

## ANALISIS TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA SEKOLAH VOKASI IPB TERHADAP PRODUK SUSU CIMORY

Wilman Aprilian Nurrahman<sup>1</sup>, Sartiva Dinda Kartika<sup>2</sup>, Cempaka Chandra Kirana<sup>3</sup>,  
Mochammad Rayhan Hardnur<sup>4</sup>, Andre Dwinando Oktafian<sup>5</sup>, Rasidin Karo Karo Sitepu<sup>6</sup>,  
Tasya Angelita<sup>7</sup>

[wilmanaprilian@apps.ipb.ac.id](mailto:wilmanaprilian@apps.ipb.ac.id)<sup>1</sup>, [1108dindasartiva@apps.ipb.ac.id](mailto:1108dindasartiva@apps.ipb.ac.id)<sup>2</sup>,  
[cempakachandrachandra@apps.ipb.ac.id](mailto:cempakachandrachandra@apps.ipb.ac.id)<sup>3</sup>, [rayhanmochammad@apps.ipb.ac.id](mailto:rayhanmochammad@apps.ipb.ac.id)<sup>4</sup>,  
[andredwinandooktafian@apps.ipb.ac.id](mailto:andredwinandooktafian@apps.ipb.ac.id)<sup>5</sup>, [rasidinkaro@apps.ipb.ac.id](mailto:rasidinkaro@apps.ipb.ac.id)<sup>6</sup>,  
[20angelitatasya@gmail.com](mailto:20angelitatasya@gmail.com)<sup>7</sup>

Institut Pertanian Bogor

### Abstrak

Kepuasan konsumen merujuk pada respons emosional konsumen, baik dalam bentuk kegembiraan maupun kekecewaan yang muncul ketika mereka membandingkan dan menilai produk tertentu sesuai dengan harapan mereka terhadap produk tersebut. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap berbagai atribut produk Susu Cimory. Penelitian terhadap 100 responden Mahasiswa Sekolah Vokasi IPB menunjukkan nilai yang valid dalam mengukur tingkat kepuasan terhadap produk Susu Cimory. Metode yang digunakan yaitu metode analisis IPA (Importance Performance Analysis). Hasil menunjukkan bahwa 100 responden yang menjawab di Sekolah Vokasi IPB memiliki tingkat kepentingan yang lebih tinggi daripada tingkat kinerja sehingga merasa kurang puas akan atribut yang diberikan oleh produk Susu Cimory.

**Kata Kunci:** Susu Cimory, Atribut, Kepuasan Konsumen

### Abstract

*Consumer satisfaction is a consumer's feeling, either in the form of pleasure or disappointment that arises from comparing and evaluating a product in relation to consumer expectations for that product. The aim of this research is to determine the level of consumer satisfaction with the attributes of Susu Cimory products. Research on 100 IPB Vocational School Student respondents showed valid values in measuring the level of satisfaction with Cimory Milk products. The method used is the IPA analysis method (Importance Performance Analysis). The results of the average level of importance are greater than the level of performance, so these results show that 100 respondents from IPB Vocational School students feel less satisfied with the attributes provided by Cimory Milk products.*

**Keywords:** Cimory Milk, Attributes, Customer Satisfaction.

### PENDAHULUAN

Cairan putih yang diperah dengan benar yang dihasilkan dari kelenjar susu mamalia betina, seperti sapi, kambing, domba, atau manusia, disebut susu. Tidak ada bahan tambahan atau pengurangan bahan lain di dalam susu, dan hanya pengampunan untuk memperpanjang masa simpannya. Masyarakat Indonesia sangat membutuhkan susu karena kandungan nutrisinya yang tinggi. Memenuhi kebutuhan nutrisi seseorang sangat bergantung pada susu dan produk olahannya, seperti yogurt dan keju. Selain itu, variasi produk susu yang semakin berkembang menciptakan pilihan yang beragam bagi konsumen.

Merujuk pada data Badan Pusat Statistik (BPS), produksi susu segar di Indonesia mencapai 968.980 ton pada 2022. Jumlah tersebut naik 2,38% dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 946.388 ton. Akan tetapi hal ini berbanding terbalik dengan data konsumsi susu yang tercatat di BPS yang menyatakan bahwa tingkat konsumsi susu di Indonesia masih rendah. Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik),

tingkat konsumsi susu masyarakat Indonesia tahun 2019 berkisar 16,23 kg/kapita/tahun setara susu segar (16,23 kg).

Indonesia memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan produktivitas susu segar melalui berbagai upaya. Dengan kekayaan alam yang berlimpah dan keanekaragaman budayanya yang luas, Indonesia memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan produktivitas susu segar. Susu segar adalah sumber nutrisi penting yang menjadi bagian penting dari pola makan sehari-hari masyarakat. Keanekaragaman sumber daya alam dan iklim yang mendukung pertanian merupakan salah satu potensi utama Indonesia untuk meningkatkan produktivitas susu segar. termasuk pengembangan teknologi pertanian yang inovatif, peningkatan kualitas nutrisi dan manajemen peternakan, serta penerapan praktik pertanian yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Produksi susu segar di Indonesia meningkat sebagian berkat inovasi teknologi pertanian. Pemilihan bibit unggul, pemeliharaan yang baik, dan penerapan teknologi dalam pembiakan dan proses pakan ternak dapat membantu meningkatkan produksi susu per sapi. Selain itu, peningkatan kualitas nutrisi dan manajemen peternakan, termasuk pemberian pakan yang berkualitas dan seimbang, pemantauan kesehatan ternak secara teratur, dan melakukan manajemen peternakan yang tepat, juga sangat penting untuk meningkatkan produktivitas susu segar. Beberapa wilayah di Indonesia memiliki tingkat produksi susu sapi perah tertinggi yaitu pada provinsi Jawa Timur tercatat sebesar 543.687,16ton pada tahun 2022 dan Jawa Barat sebesar 300.198,28ton pada tahun 2022 (Cesariana et al., 2022). Upaya peningkatan sapi perah di Indonesia harus dilakukan dengan sistem manajemen ternak yang baik, mulai dari pemilihan mutu genetik yang unggul serta peran teknologi yang lebih maju.

Selain sistem manajemen yang baik, peran pemerintah akan meningkatkan produktivitas susu segar di Indonesia harus dilakukan. Selain itu, pemerintah berusaha untuk meningkatkan produksi sapi perah melalui berbagai program dan dukungan terhadap pengembangan peternakan. Pemerintah berusaha untuk meningkatkan produksi melalui berbagai program dan dukungan untuk pengembangan peternakan sapi perah. Hal ini termasuk memberikan insentif keuangan untuk mendorong pertumbuhan sektor peternakan yang berkelanjutan, menyediakan infrastruktur yang memadai, memberikan pelatihan kepada peternak tentang praktik terbaik, dan mengembangkan teknologi baru. Akibatnya, pemerintah memainkan peran penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung dan mendorong perkembangan industri susu segar di Indonesia. Maka, diharapkan pihak swasta dan masyarakat peternak dapat mendukung pengembangan agribisnis peternakan dan mengadopsi sistem manajemen yang lebih efisien agar dapat bersaing di pasar internasional (Kementan, 2021). Untuk itu, peningkatan produksi sapi perah di Indonesia merupakan salah satu strategi dalam menciptakan produk susu segar yang lebih baik.

Tidak hanya upaya peningkatan pada budidaya sapi perah saja, tetapi perlu juga adanya peningkatan pada produk olahan susu sapi segar. Pengembangan produk olahan ini akan memberikan nilai tambah pada produk dan memberikan harga jual yang lebih baik. Beberapa produk olahan susu sapi segar di Indonesia diantaranya yogurt, keju, susu UHT, dan produk olahan lainnya. Salah satu daerah penghasil produk susu sapi segar di Jawa Barat yaitu di Cisarua Bogor yang memiliki susu segar yang diolah oleh PT Cisarua Mountain Dairy atau yang dikenal dengan Cimory. Perusahaan ini bertujuan untuk mengembangkan potensi susu segar yang dikembangkan oleh para peternak di sekitar Cisarua, Bogor.

Pentingnya konsumsi susu sebagai sumber gizi sehari-hari memiliki dampak yang signifikan dalam lingkungan akademis, terutama di kalangan mahasiswa. Selain meningkatkan daya tahan tubuh, meningkatkan perhatian dan fokus, dan mendukung perkembangan dan pertumbuhan yang optimal, konsumsi susu yang cukup membantu memenuhi kebutuhan nutrisi fisik dan mental untuk kesehatan. Memahami tingkat preferensi mahasiswa terhadap produk susu, khususnya produk Cimory dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis menjadi fokus utama dalam mendapatkan pemahaman mendalam mengenai kecenderungan konsumen di dalam lingkungan akademis tersebut. Selama dekade terakhir, pola konsumsi susu di kalangan mahasiswa mengalami perubahan yang mencolok.

Penelitian ini dilakukan di salah satu perguruan tinggi yang ada di kota Bogor yaitu Sekolah Vokasi IPB. Pengujian dilakukan pada produk susu segar Cimory untuk mengetahui nilai tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk yang dapat menjadi indikator untuk menilai kepuasan konsumen. Dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah, pengetahuan mengenai preferensi mahasiswa terhadap produk susu menjadi suatu keharusan untuk mengarahkan strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih efektif.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan di Sekolah Vokasi IPB, yang berlokasi di Kota Bogor, Jawa Barat. Metode deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Data primer adalah jenis data yang digunakan. Metode pengumpulan data primer dilakukan dengan meminta responden mengisi kuesioner dengan skala likert. Menurut (Ardhini, 2023), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena yang ada.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Sekolah Vokasi IPB Bogor. Sampel adalah wakil atau sebagian dari populasi yang memiliki sifat dan karakteristik yang sama bersifat representatif dan menggambarkan populasi sehingga dianggap dapat mewakili semua populasi yang diteliti (Riadi, 2020). Menurut Syamsir (2015) mengatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam sebuah penelitian adalah antara 30 - 500 orang. Metode pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah teknik non probability sampling, yang disebut purposive sampling. Ini mengacu pada pengambilan sampel yang dipilih secara khusus karena mereka memiliki karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian. Sampel terdiri dari 100 mahasiswa Sekolah Vokasi IPB yang telah mengkonsumsi produk Susu Cimory.

Parameter penilaian pada produk susu Cimory terdiri dari rasa, harga, warna, aroma, komposisi, kadaluarsa, kemasan, volume, promosi, dan ketersediaan produk. Analisis data menggunakan metode Importance- "Performance Analysis (IPA)" yaitu Analisis yang diterapkan bertujuan untuk menilai dan mengurutkan berbagai atribut, serta menemukan strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan. Atribut akan dinilai berdasarkan pentingnya (importance) dan kinerjanya (performance).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **a. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas menentukan apakah instrumen pengukuran benar-benar mengukur konstruk yang dimaksud atau hanya mengukur sesuatu yang berbeda. Uji validitas dilakukan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah informasi yang diperoleh dari penelitian itu benar. Uji validitas dilakukan pada responden sebanyak 100 mahasiswa Sekolah Vokasi IPB. Dalam proses ini, data-data tersebut dianalisis

menggunakan bantuan perangkat lunak Statistical Product and Services (SPSS) untuk menghitung dan mengevaluasi tingkat validitasnya. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Berikut hasil uji validitas yang tercantum pada Tabel 3:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

No	Atribut	r Tabel	Kinerja	Kepentingan	Keterangan
1	Rasa Susu Cimory	0,196	0,491	0,428	VALID
2	Volume Susu Cimory	0,196	0,446	0,567	VALID
3	Aroma produk	0,196	0,334	0,581	VALID
3	Aroma produk	0,196	0,334	0,581	VALID
4	Warna susu	0,196	0,460	0,458	VALID
5	Kandungan produk	0,196	0,562	0,590	VALID
No	Atribut	r Tabel	Kinerja	Kepentingan	Keterangan
6	Kemasan produk	0,196	0,465	0,719	VALID
7	Informasi kadaluarsa	0,196	0,355	0,499	VALID
8	Promosi	0,196	0,305	0,680	VALID
9	Ketersediaan produk	0,196	0,429	0,576	VALID
10	Harga produk	0,196	0,577	0,624	VALID

Sumber: Data primer diolah, 2024

Tabel 3 menunjukkan nilai  $r$  hitung pada keseluruhan atribut dari tingkat kepentingan dan kinerja didapatkan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Sehingga dapat dikatakan pertanyaan yang digunakan memiliki nilai yang valid sehingga dapat mengukur tingkat kepuasan pada atribut produk dalam penelitian ini.

Pada uji reliabilitas, dilakukan kepada 100 responden mahasiswa Sekolah Vokasi IPB. Penggunaan pertanyaan yang telah dikonfirmasi validitasnya dalam uji validitas akan dievaluasi untuk reliabilitasnya. Apabila nilai Cronbach's Alpha  $>$  0,6,

maka dapat dianggap reliabel. Hasil uji reliabilitas tercatat dalam Tabel 4 seperti yang disajikan di bawah ini.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha	N of Items
Kepentingan	0,746	10
Kinerja	0,501	10

Sumber: Data primer diolah, 2024

Hasil perhitungan uji reliabilitas metode Cronbach's Alpha ( $r$  hitung) dapat dilihat pada kolom Cronbach's Alpha, yaitu 0.746 pada tingkat kepentingan dan 0,501 pada tingkat kinerja 0,501. Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa nilai Cronbach Alpha variabel kepentingan  $> 0,6$  sedangkan kinerja  $> 0,6$ . Jadi, variabel penelitian tingkat kepentingan bersifat reliabel sedangkan kinerja tidak reliabel.

#### b. Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian dianalisis untuk mengurutkan atribut produk yang sedang diteliti dari peringkat terendah hingga tertinggi. Hal ini bertujuan untuk menentukan urutan prioritas dalam upaya meningkatkan Kuadran Analisis Importance-Performance. Tabel 5 Ini adalah hasil evaluasi tingkat kesesuaian, yang membandingkan antara kinerja dan kepentingan dari berbagai atribut.

Tabel 5. Tingkat Kesesuaian Kepentingan dan Kinerja Produk

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian %	Urutan Prioritas
1	Rasa Susu Cimory	86,60%	6
2	Volume Susu Cimory	83,47%	4
3	Aroma produk	83,43%	3
4	warna susu	86,26%	5
5	kandungan produk	95,70%	10
6	kemasan produk	90,23%	7
7	informasi kadaluarsa	95,64%	9
8	promosi	76,18%	1
9	ketersediaan produk	77,27%	2
10	harga produk	94,43%	8

Sumber: Data primer diolah, 2024

Dalam Tabel 5 terdapat tingkat kesesuaian yang didapatkan masih memiliki tingkat kesesuaian yang kurang dari 100% menunjukkan bahwa perlu dilakukan perbaikan karena tingkat kinerja belum melebihi atau sesuai

dengan tingkat kepentingan yang memiliki arti bahwa konsumen belum merasa puas dengan produk susu cimory.

Promosi, dengan tingkat kesesuaian 76,18%, merupakan atribut dengan prioritas tinggi di kolom urutan prioritas dan ketersediaan produk sebesar 77,27%, sehingga pihak Susu Cimory harus lebih meningkatkan dan memperbaiki promosi dan ketersediaan produk yang dilakukannya sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta dapat meningkatkan potensi penjualan produk. Sedangkan atribut dengan kesesuaian tertinggi antara tingkat kepentingan dan kinerja adalah informasi kadaluarsa 95,64% dan kandungan produk sebesar 95,70%, menunjukkan bahwa atribut ini telah memenuhi harapan konsumen.

### Importance-Performance Analysis (IPA)

Hasil perhitungan rata rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dapat dilihat seperti Tabel 6 berikut ini:

Tabel 6. Rata-Rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

No	Atribut	Rata-rata tingkat kepentingan	Rata-rata tingkat kinerja
1	Rasa Susu Cimory	3,73	3,23
2	Volume Susu Cimory	3,57	2,98
3	Aroma produk	3,62	3,02
4	Warna susu	3,13	2,7
5	Kandungan produk	3,72	3,56
6	Kemasan produk	3,48	3,14
7	Informasi kadaluarsa	3,9	3,73
8	Promosi	3,4	2,59
9	Ketersediaan produk	3,52	2,72
10	Harga produk	3,77	3,56
	<b>Total</b>	<b>35,84</b>	<b>31,23</b>
	<b>Rata-Rata</b>	<b>3,58</b>	<b>3,12</b>

### KESIMPULAN

Berdasarkan analisis terhadap hasil penelitian mengenai tingkat kepuasan mahasiswa Sekolah Vokasi IPB terhadap produk susu Cimory, beberapa poin penting dapat disimpulkan:

1. Dari 10 atribut yang dievaluasi, atribut dengan kesesuaian tertinggi antara tingkat kepentingan dan kinerja adalah informasi kadaluarsa (95,64%) dan kandungan produk (95,70%), menunjukkan bahwa atribut ini telah memenuhi harapan konsumen.
2. Atribut dengan tingkat kesesuaian terendah adalah promosi (76,18%) dan ketersediaan produk (77,27%), sehingga memerlukan perbaikan prioritas.

3. Berdasarkan diagram kartesius IPA, aroma produk masuk ke kuadran 1 (Concentrate Here) sehingga diperlukan peningkatan kinerja agar sesuai dengan tingkat kepentingannya.
4. Atribut rasa, kandungan, informasi kadaluarsa, dan harga masuk ke kuadran 2 (Keep Up the Good Work) sehingga kinerjanya perlu dipertahankan.
5. Secara umum, hasil penelitian memberikan masukan bagi produsen Cimory untuk meningkatkan kualitas produk dengan fokus pada atribut yang kurang memuaskan menurut konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Anggraeni, E. D., Hidayat, S. I., & Amir, I. T. (2021). Persepsi dan Minat Masyarakat Terhadap Konsumsi Susu. *Jurnal Social Economic of Agriculture*, 10(1), 41. <https://doi.org/10.26418/j.sea.v10i1.47753>
- Annur, C. M. (2023). Produksi Susu Segar menurut Provinsi (Ton), 2020-2022. In *Katadata* (pp. 9–10). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/06/terus-meningkat-produksi-susu-segar-indonesia-tembus-968-ribu-ton-pada-2022>
- Ardhini, Z. (2023). Pengertian Skala Likert, Metode, dan Contohnya untuk Penelitian. <https://www.detik.com/bali/berita/d-6607480/pengertian-skala-likert-metode-dan-contohnya-untuk-penelitian>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Chairy, S. P. D. (2019). Penilaian Konsumen Terhadap Produk Susu Cair Pada Susu Ultra Milk Dan Cimory. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(5), 1–8. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v2i5.4874>
- Indrajaya, D. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index pada UKM Gallery. *Jurnal IKRA-ITH Teknologi*, 2(3), 1–6.
- Ishak, A. (2009). Pentingnya Kepuasan Konsumen dan Implementasi Strategi Pemasarannya. *Jurnal Siasat Bisnis*, ed(khus1), 1–11. <https://doi.org/10.20885/jsb.ed.khus1.art1>
- Jazuli, M., Samanhudi, D., & Handoyo. (2020). Analisis kualitas pelayanan dengan SERVQUAL dan importance performance analysis di PT. XYZ. *Juminten: Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*, 1(1), 67–75. url: <http://juminten.upnjatim.ac.id/index.php/juminten>
- liputan6.com. (2021). Kementan Upayakan Peningkatan Produksi Susu Sapi Segar. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4495358/kementan-upayakan-peningkatan-produksi-susu-sapi-segar>
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Pratiwi, I. W., & Hendrawan, D. (2018). Implementasi Importance-Performance Analysis (IPA): Analisis Preferensi Konsumen Muda Mie Setan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 1–20.
- Rahma Dani, A., Krisbiantoro, D., & Azis, A. (2022). Evaluasi Kualitas Layanan Website SMA Negeri 1 Wangon Menggunakan Metode E- Govqual dan Importance Performance Analysis. *Jurnal Tekno Kompak*, 16(2), 151–162. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/teknokompak/article/view/1953>
- Rata-rata Pengeluaran Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Padi-Padian Per Kabupaten\_kota, 2021-2023. (n.d.).

- Riadi, M. (2020). Populasi dan Sampel Penelitian (Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan dan Rumus). <https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html>
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432-439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Wahyuni, N. (2014). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS. <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/#:~:text=Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner,mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.>