



Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

Analysis Of Consumer Satisfaction Of Nine Staples In The Teronge Market, Makassar City

Nuralya Muliani¹, Suardi Bakri², A. Susilawaty Hardiani³

^{1, 2, 3} Program Studi Agribisnis Universitas Islam Makassar, Jl. Perintis Kemerdekaan, Tamalanrea 90245, Makassar, Indonesia

*Email korespondensi: nuralyamuliani@gmail.com

ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan hal terpenting yang harus dicapai. Hal ini disebabkan apabila konsumen tidak puas maka tidak menutup kemungkinan konsumen tidak loyal, dengan adanya kondisi tersebut menuntut agar pihak pasar berusaha melakukan pengukuran kepuasan konsumennya untuk mengetahui secara detail variabel-variabel apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen tidak merasa puas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat perilaku konsumen dan tingkat kepuasan konsumen terhadap sembilan bahan pokok.

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Terong terletak di jalan Terong, Kelurahan Wajo Baru, Kecamatan Bontoala Kota Makassar pada bulan November-Desember 2022. Metode penelitian yang digunakan adalah *accidental sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 25 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara. Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah skala likert dan analisis *customer satisfaction index* (CSI).

Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya terdapat perbedaan tingkat kepuasan berdasarkan perilaku konsumen terhadap sembilan bahan pokok dihitung dari hasil skala likert menunjukan perilaku konsumen terhadap variabel aksesibilitas sebanyak 83,5% (sangat puas), variabel jenis barang sebanyak 69,6% (puas), variabel harga sebanyak 62,2% (puas), variabel kemasan produk sembako sebanyak 71,04% (puas) dan variabel terhadap kebersihan sebanyak 63% (puas). Berdasarkan hasil CSI presentase tingkat kepuasan sebanyak 71,05% berada pada kategori "puas". Terdapat perbedaan kepuasan konsumen sehingga para pedagang dan pihak pemerintah diharapkan lebih memperhatikan atribut-atribut yang diberikan kepada konsumen guna untuk memberikan nilai kepuasan tertinggi bagi konsumen.

Kata Kunci: Kepuasan, Konsumen, Pasar, Sembilan Bahan Pokok.

ABSTRACT

Consumer satisfaction is the most important thing to achieve. This is because if the consumer is dissatisfied, it does not rule out the possibility that the consumer is not loyal, with these conditions demanding that the market try to measure customer satisfaction to find out in detail what variables can influence consumers to be dissatisfied. This study aims to determine the level of consumer behavior and the level of consumer satisfaction with the nine basic ingredients.



Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

This research was conducted at the Terong Market located on Jalan Terong, Wajo Baru Village, Bontoala District, Makassar City in November-December 2022. The research method used was accidental sampling. Samples taken as many as 25 people. Data collection is done by interview. The analysis used in this research is the Likert scale and customer satisfaction index (CSI) analysis.

The results showed that there were differences in the level of satisfaction based on consumer behavior towards the nine staples calculated from the Likert scale results showing consumer behavior on the accessibility variable as much as 83.5% (very satisfied), the type of goods variable as much as 69.6% (satisfied), the price variable 62.2% (satisfied), 71.04% (satisfied) food product packaging variable and 63% (satisfied) cleanliness variable. Based on the results of CSI, the percentage of satisfaction level of 71.05% is in the "satisfied" category. There are differences in consumer satisfaction so that traders and the government are expected to pay more attention to the attributes given to consumers in order to provide the highest satisfaction value for consumers.

Keywords: *Satisfaction, Consumers, Markets, Nine Staples*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk adalah keseimbangan yang dinamis antara kekuatan-kekuatan yang menambah dan kekuatan-kekuatan yang mengurangi jumlah penduduk. Pertumbuhan penduduk akan menjadi beban pemerintah karena setiap jiwa membutuhkan kebutuhan hidup seperti sandang, pangan, penyediaan sarana dan prasarana sekolah serta lapangan kerja (Hamzah, 2020). Menurut (Maslow, 1954) manusia akan senantiasa memenuhi kebutuhan dasarnya secara berjenjang mulai dari kebutuhan yang bersifat fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan akan rasa memiliki-dimiliki dan cinta, kebutuhan akan penghargaan, hingga kebutuhan akan aktualisasi diri.

Bertambahnya jumlah penduduk maka akan secara otomatis akan terjadi peningkatan kebutuhan akan pangan. Kebutuhan pangan merupakan kebutuhan pokok bagi manusia. Sembako adalah singkatan dari sembilan bahan pokok yang terdiri atas berbagai bahan-bahan makanan dan minuman yang secara umum sangat dibutuhkan masyarakat Indonesia. Tanpa sembako kehidupan rakyat Indonesia bisa terganggu karena sembako merupakan kebutuhan pokok utama sehari-hari yang wajib ada dijual bebas di pasar (Vermila, 2019).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik pasar tradisional di Indonesia berjumlah 14.182 unit dan masih mendominasi dibandingkan toko modern sebanyak 1.131 unit maupun pusat perbelanjaan sebanyak 708 unit. Saat ini, persebaran pasar tradisional terbanyak terdapat di Jawa Timur (1.823 unit), Jawa Tengah (1.482 unit), dan Sulawesi Selatan (940 unit). Sedangkan daerah yang paling sedikit memiliki pasar tradisional adalah Kepulauan Bangka Belitung (54 unit), Kepulauan Riau (55 unit), dan Kalimantan Utara/Kaltara (57 unit). Pasar tradisional/pasar rakyat adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, BUMN dan BUMD termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli dagangan melalui tawar-menawar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian, kue-kue, dan lain-lain.

Pasar merupakan wadah kegiatan masyarakat dalam melakukan perdagangan. Hingga saat ini pasar

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

tradisional dianggap sebagai pondasi dasar perekonomian di setiap wilayah. Sesuai dengan misi nawacita, pasar tersebut merupakan cerminan dari ekonomi kerakyatan. Namun, adanya pertumbuhan pasar modern dan pusat perbelanjaan yang dikelola oleh sektor privat lambat laun menggerus eksistensi pasar tradisional. Pasar tradisional, yang saat ini disebut sebagai pasar rakyat merupakan wadah yang secara langsung dapat dimanfaatkan para petani/nelayan untuk menjual hasil bumi. Dengan demikian dapat memaksimalkan potensi wilayah terkait. Jika dibandingkan dengan pasar modern/pusat perbelanjaan, pasar tradisional memberikan ruang lebih untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dapat berkembang.

Selain itu bagaimana menjadikan pasar tradisional menjadi pasar yang nyaman untuk dikunjungi di masa yang akan datang merupakan salah satu target utama yaitu menjadikan setiap pasar yang dikelolanya menjadi tempat belanja utama yang aman, nyaman dan kebutuhan barang dan jasa yang lengkap, khas, segar, murah, dan bersaing. Sementara di lain pihak kebutuhan berbelanja masyarakat Kota Makassar juga semakin berkembang, yang menginginkan segi praktis dan nyaman adalah menjadi bahan pertimbangan, oleh sebab itu berbelanja di pasar tradisional menjadi alternatif pilihan bagi masyarakat.

Pasar ini terletak di Jl. Terong, Makassar, Sulawesi Selatan merupakan salah satu pusat sembako di Kota Makassar dan beradiah di tengah perkotaan yang letaknya strategis dan dapat di jangkau oleh masyarakat, yang mana pasar ini di juluki sebagai jantung penyebrangan bahan pokok ke Indonesia Timur karena ada 11 provinsi penghasil komoditas dan sekitar 1.138.202 rumah tangga petani di Sulawesi Selatan mengirim hasil pertaniannya ke pasar ini sehingga beragam pedagang telah meramaikan pasar ini sejak lama sehingga Pasar Terong terkenal sebagai pemasok sembilan bahan kebutuhan pokok, seperti beras, sayur-mayur, aneka jenis ikan, telur, buah-buahan dan lain-lain yang berasal dari berbagai daerah di Sulawesi Selatan. Sehingga penulis tertarik melakukan penelitian ini untuk melihat bagaimana tingkat kepuasan konsumen sembako di pasar Terong Kota Makassar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Terong Makassar. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (purposive) mengingat dan menimbang pasar tradisional ini salah satu pusat pasar sembako yang ada di Kota Makassar yang beralamat di Jl. Terong Makassar. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November-Desember 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja sembako di Pasar Terong berjumlah ≥ 100 responden. Sampel pada penelitian ini di tentukan dengan teknik *accidental sampling* yaitu konsumen dipilih secara kebetulan dengan mengambil sebesar 20-25% dari jumlah populasi, maka sampel pada penelitian ini sebanyak 25 responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder, baik yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif: data primer yaitu data yang diperoleh melalui penelitian di lapangan baik melalui wawancara maupun penyebaran kuesioner. Data primer tersebut terdiri dari :Karakteristik konsumen yaitu jenis kelamin, umur, pendidikan, pendapatan keluarga, pekerjaan, dan jumlah anggota keluarga, Perilaku konsumen terhadap produk sembako yang ada di pasar Terong, dan Kepuasan Konsumen yang terdiri dari aksesibilitas, harga, jenis, higienis, dan kemasan. Dan data sekunder adalah pengambilan sumber data yang tidak langsung di peroleh dari gambaran umum daerah penelitian dan instansi pemerintah.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif di sajikan dalam uraian atau deskriptif, sedangkan data kuantitatif akan disajikan dalam bentuk tabulasi. Perhitungan data dilakukan pada microsoft excel. Penelitian ini menggunakan alat analisis berupa *skala likert* dan metode indeks kepuasan pelanggan atau *costumer satisfaction index (CSI)*.

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

Analisis data dilakukan dengan cara membuat tabulasi distribusi responden darisetiap variabel yang diteliti untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap kepuasan konsumen dilihat dari perilaku konsumen di antaranya: aksesibilitas, harga, jenis, kemasan dan higienis yang diukur berdasarkan skala likert.

Tabel 1. Kriteria dan Skor Penilaian dengan skala likert

No	Kategori	Skor
1	Sangat Puas	5
2	Puas	4
3	Cukup Puas	3
4	Kurang puas	2
5	Tidak Puas	1

Sumber: Diadopsi dari (Ridwan, 2008)

Analisis sikap untuk masing-masingresponden yaitu jumlah pertanyaan 20 dengan total responden 25, skor tertinggi 5 dan skor terendah 1, maka besar kisaran perhitungan adalah dari total nilai pokok-pokok skala tersebut dikelompokkanmenjadi 5 kriteria intrepertasi skor.

Tabel 2. Kriteria Intrepertasi Skor

No	Presentase	Kriteria
1	Angka <20%	Tidak Puas
2	Angka 21% - 40%	Kurang puas
3	Angka 41% - 60%	Cukup Puas
4	Angka 61% - 80%	Puas
5	Angka 81% - 100%	Sangat Puas

Sumber: Diadopsi dari (Ridwan, 2008)

Untuk memberikan penilaian % pada konsumen yang dianalisis, menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase

n = Jumlah jawaban yang dipilih responden

N = Skor Ideal

Setelah data dianalisis secara kuantitatif, kemudian data dianalisis secara deskriptif, dibahas secara positifnya yaitu baik, negatifnya yaitu kekurangan, dan solusi yang diberikan. Kemudian menggambarkan jawaban yang ada dengan kalimat sesuai kategori yang ditentukan untuk memperoleh kesimpulan.

Customer satisfaction index (CSI) merupakan metode yang menggunakan indeks untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut-atribut tertentu. *Customer satisfaction index* (CSI) adalah analisis kuantitatif berupa persentase pelanggan yang senang dalam suatu survei kepuasan pelanggan. Dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Bentuk Customer Satisfaction Index

	Kepentingan (I)	Kepuasan (P)	Skor (S)
Atribut	Skala 1-5	Skala 1-5	(S) = (I) x (P)

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

.....

.....

Skor Total	Total (I) = (Y)	Total (S) = (T)
------------	-----------------	-----------------

Keterangan :

I = Kepentingan

P = Kepuasan

S = Skor

Y = Nilai total dari kolom harapan

T = Skor Total

CSI dihitung dengan rumus :

$$CSI = \frac{T}{5} \times 100\%$$

Keterangan :

T = Nilai Total dari CSI

5 = Nilai Maksimum pada skala pengukuran

Y = Nilai Total dari Kolom Harapan

Tabel 4. Kriteria Tingkat Kepuasan

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	≤34.99	Tidak Puas

Dari gambar di atas tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pengujung:

- a.) ≤0,34 tidak puas
- b.) 0,35-0,50 kurang puas
- c.) 0,51-0,65 cukup puas
- d.) 0,66-0,80 puas
- e.) 0,81- 1,00 sangat puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah konsumen yang melakukan transaksi di pasar Terong yang merupakan salah satu pasar yang setiap hari beroperasi. Responden yang melakukan transaksi di Pasar Terong di klasifikasikan berdasarkan: jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan status pekerjaan.

Tabel 5. Karakteristik Responden Sesuai Jenis Kelamin

Volume 1 Nomor 1, Juni Tahun 2023

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Perempuan	25	100,00
2	Laki-laki	-	-
Total		25	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dapat dilihat di atas konsumen yang memiliki tingkat presentase 100% dominan adalah perempuan dalam membeli kebutuhan sembilan bahan pokok, karena jenis kelamin berpengaruh dalam pengambilan keputusan untuk menentukan kepuasan konsumen yang di mana perempuan sangat responsif terhadap informasi dan lebih selektif dalam memilih produk dibanding laki-laki.

Tabel 6. Karakteristik Responden Sesuai Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	<39	10	40,00
2	40-60	14	56,00
3	>60	1	4,00
Total		25	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Usia responden pada penelitian adalah berkisar antara <39 hingga di atas 60 tahun. Hal tersebut menunjukkan keadaan responden yang melakukan transaksi di pasar dalam perspektif pengambilan keputusan dalam menentukan kepuasan konsumen sembilan bahan pokok produk pertanian yang akan dikonsumsi. Dari data di atas menunjukkan bahwa konsumen yang berumur kisaran 40-60 tahun untuk mengambil keputusan dalam peningkatan kepuasan konsumen untuk melakukan transaksi di pasar Terong. Usia sendiri memiliki pengaruh tersendiri pada konsumen dalam perspektif pengambilan keputusan kepuasan konsumen.

Tabel 7. Karakteristik Responden Sesuai Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SMA	20	80,00
2	Perguruan Tinggi	5	20,00
Total		25	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel 7 menunjukkan bahwa responden dalam perspektif pengambilan keputusan dalam peningkatan kepuasan konsumen, dapat dilihat responden yang membeli sembilan bahan pokok produk pertanian memiliki tingkat pendidikan terbesar yaitu SMA dengan nilai persentase 80%. Hal ini menunjukkan konsumen yang memiliki tingkat pendidikan SMA memiliki perspektif atau sudut pandang mengenai pengambilan keputusan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa memperhatikan atribut-atribut lainnya. Sedangkan pada tingkat pendidikan perguruan tinggi konsumen lebih selektif mengenai apa yang dikonsumsi.

Tabel 8. Karakteristik Responden dalam Pengambilan Keputusan Terhadap Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	IRT	15	60,00
2	PNS/TNI/POLRI	2	8,00
3	Wiraswasta	4	16,00

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

4	Pegawai swasta	3	12,00
5	Pelajar/Mahasiswa	1	4,00
Total		25	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Data responden pembelian sembilan bahan pokok di pasar Terong pada Tabel 8 menunjukkan data mengenai pekerjaan responden di mana jumlah responden yang berkerja sebagai IRT(Ibu rumah tangga) sebanyak 60%, Berdasarkan tabel di atas, jenis pekerjaan konsumen akan menjadi pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan pembelian dan pola konsumsi sehingga mempengaruhi prespektif kepuasan konsumen dalam pengambilan keputusan.

Tabel 9. Karakteristik Responden Sesuai Pendapatan

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase
1	< 500.000	1	4,00
2	500.000-2.000.000	7	28,00
3	>2.500.000	17	68,00
Total		25	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Data responden prespektif kepuasan konsumen berdasarkan pendapatannya dapat dilihat pada tabel 9 menunjukkan data mengenai pendapatan responden pembeli sembilan bahan pokok, di mana jumlah responden yang memiliki pendapatan Rp. >2.500.00 sebanyak 68%. Berdasarkan tabel di atas besarnya pendapatan konsumen akan menjadi pertimbangan dalam peningkatan kepuasan konsumen dalam pembelian dan pola konsumsi, sehingga mempengaruhi prespektif dalam peningkatan kepuasan konsumen.

PERILAKU KONSUMEN

Perilaku konsumen merupakan proses yang dilalui konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang di harapkan bisa memenuhi kebutuhan konsumen terutama dalam berbelanja sembako di Pasar Terong Kota Makassar. Di antaranya akses menuju pasar, kelengkapan jenis produk, harga, kemasan serta kebersihan. untuk melihat perilaku kepuasan konsumen menggunakan metode penelitian skala likert.

Perilaku konsumen terhadap aksesibilitas di Pasar Terong Makassar.

Tabel 10. Variabel Aksesibilitas di Pasar Terong

Pernyataan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Bobot	Rata-rata
Kondisi jalanan menuju pasar lebih mudah	1	-	-	-	4,2
	2	-	-	-	
	3	2	8%	6	
	4	16	64%	64	
	5	7	28%	35	
Jumlah		25	100%	105	
Apakah akses angkutan umum ini terjangkau oleh pasar	1				4,16
	2				
	3	4	16%	12	
	4	13	52%	52	
	5	8	32%	40	
Jumlah		25	100%	104	

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

Akses menuju pasar	1				
mempengaruhi minat anda	2				
di dalam berbelanja di	3	4	16%	12	4,16
pasar ini	4	13	52%	52	
	5	8	32%	40	
Jumlah		25	100%	104	
Total Rata- rata			12,52		
Interpretasi Skor			83,5%		

Dari hasil penelitian perilaku konsumen terhadap akses menuju Pasar Terong sebanyak 83,5% berada pada katagori sangat puas di karenakan Pasar Terong terletak di pusat kota sehingga banyaknya para pembeli berbelanja kebutuhan pokoknya pada Pasar Terong dan tranportasi akses menuju pasar lebih mudah di karenakan banyaknya angkutan umum dan jasa ojek baik dari tempat tinngal konsumen ataupun di sekitar pasar.

Perilaku konsumen terhadap jenis produk sembako di Pasar Terong Makassar.

Tabel 11. Variabel Jenis Produk Sembako di Pasar Terong

Pernyataan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Bobot	Rata-rata
Semua jenis sembako yang ada di pasar Terong sesuai dengan kebutuhan konsumen.	1	-	-	-	3,28
	2	2	8%	4	
	3	14	56%	42	
	4	9	36%	36	
	5	-	-	-	
Jumlah		25	100%	82	
Tersedia alternatif barang lain jika barang yang diinginkan tidak ada	1	-	-	-	3,44
	2	-	-	-	
	3	8	32%	24	
	4	15	60%	60	
	5	2	8%	40	
Jumlah		25	100%	86	
Kelengkapan jenis barang terutama sembako mempengaruhi minat anda di dalam berbelanja di pasar ini	1	-	-	-	3,52
	2	3	12%	6	
	3	7	28%	21	
	4	14	56%	56	
	5	1	4%	5	
Jumlah		25	100%	88	
Sembako yang tersedia di pasar Terong dapat diandalkan kualitasnya	1	-	-	-	3,68
	2	1	4%	2	
	3	11	44%	33	
	4	8	32%	32	
	5	5	20%	25	
Jumlah		25	100%	92	
Total Rata- rata			13,92		
Interpretasi Skor			69,6%		

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

Kelengkapan jenis barang kebutuhan pokok konsumen sembako sebanyak 69,6% berada pada kategori puas. Kelengkapan jenis barang di Pasar Terong dapat mempengaruhi pelaku konsumen dalam membeli kebutuhan pokoknya dan kelengkapan jenis barang yang di jual bisa meningkatkan jumlah konsumen yang datang berbelanja yang di mana kita ketahui Pasar Terong terkenal sebagai pemasok sembilan bahan kebutuhan pokok, yang berasal dari berbagai daerah di Sulawesi Selatan sehingga persediaan barangnya memadai, konsumen yang lambat datang berbelanja cepat kehabisan barang yang di butuhkan karena banyaknya para pedagang ecer membeli dan menjual kembali barang yang mereka beli di Pasar Terong meski demikian pasar harus memiliki persediaan yang baik agar barang yang di jual tidak akan kehabisan.

Perilaku konsumen terhadap harga sembako di Pasar Terong

Tabel 12. Variabel Harga di Pasar Terong

Pernyataan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Bobot	Rata-rata
Harga sembako cenderung murah dibanding tempat lain	1	-	-	-	3,52
	2	1	4%	2	
	3	9	36%	27	
	4	14	56%	56	
	5	1	4%	5	
Jumlah		25	100%	88	
Diskon (potongan harga) mempengaruhi minat anda di dalam berbelanja sembako di pasar Terong	1	-	-	-	3,375
	2	2	4%	2	
	3	11	44%	33	
	4	9	36%	36	
	5	2	8%	10	
Jumlah		24	92%	81	
Dapatnya menawar dan (potongan harga / harga grosir)	1	-	-	-	3,36
	2	2	8%	4	
	3	13	52%	39	
	4	9	36%	36	
	5	1	4%	5	
Jumlah		25	100%	84	
Harga mempengaruhi minat anda dalam berbelanja sembako	1	-	-	-	3,72
	2	3	12%	6	
	3	6	24%	18	
	4	11	44%	44	
	5	5	20%	25	
Jumlah		25	100%	93	
Total Rata- rata			13,84		
Interpretasi Skor			69,2%		

Harga yang ada di Pasar Terong selalu bisa di beli oleh konsumen, di karenakan barang-barang yang di jual adalah barang-barang kebutuhan sehari-hari. Tabel 12 juga memperjelas dengan data yang di dapat 62,2% responden merasa puas, di mana bisa di katakan harga yang ada di Pasar Terong cukup terjangkau di lihat dari banyaknya konsumen puas akan harga dan kualitas sembako yang di tawarkan, jadi pada umumnya harga barang yang ada di Pasar Terong ini bisa di beli oleh setiap konsumen yang berbelanja kebutuhan pokoknya di Pasar Terong.

Perilaku konsumen terhadap kemasan sembako di Pasar Terong Makassar.

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

Tabel.13 Variabel Kemasan Sembako di Pasar Terong

Pernyataan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Bobot	Rata-rata
Kemasan sembako masih menggunakan kemasan sederhana (Kresek, Botolan bekas dll.)	1 2 3 4 5	- - 13 8 4	- - 52% 32% 16%	- - 39 32 20	3,64
Jumlah		25	100%	91	
Kemasan sembako menarik dan ramah lingkungan	1 2 3 4 5	- 2 10 10 3	- 8% 40% 40% 12%	- 16 30 30 15	3,6
Jumlah		25	100%	90	
Kemasan sembako sudah terdapat label halal	1 2 3 4 5	- 2 13 7 3	- 8% 52% 28% 12%	- 4 39 28 15	3,44
Jumlah		25	100%	86	
Semua jenis sembako memiliki kemasan yang sesuai dengan standar sehingga produk lebih higienis	1 2 3 4 5	- 2 13 9 1	- 8% 52% 36% 4%	- 6 39 36 5	3,44
Jumlah		25	100%	86	
Kemasan mempengaruhi minat anda dalam berbelanja sembako di pasar Terong	1 2 3 4 5	- 2 9 10 4	- 8% 36% 40% 16%	- 4 27 40 20	3,64
Jumlah		25	100%	91	
Total Rata- rata			17,76		
Interpretasi Skor			71,04%		

Kemasan pada produk sembako masih terbilang sederhana di karenakan di Pasar Terong masih terbilang pasar tradisional yang menggunakan kemasan plastik yang sederhana tetapi konsumen tidak mempermsalahkan terbukti dari tabel di atas 71,04% konsumen merasa puas dan masih banyaknya konsumen berbelanja kebutuhan pokoknya pada Pasar Terong, tetapi masih banyak konsumen memperhatikan kemasan pada produk sembako karena kemasan dapat melindungi kualitas pada produk yang akan dikonsumsi.

Perilaku konsumen terhadap kebersihan/higienis sembako di Pasar Terong Makassar.

Tabel 14. Variabel Kebersihan/Higienis di Pasar Terong

Pernyataan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Bobot	Rata-rata
	1	-	-	-	3,44

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

	2	3	12%	6	
Kondisi pasar Terong terjaga akan kebersihannya	3	10	40%	30	
	4	10	40%	40	
	5	2	8%	10	
Jumlah		25	100%	86	
	1	-	-	-	
Terdapat bau tidak sedap pada pasar dan terhadap produk sembako	2	3	12%	6	3,2
	3	15	60%	45	
	4	6	24%	24	
	5	1	4%	5	
Jumlah		24	100%	80	
	1	-	-	-	
Semua produk sembako yang higienis dan terjamin kebersihannya	2	2	4%	4	3
	3	21	84%	63	
	4	2	8%	8	
	5				
Jumlah		25	100%	75	
	1	-	-	-	
Kebersihan pasar dapat mempengaruhi minat anda berbelanja sembako di pasar Terong	2	4	16%	8	2,96
	3	19	76%	57	
	4	2	8%	8	
	5				
Jumlah		25	100%	74	
Total Rata- rata			12,6		
Interpretasi Skor			63%		

Kebersihan pasar berpengaruh terhadap perilaku konsumen yang di mana dapat kita lihat pada tabel di atas sebanyak 63% konsumen cukup puas akan kebersihan pada Pasar Terong di karenakan kondisi pasar terjaga akan kebersihannya, bukan hanya itu konsumen cukup puas terhadap kebersihan produk sembako yang di tawarkan oleh pedagang, sehingga kebersihan pasar termasuk kriteria konsumen dalam membelanjakan kebutuhan pokoknya di Pasar Terong dan masih perlu kesadaran dalam menjaga kebersihan agar para pembeli dan para pedagang merasa nyaman dan puas akan kebersihan pasar ini.

CSI (Customer Satisfaction Index)

Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) dapat dilihat pada Tabel 8. Nilai CSI ini diperoleh dari pembagian antara nilai Weighted Total (WT) dengan skala maksimal yang digunakan dalam penelitian ini, ya itu 5 dan mengalikannya dengan 100%.

Tabel 15. Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI)

Atribut Terdiri dari:	Rata-rata Skor	Rata-rata Skor	Weighting Factor	Weighting Score
Aksebilitas, jenis produk, harga, kemasan dan kersihan	Kepentingan (MIS)	Kepuasan (MSS)	(WF=MIS/ΣMIS)	(WS=WF×MSS)
Jumlah	75,2	70,78		
Weighted Total (WT= ΣWS)				355,24

Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

Customer Satisfaction

Index (CSI)

$$(CSI = \frac{T}{5} \times 100\%)$$

$$CSI = \frac{355,24}{5} \times 100 = 71,05$$

Nilai Customer Satisfaction Index (CSI) terletak pada rentang 66-80.99% yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen pada kriteria “puas”. Akan tetapi, sebaiknya pihak pedagang harus terus melakukan perbaikan terhadap kualitas produk sembilan bahan pokok di Pasar Terong agar konsumen merasa sangat puas dengan kinerja produk secara keseluruhan. Hal ini disebabkan masih ada 28,95% konsumen yang belum puas. Oleh sebab itu, pihak pedagang dan pihak lainnya perlu melakukan perbaikan atribut-atribut guna meningkatkan kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian tentang Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok di Pasar Terong Makassar, Maka dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Prilaku konsumen dalam mengambil keputusan terhadap sembilan bahan pokok di hitung dari hasil skala likert dalam menentukan kepuasan konsumen di setiap variabel atribut perilaku konsumen diantaranya perilaku konsumen terhadap variabel aksesibilitas sebanyak 83,5% berada pada kategori “sangat puas”, variabel terhadap jenis barang berada di kategori “puas” sebanyak 69,6% konsumen puas, variabel harga sangat mempengaruhi pengambilan keputusan sebanyak 62,2% responden berada pada kategori “puas”, perilaku konsumen terhadap variabel kemasan produk sembako sebanyak 71,04% berada pada kategori “puas”, sedangkan variabel terhadap kebersihan berada pada kategori “puas” sebanyak 63%. Terdapat perbedaan dalam pengambilan keputusan kepuasan konsumen di lihat presentase perilaku konsumen setiap variabel-variabel perilaku konsumen.
2. Kepuasan konsumen dalam mengambil keputusan terhadap sembilan bahan pokok secara keseluruhan dapat dilihat dari hasil perhitungan CSI (Customer Satisfaction Index) yang dimana berada pada kategori puas. Yang mana pada kepuasan konsumen berada pada tingkat 71,05% di katagorikan “Puas”. Walaupun demikian, tingkat kepuasan pengunjung perlu terus di tingkatkan lagi hingga mendekati 100% agar semua atribut memberikan nilai kepuasan tertinggi bagi konsumen.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu:

1. Perilaku konsumen sangat mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga para pedagang dan pihak pemerintah harus lebih memperhatikan atribut-atribut pada produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen yang berbelanja sembako di Pasar Terong. Hal tersebut dikarenakan, perkembangan yang semakin pesat mempengaruhi persepsi konsumen.
2. Tingkat kepuasan konsumen masih dalam katagori “Puas” sehingga masih perlu meningkatkan atribut-atribut guna untuk memberikan nilai kepuasan tertinggi bagi konsumen. Namun Kualitas produk yang baik belum tentu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka demikian pihak Pasar Terong harus berupaya meningkatkan Kepuasan konsumen.



Nuralya Muliani et. al: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Terong Kota Makassar

DAFTAR PUSTAKA

- Ansori. (2015). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Arroisi, J., Ash-Shufi, C. G. F., & Fadhlil, F. D. (2022). Konsep Aktualisasi Diri Perspektif Barat dan Islam. *Zawiyah: Jurnal Pemikiran Islam*, 8(1), 1-17.
- Agung, O. M., & Negara, B. (2018). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja di Pasar Tradisional dan Modern di Kota Bandar Lampung (*Skripsi*).
- Andika, R., Kusnadi, E., & Wiryaningtyas, D. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Sembako Barokah di Besuki Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(2), 810-830.
- Ardyansyah, F. (2022). *Pengaruh kualitas layanan dan pemasaran Spiritual terhadap kepuasan pelanggan Dari berbagai toko sembako Di daerah desa subah* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Fitri, M., Jamalludin, J., & WM Vermila, C. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Sembako Pada Minimarket Juan di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi. *Optima*, 3(1). <https://doi.org/10.33366/optima.v3i1.1251>
- Fathimah, A. I., & Saepudin, S. (2022). Penerapan Data Mining Dengan Metode Apriori Pada Penjualan Sembako (Studi Kasus: Grosir Sembako Lina). *Jurnal Rekayasa Teknologi Nusa Putra*, 8(2), 123-131.
- Kolompoy, J. J., Masinambow, V. A., & Niode, A. O. (2022). Pengaruh Produk Domestik Regional Bruto dan Jumlah Penduduk Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 22(4).
- Shari, R. M., & Abubakar, J. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penduduk, Angka Partisipasi Sekolah dan Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada 5 Provinsi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 5(2), 20-32.
- Utomo, V. Y. (2022). Perancangan dan Perencanaan Pasar Tradisional Dengan Penataan Modern Menggunakan Konsep Arsitektur Tropis di Kecamatan Semarang Barat. *Jurnal Poster Pirata Syandana*, 3(2).
- Widyanthi, N. L. A. M. (2013). Analisis tingkat kepuasan konsumen pasar Agung Denpasar. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 108–126.