki identitas pembuat produk nugget merupakan faktor yang penting dan diharapkan oleh konsumen, namun pihak Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra” belum mampu memberikan produk sesuai dengan diinginkan.

Variabel Kemasan (X9) terhadap Variabel Kepuasan (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil Analisis Kepentingan- Kepuasan yang juga dapat dilihat pada Diagram Kartesius, menunjukkan bahwa atribut kualitas produk untuk Variabel Kemasan (X9) terletak pada Kuadran B. Hal ini berarti bahwa untuk atribut kemasan yang dapat menjamin kebersihan produk (bentuk dan bahan kemasan) merupakan hal yang sangat diharapkan oleh konsumen untuk diperhatikan oleh Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra”. Kenyataannya, atribut tersebut dirasakan sangat memuaskan oleh konsumen.

Variabel Informasi Kadaluarsa (X10) terhadap Variabel Kepuasan (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil Analisis Kepentingan- Kepuasan yang juga dapat dilihat pada Diagram Kartesius, menunjukkan bahwa atribut kualitas produk untuk Variabel Informasi Kadaluarsa (X10) terletak pada Kuadran A. Hal ini berarti bahwa untuk atribut informasi tanggal kadaluarsa dinilai sebagai faktor penting oleh konsumen, namun pihak Kelompok Wanita Isteri Nelayan “Fatimah Azzahra” belum mampu memberikan produk yang sesuai dengan yang diinginkan konsumen.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasannya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) hasil analisis kesenjangan dan pemetaan dengan diagram kartesius menunjukkan bahwa atribut yang menjadi prioritas pertama untuk diperbaiki adalah informasi tanggal kadaluarsa, selanjutnya berturut-turut identitas pembuat produk, informasi mengenai isi produk, dan bahan pelapis produk
- 2) dari hasil pemetaan juga disimpulkan bahwa atribut produk yang perlu dipertahankan adalah rasa, tekstur, umur simpan produk, serta bahan kemasan.
- 3) kelompok wanita isteri nelayan “Fatimah Az-Zahra” membutuhkan keterampilan untuk menentukan masa kadaluarsa produk, pengetahuan untuk membuat kemasan yang informatif untuk dapat mendukung pemasarannya, dan kemampuan untuk memperbaiki pelapisan produk.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Nurul. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Produk Indomie (Studi Kasus Pada Masyarakat di Bekasi)*., Vol. 3, No. 2 Desember 2015.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. 14th edition. New York: Prentice Hall Publisher.
- Potter, N. Norman dan Hotchkiss, J.H. 2013. *Food Science. Fifth Edition*. New York: Springer Science and Business Media.
- Reynaldo, Yovan., dan Santoso, O. R. 2015. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan de'Excelso Surabaya Town Square. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, Vol. 2.
- Setiawan, Margaretha, F., dan Japarianto, Edwin. 2012. *Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1, No. 1.
- Susilowati, S, dan Osmond, J. 2013. *Pengaruh Persepsi Konsumen pada Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Loving Hut Surabaya. Jurnal Hospitality dan Manajemen*