

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis mengenai tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen pada produk Abon Lele Marisa dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI), dapat diperoleh kesimpulan, antara lain:

1. Hasil analisis CSI mendapatkan nilai indeks kepuasan sebesar 81,33% yang berada dalam kategori ‘sangat puas’. Kemudian atribut yang memiliki tingkat kepuasan konsumen tertinggi pada tiap parameter antara lain, yaitu atribut tidak adanya minyak yang tersisa pada abon lele (4,49), kemudahan membuka dan menutup kemasan (4,38) dan kemudahan mendapatkan produk secara langsung di rumah produksi (4,27) dan atribut yang memiliki tingkat kepentingan konsumen tertinggi pada tiap parameter antara lain, yaitu tidak adanya bau tengik pada abon lele (4,68), kelengkapan informasi pada kemasan (4,5) dan adanya promosi melalui media online (4,58).
2. Berdasarkan matriks IPA, atribut yang direkomendasikan untuk diperbaiki pada produk Abon Lele Marisa meliputi tekstur renyah abon lele, kesesuaian kemasan dengan isi (tidak ada bagian yang kosong/lowong), adanya promosi melalui media *online* (internet, media sosial, dan sejenisnya), dan pemberian diskon untuk pembelian jumlah banyak.
3. Strategi yang direkomendasikan untuk perbaikan produk Abon Lele Marisa, antara lain: melakukan pelatihan khusus bagi karyawan, melakukan pembelian alat pengukur suhu (termometer), perbaruan standar suhu penggorengan, perbaikan pada alat *spinner* yang mengalami kerusakan dan membuat SOP mengenai perawatan alat *spinner*, membuat SOP pemakaian minyak goreng, melakukan riset ukuran kemasan, perbaikan ukuran kemasan, membuat SOP mengenai standar ukuran hasil penyuiran daging, membeli mesin penyuir daging, melakukan kontrol secara rutin setiap seminggu sekali pada timbangan

dan wajib mematuhi SOP yang berlaku, merekrut pegawai *freelance* khusus bidang promosi, pemilik usaha dan karyawan mengikuti pelatihan penggunaan media sosial, optimalisasi pengelolaan akun media sosial, melakukan perencanaan promosi dengan melakukan riset *benchmarking*, melakukan kegiatan membuat konten promosi yang dibantu oleh peserta PKL atau magang, melakukan riset dan perencanaan kembali mengenai strategi diskon, memperbaiki komunikasi antara pemilik usaha dengan *reseller*, membuat kebijakan yang jelas atau membuat aturan baru mengenai pemberian diskon, dan melakukan analisis dan *benchmarking* mengenai kebijakan diskon yang ada di pesaing atau kompetitor.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan uraian pembahasan, perlu dilakukan perbaikan produk oleh pemilik Abon Lele Marisa sesuai dengan rekomendasi strategi perbaikan produk yang dirumuskan pada penelitian ini. Penerapan rekomendasi strategi perbaikan dapat dilakukan sesuai kemampuan sumber daya yang dimiliki produsen dengan mempertimbangkan urutan atribut prioritas perbaikan produk. Setelah itu, dapat dilakukan penelitian lanjutan mengenai penerapan strategi perbaikan produk yang telah dirumuskan tersebut.