



Analisis Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Penerapan Keamanan Pangan di Toko Brownies Cinta

Analysis of The Level of Interest and Customer Satisfaction with The Implementation of Food Safety at Brownies Cinta Shop

Mellenia Putri Fiorentina* dan Achmad Ridwan Ariyantoro

Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret,
Jl. Ir Sutami no. 36 A, Kentingan, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia, 57126
*email: mellenia123@student.uns.ac.id

Diserahkan [29 Desember 2021]; Diterima [3 Agustus 2023]; Dipublikasi [29 Februari 2024]

ABSTRACT

This study aimed to determine the level of interest and consumer satisfaction with implementing food safety in Brownies Cinta Mojosoongo Urban Village, Surakarta. This quantitative descriptive study uses a sample of 100 Brownies Cinta customers who have visited Brownies Cinta twice. Data collection uses the survey method, and data analysis uses two analytical techniques: the CSI (Customer Satisfaction Index) method and the IPA (Importance Performance Analysis) method. The results showed that the order of importance of food safety indicators from the most important were buildings and facilities, production equipment, storage, production location/environment, process control, employee health and hygiene, water supply, hygiene facilities (hand washing), employee training, facilities hygiene (COVID protocol). The analysis results on the CSI method obtained a value of 84.54%, which means that consumers are satisfied with the food safety implementation carried out by Brownies Cinta Mojosoongo. The analysis using the IPA method shows that the food safety indicator that needs to be improved is the production location/environment.

Keywords: food safety; interests; satisfaction; consumers

ABSTRAK

Studi ini mempunyai tujuan guna mengidentifikasi tingkatan urgensi serta level kepuasan konsumen terhadap pelaksanaan keamanan pangan di Brownies Cinta Kelurahan Mojosoongo, Surakarta. Studi ini adalah studi *descriptive kuantitatif* melalui pemanfaatan sampel sejumlah 100 orang pelanggan Brownies Cinta yang telah berkunjung ke Brownies Cinta sebanyak 2 kali. Pengumpulan sampel memanfaatkan mode survei dan analisa informasi memanfaatkan dua teknik analisa yaitu menggunakan mode CSI (*Customer Satisfaction Index*) serta mode IPA (*Importance Performance Analysis*). Hasil riset memperlihatkan bahwasanya urutan kepentingan indikator keamanan pangan dari yang paling penting yaitu bangunan dan fasilitas, peralatan produksi, penyimpanan, lokasi/lingkungan produksi, pengendalian proses, kebersihan serta kesehatan pekerja, pasokan air, sarana dan prasarana kebersihan (cuci tangan), pelatihan pekerja, fasilitas higiene (prokes COVID). Hasil analisis pada metode CSI memperoleh nilai 84,54 % yang artinya pelanggan sudah merasa puas dengan pengaplikasian sekuritas pangan yang dilakukan oleh Brownies Cinta Mojosoongo. Pada analisis dengan metode IPA menunjukkan bahwa indikator keamanan pangan yang perlu ditingkatkan kinerjanya yaitu lokasi/lingkungan produksi.

Kata Kunci: keamanan pangan; kepentingan; kepuasan; konsumen

Saran sitasi: Fiorentina, M. P. and Ariyantoro, A. R. 2024. Analisis Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Penerapan Keamanan Pangan di Toko Brownies Cinta. *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*, 17(1), 49-58. <https://doi.org/10.20961/jthp.v17i1.72105>

PENDAHULUAN

Bisnis makanan adalah contoh bisnis yang memiliki banyak peminat serta terus bertumbuh sampai sekarang (Rawis *et al.*, 2016). Peluang pasar yang makin bertambah serta kompetisi yang kian sengit menyebabkan para pengusaha terus melakukan inovasi dan strategi. Salah satu industri makanan yang berkembang hingga saat ini yaitu industri roti.

Tingkat konsumsi roti pada tahun 2011 hingga 2015 di Indonesia cenderung meningkat dibandingkan dengan nasi dan mie. Tahun 2015 konsumsi nasi terdapat pengurangan dari 8.708 jadi 7.926 porsi. Rerata pengonsumsi roti ditahun 2015 terdapat kenaikan dari 29.044 potong menjadi 52.143 potong. Konsumsi ini terdiri dari roti manis, roti tawar, serta roti yang lain (BPS, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi roti di Indonesia meningkat.

Berbagai cara telah dilakukan oleh industri makanan baik skala besar maupun kecil. Mulai dari pengembangan produk baru, pengemasan yang menarik, diskon, iklan, dan sebagainya. Hal ini dilakukan untuk menarik para konsumen baru sekaligus mempertahankan niat beli para konsumen (Devi & Yasa, 2021). Para pengusaha juga disarankan untuk mengikuti trend masa kini agar mampu bertahan dalam segala kondisi. Selain itu, perusahaan juga harus sanggup melaksanakan bermacam metode supaya pelanggan merasa puas dan membeli produk yang dijual dan tertarik untuk membelinya kembali.

Kepuasan konsumen menjadi hal penting bagi perusahaan karena mampu meningkatkan daya saing perusahaan (Ilieska, 2013). Jika para konsumen telah mengalami kepuasan dengan berbagai layanan yang dilakukan oleh suatu instansi maka mereka akan melakukan transaksi kembali, sehingga akan terbentuk suatu kepercayaan pada konsumen. Terdapat berbagai macam metode dalam menganalisis kepuasan konsumen. Mode yang dimanfaatkan pada studi ini yakni metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) dan metode IPA (*Importance Performance*

Analysis). Metode CSI digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen secara garis besar sedangkan metode IPA menganalisis kepuasan konsumen lebih mendetail.

Konsumen akan mempertimbangkan keputusan dalam menentukan pilihannya, terutama dalam kebutuhan dan keinginannya, sehingga dapat memunculkan kepuasan dari individu pribadi. Keputusan seseorang dalam memilih sesuatu mendapat pengaruh dari nilai yang diberikan untuk mutu produk terkait. Hal ini tidak hanya mementingkan mutu layanan, serta perusahaan juga memperhatikan segi kualitas produknya. Kualitas suatu produk adalah gabungan karakteristik suatu barang dalam kapabilitasnya guna memenuhi keperluan yang digambarkan secara tersirat (Tjiptono & Chandra, 2016). Kualitas produk baik berbentuk produk maupun layanan mempunyai andil yang signifikan untuk mempengaruhi rasa puas pelanggan, retensi, loyalitas pelanggan, dan pangsa pasar. Mutu sebuah barang mempunyai relasi yang berkaitan dekat akan rasa puas konsumen.

Mutu produk merupakan contoh aspek yang krusial saat mendirikan usaha kuliner. Selain menambah keuntungan dalam hal finansial, kualitas produk juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen (Wulansari *et al.*, 2013). Kualitas produk tidak hanya ditinjau dari segi rasa, aroma, dan kenampakan yang menarik tetapi juga ditinjau dari pelaksanaan keamanan pangan yang diterapkan. Aspek terpenting yang bisa diperbuat guna mencegah berkurangnya suatu kualitas bahan pangan yakni dengan menerapkan pengelolaan sekuritas pangan. Salah satu pihak pengelola sekuritas pangan yaitu CPPOB (Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik).

Terdapat beberapa studi yang melakukan analisa mengenai rasa puas pelanggan terhadap kualitas makanan dan dilakukan di berbagai tempat diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Herfangsyah & Handoko (2015) dengan judul "Harapan dan Persepsi Konsumen

pada Penerapan Keamanan Pangan di Restoran Jamoo Hotel Shangri-La Surabaya”, penelitian yang dilakukan oleh Wulansari *et al.* (2013) dengan judul “Penyelenggaraan Makanan dan Tingkat Kepuasan Konsumen di Kantin Zea Mays Institut Pertanian Bogor”, penelitian yang dilakukan oleh Siaputra (2020) dengan judul “Bagaimana Keamanan Pangan, Kualitas Makanan dan Citra Merek Mempengaruhi Minat Berulang”, dan penelitian yang dilakukan oleh Indrawijaya (2012) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Roti Manis pada Industri Kecil di Kabupaten Sarolangun”.

Berdasarkan referensi tersebut, peneliti tertarik untuk mempelajari analisis kepuasan konsumen di tempat lain. Salah satu tempat yang akan peneliti teliti ialah Brownies Cinta. Brownies Cinta senantiasa berupaya agar senantiasa memberi mutu barang paling baik untuk penggunaannya. Salah satunya yaitu dengan menerapkan sistem keamanan pangan. Sistem ini dilaksanakan untuk menumbuhkan kepercayaan pada konsumen bahwa produk yang dihasilkan oleh Brownies Cinta aman untuk dimakan sebab sudah menjalani tahap pembuatan yang higienis. Konsumen dapat meninjau pelaksanaan keamanan pangan dari segi kebersihan tempat dan kebersihan karyawan. Suatu perusahaan telah mendapat kepercayaan dari konsumen maka akan timbul loyalitas pelanggan. Oleh sebab itu studi ini bertujuan guna mengidentifikasi tingkatan kepentingan serta rasa puas pelanggan atas pelaksanaan keamanan pangan di Brownies Cinta Kelurahan Mojosongo, Surakarta.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Studi ini merupakan studi deskriptif kuantitatif, yakni studi yang didalamnya mengandung data berupa angka. Penelitian kuantitatif umumnya menggunakan data yang dapat diukur untuk menghasilkan jumlah tertentu.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian dilakukan dengan metode survei secara online. Peneliti akan datang langsung menemui konsumen dan memberikan kuesioner online untuk diisi. Pengumpulan data dilakukan dengan memanfaatkan 2 sumber informasi yakni informasi/data primer serta sekunder. Informasi primer dikumpulkan melalui kuesioner yang berisi berbagai daftar pertanyaan. Data sekunder didapatkan dari buku, jurnal ilmiah, dan riset atau studi yang berhubungan dengan topik yang dipilih.

Metode Penarikan Sampel

Sampel yang dimanfaatkan pada studi ini yakni berjumlah 100 individu yang merupakan pelanggan Brownies Cinta. Penarikan sampel pada studi ini dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*, yakni metode pengumpulan sampel melalui pemanfaatan ketentuan-ketentuan spesifik pada suatu populasi berdasarkan penilaian peneliti. Adapun kriteria yang digunakan yaitu pelanggan brownies cinta berumur minimal 17 tahun, pernah membeli produk Brownies Cinta, dan minimal telah berkunjung ke Brownies Cinta sebanyak 2 kali.

Teknik Analisis Data

Informasi yang terkumpul selanjutnya di analisis secara kuantitatif yakni melalui pemanfaatan pengujian validitas, reabilitas, indeks kepuasan konsumen dan *importance performance analysis*. Indeks Kepuasan Konsumen adalah teknik analisis data dengan mengumpulkan informasi mengenai tingkat kepuasan konsumen yang melalui hasil pengukuran yang dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. Pengukuran ini dilakukan berdasarkan pendapat konsumen yang telah memperoleh suatu pelayanan dengan membandingkan antara harapan dan kenyataan (Buditjahjanto, 2020). Teknik *Importance Performance Analysis* digunakan guna melakukan penilaian tingkatan kepentingan serta performa kerja instansi selanjutnya skor rerata tingkatan kepentingan serta performa kerja

terkait dianalisa menggunakan *Importance-Performance Matrix*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Kriteria partisipan yang dibutuhkan pada studi ini yaitu responden yang pernah berkunjung ke Toko Brownies Cinta Mojosoongo minimal 2 kali. Hasil responden dibawah ini adalah ketentuan partisipan yang dipilih menjadi sampel pada studi ini:

Tabel 1 menunjukkan bahwa konsumen Brownies Cinta Mojosoongo sebagian besar adalah perempuan. Perempuan memiliki daya tarik dalam pembelian roti yang cukup tinggi (Indrawijaya, 2012). Menurut Tupamahu &

Hamka (2017), perempuan juga sangat menyukai berbelanja makanan dibanding dengan pria. Berdasarkan usia konsumen Brownies Cinta Mojosoongo sebagian besar adalah konsumen dengan rentang usia 17-25 tahun serta pada urutan kedua yaitu konsumen di umur 26-45 tahun. Rentang umur tersebut juga adalah konsumen yang menyukai makanan manis seperti roti sebagai penghilang stres (Suarya *et al.*, 2017). Fenomena tersebut memperlihatkan bahwasanya pelanggan berada dalam usia yang produktif, sehingga perusahaan dapat menyusun metode promosi yang sesuai agar bisa menarik para konsumen pada usia tersebut. Perusahaan akan mengetahui segmentasi pasar mereka, sehingga akan menentukan strategi promosi yang tepat (Wibowo *et al.*, 2015).

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	n	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	21	21%
	Perempuan	79	79%
Usia	17-25	46	46%
	26-45	37	37%
	46-65	17	17%
Pendidikan Terakhir	SMP	7	7%
	SMA/Sederajat	44	44%
	Sarjana/Diploma	49	49%
Pekerjaan	Pegawai swasta	31	31%
	Pelajar/Mahasiswa	28	28%
	Wiraswasta	19	19%
	Ibu rumah tangga	14	14%
	Guru	1	1%
	Bidan	1	1%
	PNS	3	3%
	Buruh	1	1%
	Freelance	1	1%
	Pensiunan	1	1%
Pendapatan	500.000 – 1.000.000	39	39%
	1.000.000 – 3.000.000	42	42%
	3.000.000 – 5.000.000	14	14%
	> 5.000.0000	5	5%

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa konsumen Brownies Cinta Mojosoongo mayoritas merupakan pelanggan dengan tingkatan edukasi terakhir adalah sarjana/diploma dan kemudian diikuti tingkat pendidikan terakhir adalah SMA/Sederajat. Semakin tinggi tingkat pendidikan maka pemahaman akan lingkungan sekitarnya akan meningkat. Pengetahuan yang dimiliki juga semakin luas, sehingga mereka dapat menentukan pilihan dengan lebih selektif dan terencana (Devita *et al.*, 2021). Berdasarkan ditinjau dari pekerjaan diketahui bahwa sebagian besar konsumen Brownies Cinta Mojosoongo berprofesi sebagai pegawai swasta. Pelajar/mahasiswa juga menjadi kelompok yang dominan setelah pegawai swasta. Hal ini dikaitkan dengan umur konsumen yaitu sebagian besar berusia 17-25. Usia pelajar dan mahasiswa juga berada pada rentang usia tersebut. Pekerjaan yang dilakukan seseorang akan mempengaruhi keputusan pembelian karena secara tidak langsung berhubungan dengan pendapatan mereka (Rose *et al.*, 2016). Pekerjaan menjadi semacam tolak ukur karena berhubungan dengan pendapatan yang mereka miliki. Pekerjaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian seseorang. Hal ini berpengaruh pada upah yang diberikan dapat mencukupi harga barang yang ditawarkan maka seseorang akan cenderung membeli barang tersebut (Umadji *et al.*, 2019).

Menurut informasi yang terdapat di Tabel 1, diidentifikasi bahwasanya mayoritas partisipan mempunyai penghasilan/uang saku setiap bulan sebesar 1.000.000 – 3.000.000. Responden yang memiliki pendapatan 500.000 – 1.000.000 juga menjadi mayoritas setelah rentang pendapatan 1.000.000 – 3.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Brownies Cinta Mojosoongo adalah konsumen dengan tingkat pendapatan menengah ke bawah. Secara keseluruhan harga yang ditawarkan oleh Brownies Cinta Mojosoongo sudah dapat

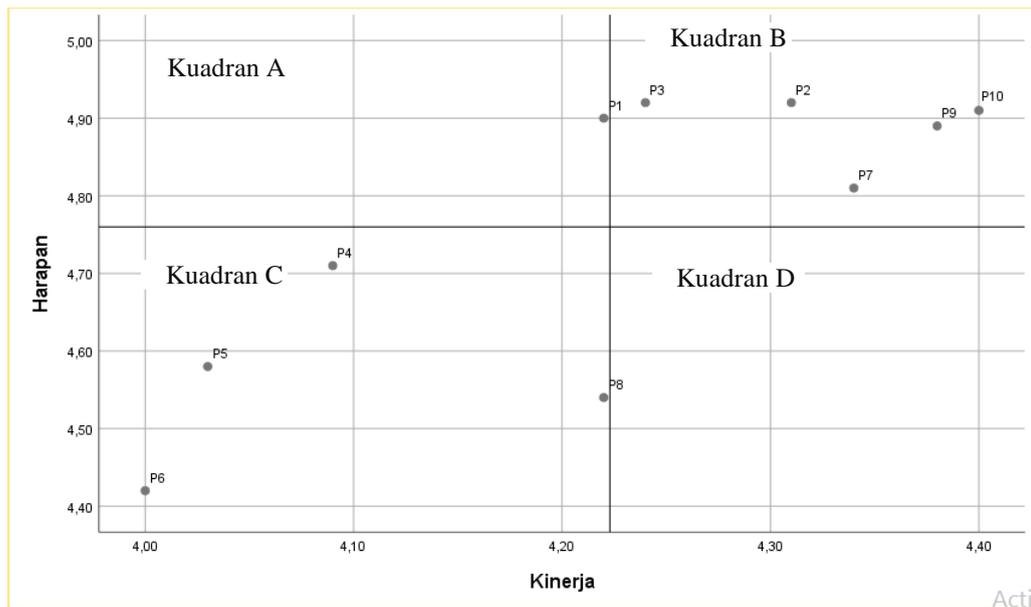
menjangkau konsumen dari berbagai kalangan baik dari tingkat menengah ke bawah maupun menengah ke atas. Pendapatan seseorang juga mempengaruhi keputusan pembelian karena dalam membeli suatu barang maka seseorang harus mengurangi sebagian pendapatannya untuk membeli produk tersebut.

Metode CSI (Customer Satisfaction Index)

Hasil analisa data menggunakan mode CSI (*Customer Satisfaction Index*) menunjukkan bahwa nilai CSI yang diperoleh adalah 84,54. nilai 84,54 % berada pada rentang 81%-100% sehingga secara garis besar menunjukkan bahwasanya pelanggan merasa sangat puas atas penerapan keamanan pangan yang dilakukan oleh Brownies Cinta Mojosoongo. Meskipun pelaksanaan keamanan pangan dinilai sangat puas oleh konsumen akan tetapi masih terdapat nilai sebesar 15,46 % yang perlu dicermati dan diperbaiki agar perusahaan dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk kedepannya. Nilai ini menjadi evaluasi untuk instansi upaya berikutnya bisa lebih maksimal lagi. Nilai 15,46 % diperoleh dari hasil pengurangan nilai maksimum CSI yaitu sebesar 100% dengan nilai yang didapat dari perhitungan CSI yaitu sebesar 84,54 %. Nilai ini menunjukkan bahwasanya masih ada banyak aspek yang wajib ditingkatkan supaya jalannya keamanan pangan di Brownies Cinta Mojosoongo bisa berjalan dengan maksimal.

Metode IPA (Importance Performance Analysis)

Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) merupakan metode yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menentukan kepuasan konsumen lebih spesifik. Penentuan puas tidaknya konsumen tergantung pada posisi atribut-atribut pada empat kuadran. Berikut hasil analisis dari *Importance Performance Analysis* Brownies Cinta Mojosoongo (Gambar 1).



Gambar 1. Diagram Kartesius *Importance Performance Analysis*

Keterangan : P1 Lokasi/Lingkungan Produksi

P2 Bangunan dan Fasilitas Karyawan

P3 Peralatan Produksi P8 Pelatihan karyawan P4 Suplai Air

P5 Fasilitas Higiene (cuci tangan)

P6 Fasilitas Higiene (prokes COVID) P7 Kesehatan dan Higiene

P8 Pelatihan karyawan P9 Pengendalian Proses P 10 Penyimpanan

Indikator yang terletak pada kuadran A memperlihatkan bahwasanya variabel tersebut dianggap memberikan pengaruh untuk rasa puas pelanggan tetapi belum bisa memenuhi harapan konsumen atau belum dilaksanakan secara maksimal oleh instansi. Aspek yang tercakup pada kuadran ini yakni variabel lokasi/lingkungan sekitar (Gambar 1). Kebersihan tempat menjadi hal yang penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Kondisi kebersihan menjadi suatu hal yang mudah bagi konsumen dalam melakukan penilaian karena mudah terlihat oleh konsumen (Siaputra, 2020). Kebersihan lingkungan Brownies Cinta Mojosoongo dirasa kurang oleh para konsumen. Kebersihan lingkungan meliputi lingkungan yang berada di luar toko Brownies Cinta Mojosoongo. Beberapa hal yang mungkin masih dirasa kurang oleh konsumen yaitu masih adanya sampah yang berserakan di luar toko Brownies Cinta Mojosoongo walaupun sudah dibersihkan oleh pegawai. Kondisi sampah didapatkan saat berkunjung konsumen melihat sampah yang masih menumpuk, sehingga mengganggu kenyamanan konsumen. Hal ini

bisa terjadi karena kelalaian pegawai atau petugas kebersihan. Namun secara keseluruhan Brownies Cinta Mojosoongo sudah menerapkan kebersihan lingkungan dengan mendirikan toko jauh dari pemukiman kumuh, bebas dari pencemaran, bebas dari semak belukar, lingkungan luar toko yang cukup bersih, dan tidak ada genangan air ketika hujan.

Indikator pada kuadran B memperlihatkan bahwa parameter tersebut dinilai signifikan dalam memberikan pengaruh terhadap rasa puas pelanggan dan sudah memenuhi harapan konsumen, sehingga atribut keamanan pangan tersebut bisa terus dipertahankan untuk meningkatkan pelaksanaan keamanan pangan di Brownies Cinta Mojosoongo (Gambar 1). Indikator yang berada pada kuadran B yaitu peralatan produksi, gedung serta fasilitasnya, kesehatan serta kebersihan pekerja, pengendalian proses, dan penyimpanan. Menurut pengamatan konsumen, kebersihan peralatan dan kebersihan ruangan di Brownies Cinta Mojosoongo sudah memenuhi harapan mereka. Pegawai selalu membersihkan

peralatan sebelum digunakan. Para pegawai juga secara rutin membersihkan ruangan saat sebelum toko buka dan sebelum toko tutup. Kebersihan karyawan juga tidak kalah penting dalam mempengaruhi rasa puas pelanggan. Ada berbagai aspek yang perlu menjadi perhatian karyawan ketika bersentuhan langsung dengan bahan pangan yaitu karyawan harus dalam keadaan sehat, menjaga kebersihan diri dengan senantiasa cuci tangan saat menyentuh bahan pangan, memakai pakaian yang bersih, dan mengenakan sarung tangan atau masker. Berdasarkan pengamatan konsumen, konsumen sudah merasa puas dengan pelaksanaan sanitasi karyawan Brownies Cinta Mojosoongo. Pelaksanaan sanitasi karyawan yang dilakukan oleh Brownies Cinta Mojosoongo yaitu dengan selalu memakai pakaian yang bersih, memakai masker dan sarung tangan ketika bekerja.

Keamanan bahan pangan dan keamanan kemasan menjadi bagian dari indikator pengendalian proses (Gambar 1). Keamanan kemasan juga penting dalam menjaga keamanan bahan pangan. Para produsen mengemas makanan mereka untuk menghindari kontaminasi tersebut. Penggunaan kemasan harus disesuaikan dengan bahan pangan yang dikemas agar kemasan dapat bekerja dengan maksimal dalam melindungi suatu produk makanan. Menurut penilaian konsumen, pelaksanaan keamanan pangan dan keamanan kemasan Brownies Cinta Mojosoongo sudah sesuai harapan. Pihak Brownies Cinta Mojosoongo telah mengupayakan beberapa cara agar produk tidak terkontaminasi. Hal ini dimulai dari selalu mengontrol proses pembuatan brownies hingga brownies sampai ke tangan konsumen. Produk saat diletakkan pada etalase toko, pegawai juga selalu mengawasi apakah brownies berjamur atau tidak. Produk saat ditemukan berjamur, maka segera dipisahkan dari yang lain. Namun ketika produk belum berjamur tetapi sudah melewati tanggal kadaluarsa, biasanya akan diolah kembali menjadi produk lain seperti brownies kering dan puding. Kemasan Brownies Cinta juga sudah cukup

melindungi produk yang ada di dalamnya serta terdapat lapisan anti minyak. Desain kardus cukup menarik dengan ciri khas warna kuning dan coklat. Pada bagian luar kemasan terdapat tanggal kadaluarsa, komposisi bahan, informasi nilai gizi, dan juga mencantumkan logo sertifikasi keamanan pangan dan halal untuk meyakinkan para konsumen bahwa roti Brownies Cinta aman untuk dikonsumsi.

Kebersihan tempat penyimpanan dianggap penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Makanan harus disimpan menyesuaikan dengan sifat produk pangan yang akan disimpan. Roti brownies cinta dapat bertahan di *temperature* ruangan sepanjang 3 hari serta di dalam kulkas sepanjang kurang lebih seminggu. Ada tiga jenis produk Brownies Cinta yang diletakkan pada tempat penyimpanan yang berbeda. Roti brownies diletakkan pada etalase toko dengan kaca bening, produk oleh-oleh makanan Solo diletakkan pada rak, sehingga makanan terlihat berjajar. Makanan atau minuman yang cepat mengalami penurunan kualitas diletakkan pada lemari pendingin misalnya susu, puding, dan *dessert*.

Indikator yang ada pada kuadran C memiliki prioritas rendah untuk diperbaiki sebab menurut konsumen, indikator ini tidak terlalu penting dan kinerjanya hanya biasa atau dinilai kurang oleh para konsumen (Gambar 1). Indikator yang masuk dalam kuadran ini yaitu suplai air, fasilitas hygiene, dan pelatihan karyawan. Suplai air yang berada di Brownies Cinta Mojosoongo adalah suplai air yang berasal dari fasilitas cuci tangan. Menurut konsumen, kebersihan fasilitas cuci tangan tidak terlalu penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen tetapi kebersihan fasilitas cuci tangan dianggap penting jika dibandingkan dengan tiga indikator lainnya yang berada di kuadran C. Air yang bersih merupakan air yang tidak mempunyai warna, bau, rasa, dan tidak memiliki kandungan bahan yang berbahaya (Limantara & Soetopo, 2020). Walaupun hanya digunakan sebagai cuci tangan, air yang disediakan harus tetap

bersih agar dapat menghilangkan kotoran atau debu yang menempel pada tangan.

Fasilitas hygiene merupakan segala fasilitas yang digunakan dalam mengendalikan adanya kontaminasi akan bahan pangan baik yang bersumber dari manusia, peralatan, dan tempat (Prasetya, 2012). Brownies Cinta Mojosoongo kemudian melaksanakan aturan tersebut dengan menyediakan fasilitas cuci tangan, *hand sinitizer*, masker, dan sekat pembatas COVID untuk mencegah penularan dan sampai saat ini peraturan tetap berlaku karena virus COVID masih belum musnah. Menurut pendapat konsumen, indikator ini tidak terlalu penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan karena fasilitas ini muncul dikarenakan aturan yang ada, sehingga jika aturan ini sudah tidak berlaku lagi maka fasilitas hygiene yang ada juga tidak akan disediakan lagi. Hal ini mengingatkan bahwa Brownies Cinta Mojosoongo adalah toko yang mayoritas didatangi oleh konsumen dengan mobilitas cepat. Konsumen akan datang, membeli produk, kemudian pergi sehingga fasilitas cuci tangan tidak begitu diperlukan.

Indikator terakhir yang berada pada kuadran C adalah pelatihan karyawan. Pelatihan karyawan dianggap tidak penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dan dalam pelaksanaannya masih kurang, sehingga konsumen merasa masih kurang puas. Pelatihan karyawan yang dimaksud adalah penerapan dari anjuran perusahaan tentang peraturan COVID-19 yaitu jaga jarak dan penggunaan masker pada karyawan. Para konsumen menganggap bahwa pelaksanaan ini tidak penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dan penerapan yang dilakukan oleh para karyawan masih kurang. Konsumen berkunjung mereka melihat beberapa karyawan yang kurang menjaga jarak dan masih melepas masker selama masa pandemi masing berlangsung.

Pada kuadran D atribut dinilai tidak signifikan bagi pelanggan tetapi performa kerja yang dilakukan berlebihan. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa

atribut pelaksanaan keamanan pangan di Brownies Cinta Mojosoongo tidak ada yang masuk ke dalam bagian kuadran ini, sehingga tidak ada satupun atribut yang dianggap konsumen dilaksanakan secara berlebihan.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil dan penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap pelaksanaan keamanan pangan di Brownies Cinta Mojosoongo menunjukkan tingkat yang berbeda-beda. Urutan dari yang paling penting yaitu bangunan dan fasilitas, peralatan produksi, penyimpanan, lokasi/lingkungan produksi, pengendalian proses, kesehatan serta kebersihan pekerja, pasokan air, sarana prasarana hygiene (cuci tangan), training pekerja, fasilitas hygiene (prokes COVID). Hasil analisis menggunakan metode CSI memperoleh nilai 84,54% yang artinya pengguna sudah merasa puas dengan pelaksanaan pengaplikasian sekuritas pangan yang dilakukan oleh Brownies Cinta Mojosoongo. Pada analisis dengan metode IPA menunjukkan bahwa indikator pada kuadran A yang perlu ditingkatkan kinerjanya yaitu lokasi/lingkungan produksi. Indikator pada kuadran B perlu dipertahankan yaitu peralatan produksi, gedung serta fasilitas, kesehatan serta higienitas pegawai, pengendalian proses, dan penyimpanan. Indikator pada kuadran C yaitu suplai air, fasilitas hygiene, dan pelatihan karyawan menjadi prioritas rendah untuk diperbaiki terlebih dahulu karena konsumen menganggap bahwa indikator tersebut tidak terlalu penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Pada kuadran D tidak ada satupun indikator yang masuk dalam kuadran ini, sehingga konsumen menganggap bahwa tidak ada indikator keamanan pangan yang dilakukan secara berlebihan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih peneliti ucapkan kepada pihak yang telah membantu dalam

pengerjaan penelitian ini khususnya kepada Bapak Achmad Ridwan Ariyantoro., S. T. P., M.Sc., Ph.D. selaku dosen pembimbing utama. Terima kasih atas bimbingan dan waktunya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Buditjahjanto, I. G. P. A. (2020). Customer Satisfaction Analysis Based On SERVQUAL Method to Determine Service Level of Academic Information Systems on Higher Education. *Khazanah Informatika*, 6(2), 100–108. <https://doi.org/10.23917/khif.v6i2.10690>
- Devi, A. A. D. T., and Yasa, N. N. K. (2021). The Role of Customer Satisfaction in Mediating the Influence of Service Quality And Perceived Value on Brand Loyalty. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 8(3), 315-328. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v8n3.1786>
- Devita, R., Sayekti, W. D., dan Adawiyah, R. (2021). Sikap dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pembelian Konsumen Terhadap Roti Kamura Bakery di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 9(3), 485–492. Retrieved from <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5341/pdf>
- Herfangsyah, dan Handoko. (2015). Harapan dan Persepsi Konsumen pada Penerapan Keamanan Pangan di Restoran Jamoo Hotel Shangri-La Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(2), 1–12. Retrieved from <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/3437/0>
- Ilieska, K. (2013). Customer Satisfaction Index-as a Base for Strategic Marketing Management. *TEM Journal*, 2(4), 327–331. Retrieved from <https://www.temjournal.com/archives/vol2no4.html> or https://www.academia.edu/5306241/Customer_Satisfaction
- Indrawijaya, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Roti Manis pada Industri Kecil di Kabupaten Sarolangun. *Jurnal Menkeu*, 1(3), 193–208. <https://doi.org/10.22437/jmk.v1i3.1837>
- Limantara, L. M., & Soetopo, W. (2020). *Manajemen Air (Water Management)*. Andi (IKAPI). Retrieved from https://books.google.co.id/books/about/Manajemen_Air_Water_Management.html?id=0xQQEAAAQBAJ&redir_esc=y
- Prasetya, E. (2012). Hygiene dan Fasilitas Sanitasi Rumah Makan di Wilayah Kota Gorontalo. *Jurnal Saintek*, 6(5), 1–9. Retrieved from <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/ST/article/view/1138>
- Rawis, J. E. O., Panelewen, V. V. J., dan Mirah, A. D. (2016). Analisis Keuntungan Usaha Kecil Kuliner dalam Upaya Pengembangan UMKM di Kota Manado (Studi Kasus Usaha Katering Miracle Ranotana Weru). *Emba*, 4(2), 106–119. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/12527>
- Rose, F. D., Zariyawati, Norazlina, Annuar, and Manisah. (2016). Consumers' Purchasing Decision towards Food Product of Small and Medium Enterprises. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 836–842. Retrieved from <https://www.econjournals.com/index.php/irmm/article/view/3143>
- Siaputra, S. (2020). Bagaimana Keamanan Pangan, Kualitas Makanan dan Citra Merek Mempengaruhi Minat

- Berulang. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(2), 79–87. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.2.79-87>
- Suarya, L. M. K. S., Rustika, I. M., dan Astuti, D. P. (2017). *Psikologi Nutrisi*. Universitas Udayana. Retrieved from https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_education_1_dir/1f88d468d269c4fa7e0d559333796dc9.pdf
- Tjiptono, F., and Chandra, G. (2016). *Service, Quality and Satisfaction (4th ed.)*. Retrieved from <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1161367>
- Tupamahu, Y. M., dan Hamka. (2017). Analisis Kepuasan Konsumen Roti (Studi Kasus Pada Golden Bakery di Ternate). *Jurnal Ilmiah Agribisnis Dan Perikanan*, 10(1), 1–9. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/346707411_ANALISIS_KEPUASAN_KONSUMEN_ROTI_STUDI_KASUS_PADA_GOLDEN_BAKERY_DI_TERNATE
- Umadji, N., Lopian, J., dan Jorie, R. J. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Roti di Bread Factory. *Jurnal Emba*, 7(4), 6086–6095. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/26674>
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., dan Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Di Jeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1172>
- Wulansari, A., Setiawan, B., dan Sinaga, T. (2013). Penyelenggaraan Makanan dan Tingkat Kepuasan Konsumen di Kantin Zea Mays Institut Pertanian Bogor. *Jurnal Gizi Dan Pangan*, 8(2), 151–158. <https://doi.org/10.25182/jgp.2013.8.2.151-158>