

**SKRIPSI**

**KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS SAPI QURBAN  
DAN KUALITAS PELAYANAN DI MAIWA BREEDING CENTER  
KOTA MAKASSAR**

**Disusun dan diajukan oleh**

**SUKMA DWI WULANDARI  
I011 18 1400**



**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN  
FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2023**

**KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS SAPI QURBAN  
DAN KUALITAS PELAYANAN DI MAIWA BREEDING CENTER  
KOTA MAKASSAR**

**SKRIPSI**

**SUKMA DWI WULANDARI  
I011 18 1400**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Peternakan Pada Fakultas Peternakan  
Universitas Hasanuddin

**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN  
FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2023**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS SAPI QURBAN DAN KUALITAS PELAYANAN DI MAIWA BREEDING CENTER KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh

**SUKMA DWI WULANDARI**  
**I011 18 1400**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka  
Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Peternakan  
Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin  
Pada tanggal 06 Juni 2023  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

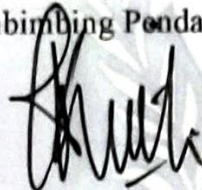
Menyetujui

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Palmarudi M. SU  
NIP. 19601222 199103 1 002

Pembimbing Pendamping



Dr. Ir. Kasmiyati Kasim, S. Pt., M. Si  
NIP. 19730719 200604 2 012

Plt. Ketua Program Studi Peternakan



Dr. Ir. Hikmah M. Ali, S.Pt., M.Si., IPU., ASEAN Eng  
NIP. 19710819 199802 1 005

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sukma Dwi Wulandari

NIM : 1011 18 1400

Program Studi : Peternakan

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul **Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Sapi Qurban Dan Kualitas Pelayanan Di Maiwa Breeding Center Kota Makassar** adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, Juni 2023

Yang Menyatakan

  
(Sukma Dwi Wulandari)

**Sukma Dwi Wulandari<sup>1</sup>, Palmarudi<sup>2</sup>, Kasmiyati Kasim<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin

<sup>2</sup> Dosen Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin

Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin  
Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 10, Makassar, Sulawesi Selatan Telp.  
082296028658, Kode Pos : 90245  
E-mail : [sukmadwiwulandari28@gmail.com](mailto:sukmadwiwulandari28@gmail.com)

### **ABSTRAK**

**Sukma Dwi Wulandari (I011181400).** Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Sapi Qurban Dan Kualitas Pelayanan Di Maiwa Breeding Center Kota Makassar di bawah bimbingan **Palmarudi M** Selaku Pembimbing Utama Dan **Kasmiyati Kasim** Selaku Pembimbing Anggota.

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas sapi qurban dan kualitas pelayanan di maiwa breeding center kota Makassar. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember sampai Maret tahun 2023. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu studi lapangan yang terdiri dari observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis IPA dan CSI. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas sapi qurban di Maiwa Breeding Center dikategorikan sangat memuaskan. Pada kepuasan pelanggan terhadap kualitas Pelayanan di Maiwa Breeding Center dapat dikategorikan sangat memuaskan walaupun terdapat atribut yang menjadi prioritas utama untuk di perbaiki yaitu kemampuan karyawan Maiwa Breeding Center (MBC) dalam memberikan informasi atau penjelasan kepada pelanggan.

***Kata kunci*** : *Kepuasan pelanggan, kualitas sapi, kualitas pelayanan, sapi qurban*

**CUSTOMER SATISFACTION ON THE QUALITY OF QURBAN BEEF AND  
THE QUALITY OF SERVICE AT MAIWA BREEDING CENTER  
MAKASSAR CITY**

**Sukma Dwi Wulandari<sup>1</sup> , Palmarudi<sup>2</sup> , Kasmiyati Kasim<sup>2</sup>** <sup>1</sup> *Student of Animal Science Faculty Hasanuddin University* <sup>2</sup> *Lecturer of Animal Science Faculty Hasanuddin University*

*Animal Science Faculty Hasanuddin University  
St. Perintis Kemerdekaan Km. 10, Makassar, South Sulawesi  
Telp. 082296028658, Kode Pos : 90245  
E-mail : [sukmadwiwulandari28@gmail.com](mailto:sukmadwiwulandari28@gmail.com)*

***ABSTRACT***

**Sukma Dwi Wulandari (I011181400).** Customer Satisfaction On The Quality Of Qurban Beef And The Quality Of Service At Maiwa Breeding Center Makassar City under the guidance of **Palmarudi M** as the main supervisor and **Kasmiyati Kasim** as the member mentor.

---

This study aims to determine customer satisfaction on the quality of qurban beef and the quality of service at maiwa breeding center Makassar city. This research was conducted from December to March 2023. This type of research is descriptive quantitative research. The data collection method used was a field study consisting of observation, interviews, documentation and literature study. Analysis of the data used in this study is the analysis of IPA and CSI. Based on the results of the research that has been done, it can be concluded that the level of customer satisfaction with the quality of qurban cattle at the Maiwa Breeding Center is categorized as very satisfying. Customer satisfaction with the quality of service at the Maiwa Breeding Center can be categorized as very satisfying even though there are attributes that are a top priority for improvement, namely the ability of Maiwa Breeding Center (MBC) employees to provide information or explanations to customers.

**Keyword :** *CSI, IPA, I Customer Satisfaction, Sacrificial Cattle*

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, kekuatan dan keberkahan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Makalah Seminar Hasil Penelitian yang berjudul “Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Sapi Qurban dan Kualitas Pelayanan di Maiwa Breeding Center Kota Makassar”.

Dalam kesempatan ini penulis menghaturkan banyak terima kasih atas limpahan rasa hormat, kasih sayang, dan cinta kepada Ayah **Burhanuddin** dan Ibu **Hj.Juwairiah** serta Ibunda **Fitriani** yang senantiasa memanjatkan doa dan memberikan dukungan untuk keberhasilan penulis. Kakak penulis **Eka Devi Yanti, S.M** dan adik penulis **Sri Wahyuni** yang selalu menolong dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi. Keluarga besar **H.P.Badawi** dan **Hj.Nurhaedah** yang memberi dukungan berupa materi dan arahan-arahan yang baik selama penulis menempuh pendidikan S1.

Selesainya Makalah ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tak terhingga kepada :

1. Rektor Universitas Hasanuddin **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa M.Sc**, Dekan Fakultas Peternakan **Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si**, Wakil Dekan dan seluruh Bapak Ibu Dosen yang telah melimpahkan ilmunya kepada penulis dan Bapak Ibu Staff Pegawai Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin yang telah membantu dalam pengurusan berkas.
2. Bapak **Dr. Ir. Palmarudi, SU** selaku pembimbing utama yang dengan sabar membimbing penulis serta banyak memberi bantuan dan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan makalah ini.
3. Ibu **Dr. Ir. Kasmiyati Kasim, S.Pt., M.Si.** selaku pembimbing anggota yang juga senantiasa membimbing penulis dan membantu dalam memperbaiki kesalahan – kesalahan yang ada dalam makalah penulis serta memberi arahan dalam penyelesaian makalah ini.

4. Bapak Prof. Dr. Ir. Ahmad Ramadhan Siregar, M.S dan Bapak **Prof. Dr. Ir. Tanrigiling Rasyid, M.S** selaku pembahas yang selalu memberikan masukan dan arahan bagi penulis.
5. Ibu **Drh. Kusumandari Indah Prahesti, M.Si** selaku dosen penasehat akademik yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan pendidikan S1.
6. Bapak **Arizal M, S.Pt.,M.Si** selaku Direktur PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa dan kakak-kakak khususnya **Ahmad Kamal, S.Pt, Aulisani Annisa, S.Pt, Irma, S.Pt.,M.Si Irmayanti, S.Pt,** dan **Musnandar.**
7. Kakak-kakak yang senantiasa membantu penulis serta memberikan informasi terkait akademik **Sri Wira Utami, S.Pt., M.Si, Muh. Iqbal Rivai, S.Pt, Muh. Alwi Akbar S.Pt,** dan **Windiana, S.Pt.,Msi.**
8. Sahabat dan teman dekat penulis **Nurhasimah Nugrah S.T, Rusdi, Sri Wahyuni S.T, Rasnah, Dede Ade Fitrah Jayanti, Mildayanti** dan **Nurainum Nurdin** yang senantiasa memberikan dukungan doa.
9. Teman seperjuangan dikampus yang banyak berkontribusi dalam membantu penulis selama dibangku perkuliahan **Nurzyam Dwianugrah, Sulpiana** dan **Mimi Mayzura S.Pt** yang ikhlas membantu.
10. Teman-teman “**CRANE 2018**” yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah menemani dan mendukung penulis selama kuliah
11. Kakanda, teman-teman dan Adinda **HIMSENA-UH** khususnya angkatan **KONSILIASI** yang menjadi teman di kampus.
12. Teman- teman organisasi HMI Komisariat Peternakan Cab. Makassar Timur, KMP UNHAS dan KPMP Cab. Lembang yang telah menjadi keluarga dan memberikan ruang belajar kepada penulis.
13. Kakak **Abdul Mutadir, S.Pt., Apt** yang senantiasa selalu setia menemani, membantu dan memberi dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa makalah ini masih jauh dai kata sempurna, oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan guna perbaikan makalah ini. Semoga makalah tertulis ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan pada penulis pada khususnya.

Makassar, Juni 2023

Sukma Dwi Wulandari



## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
PENDAHULUAN .....	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah .....	5
Tujuan Penulisan .....	5
Manfaat Penulisan .....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
Tinjauan Umum Ternak Sapi Potong .....	6
Tinjauan Umum Sapi Qurban.....	8
Tinjauan Umum Usaha Ternak Sapi Potong .....	10
Tinjauan Umum Kualitas Produk.....	11
Tinjauan Umum Kualitas Pelayanan .....	13
Tinjauan Umum Kepuasan Pelanggan .....	14
Kerangka Pemikiran .....	19
METODE PENELITIAN .....	20
Waktu dan Tempat.....	20
Jenis Penelitian .....	20
Metode Pengumpulan Data .....	20
Populasi dan Sampel Penelitian.....	21
Analisis Data .....	21
Gambaran Umum Maiwa Breeding Center (MBC) .....	29
Umur.....	32
Jenis Kelamin .....	32
Pendidikan .....	33
Pekerjaan .....	34
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	36
Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	36
Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	52
PENUTUP .....	54

Kesimpulan.....	54
Saran .....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56

## DAFTAR GAMBAR

<b>No.</b>	<b>Halaman</b>
1.Skema Kerangka Pikir .....	19

## DAFTAR TABEL

No.	Halaman
1. Jumlah sapi qurban yang terjual di Maiwa Breeding Center (MBC) .....	3
2. Bobot Penilaian Kuesioner .....	21
3. Kriteria nilai <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) .....	25
4. Variabel dan Indikator Penelitian .....	28

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Hari raya Idul Adha yang jatuh tepat pada bulan Dzulhijjah berdasarkan kalender Islam, merupakan salah satu hari raya umat muslim di seluruh dunia. Pada bulan tersebut umat Islam di seluruh dunia akan melaksanakan rukun Islam yang kelima yaitu ibadah haji di tanah suci dan melakukan penyembelihan hewan qurban bagi yang mampu pada tanggal 11, 12, dan 13 Dzulhijjah (Suyana dan Wulansari, 2019).

Usaha penyediaan sapi qurban merupakan usaha musiman yang memiliki perbedaan dengan usaha sapi potong bukan untuk qurban, yang mana pada usaha sapi untuk qurban di lihat pada aspek pemilihan bakalan yaitu pada umur, kondisi fisik, dan waktu pemeliharaan. Penggemukkan sapi untuk qurban memiliki masa panen satu kali dalam setahun dalam pemeliharaannya juga cepat yaitu selama 5-9 bulan sedangkan usaha penggemukkan bukan untuk qurban lama pemeliharaannya itu biasanya dari sapi pedet sampai dengan waktu yang tidak ditentukan. Syarat umur sapi qurban agar sesuai dengan syariat Islam yaitu berumur 2 tahun dengan kondisi fisik tidak boleh cacat dan lecet (Meci, 2021).

Sapi potong di Indonesia merupakan salah satu jenis ternak yang menjadi sumber utama pemenuhan kebutuhan daging setelah ayam. Hal tersebut bisa dilihat dari konsumsi daging ayam 64%, daging sapi 19%, daging babi 8%, daging lainnya 9%. Untuk memenuhi permintaan daging sapi tersebut dipenuhi dari tiga sumber yaitu: (1) peternakan rakyat sebagai tulang punggung; (2) para importir sapi potong yang tergabung dalam Asosiasi Pengusaha *Feedloters* Indonesia (APFINDO); (3) para importer daging yang tergabung dalam Asosiasi Pengusaha Importir Daging Indonesia (ASPIDI) (Hastang dan Asnawi, 2014).

Usaha penggemukan sapi potong merupakan usaha yang potensial dalam rangka pemenuhan swasembada daging sapi nasional dan diharapkan dapat mengurangi ketergantungan terhadap impor sapi dan daging sapi. Usaha ini dilakukan oleh peternak skala besar maupun skala rumah tangga namun usaha sapi potong memerlukan biaya investasi yang cukup besar. Kebijakan pemerintah pada usaha penggemukan sapi potong harus dapat mengatasi permasalahan di tingkat hulu sampai di tingkat hilir, dengan demikian upaya perbaikan yang perlu dilakukan di setiap subsistem dan perlunya keterkaitan dalam setiap subsistem agribisnis sapi potong (Purnomo Sutrisno Hadi, 2017).

Maiwa Breeding Center merupakan perusahaan yang sudah berdiri sejak tahun 2015 atas dasar hubungan kerja sama antara Kemenristek, pemerintah Kabupaten

Enrekang, pemerintah Sulawesi Selatan, PT Karya Anugerah Rumpin (KAR) dengan Universitas Hasanuddin yang terdapat di Kelurahan Bengkala, Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang. Maiwa Breeding Center berdiri diatas lahan 250 hektar sebagai salah satu pusat pembibitan sapi lokal yang akan dikembangkan bersama dengan kelompok tani/ternak setempat melalui program pemberdayaan masyarakat sehingga diharapkan akan dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dan mencapai swasembada daging. Pemeliharaan sapi bali di desa ini menggunakan dua sistem pemeliharaan yakni sistem pemeliharaan secara intensif dan sistem pemeliharaan secara ekstensif (padang penggembalaan). Kegiatan Maiwa Breeding Center (MBC) meliputi industri pembibitan sapi, produksi straw sapi bali, dan industri penggemukan sapi bali ( Kamal dan Sohras, 2020).

Pengembangan industri perbibitan sapi lokal di Maiwa Breeding Center Unhas terdiri atas dua aktivitas utama yaitu aktivitas perbibitan sapi lokal yang merupakan aktivitas utama dan aktivitas pendukung berupa pengembangan industri pakan, industri pengolahan daging dan industri pupuk organik. Aktivitas utama MBC adalah memproduksi sapi bibit yaitu sapi bali bertanduk dan sapi bali polled. Aktivitas pendukung meliputi pengembangan industri pakan, industri pengolahan limbah dan pengolahan hasil pertanian. Aktivitas pendukung merupakan aktivitas yang dilakukan untuk mendukung berlangsungnya aktivitas utama yaitu industri perbibitan.

Sejak berdiri tahun 2015 sampai tahun 2021, Maiwa Breeding Center (MBC) mulai menyediakan sapi qurban yang berlokasi di kota Makassar tepatnya di kandang Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin, Pada tahun 2022 dilaksanakan di Desa Tanrara Kecamatan Bontonompo Selatan Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan. Jumlah sapi yang terjual yaitu 192 ekor, sapi tersebut merupakan sapi yang di ternakkan di Maiwa Breeding Center dan Mitra Maiwa Breeding Center, jumlah sapi dari Maiwa Breeding Center yaitu 38 ekor, jumlah sapi dari Mitra Maiwa Breeding Center Soppeng yaitu 60 ekor dan umlah sapi dari Mitra Maiwa Breeding Center Bulukumba yaitu 94 ekor. Proses pembayaran dilakukan dengan 2 cara yaitu pembayaran secara langsung dan tidak langsung. Pembayaran secara langsung dilakukan antara pelanggan dengan admin Maiwa Breeding Center (MBC) dengan memberikan kwitansi kepada pelanggan yang telah melakukan pembayaran secara tunai, pembayaran secara tidak langsung dilakukan dengan melakukan transfer kepada bendahara Maiwa Breeding Center (MBC). Setelah melakukan transaksi pembelian sapi , Sapi Qurban akan di distribusikan ke lokasi

pelanggan, Maiwa Breeding Center (MBC) juga menyediakan pemotongan dilakukan di Rumah Pemotongan Hewan (RPH) Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.

Jumlah sapi qurban dari Maiwa Breeding Center (MBC) yang terjual di kota Makassar dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Jumlah sapi qurban yang terjual di Maiwa Breeding Center (MBC)

No.	Tahun	Jumlah Sapi Terjual (Ekor)
1	2018	98 Ekor
2	2019	180 Ekor
3	2020	217 Ekor
4	2021	206 Ekor
5	2022	192 Ekor

Sumber : Maiwa Breeding Center, 2022

Berdasarkan Tabel 2. Menunjukkan bahwa program pengadaan sapi qurban di Maiwa Breeding Center menjual 98 ekor sapi pada tahun 2018, pada tahun 2019 terjual 180 ekor sapi, pada tahun 2020 terjual 217 ekor sapi, pada tahun 2021 terjual 206 ekor sapi dan pada tahun 2022 terjual 192 ekor sapi. Penjualan sapi qurban meningkat mulai tahun 2018 sampai tahun 2020 dan penjualan sapi qurban mulai menurun pada tahun 2021. Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasa oleh Benyamin Molan (2007 :4) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. Jadi produk itu bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja, tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa dan diperuntukkan bagi pemuasan kebutuhan pelanggan. Di dalam produk ada terdapat tingkatan, hirarki dan klasifikasi produk.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penentu dalam loyalitas pelanggan dalam menentukan pengulangan pembelian pada pelanggan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, diperlukan pengelolaan dan kemampuan untuk mempertahankan kualitas pelayanan sehingga pelanggan dapat merasakan kesan yang baik terhadap perusahaan. Pelayanan pelanggan pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai hasil dari kegiatan distribusi dan logistik, dimana pelayanan diberikan kepada pelanggan untuk mencapai kepuasan. Layanan pelanggan meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat termasuk pelayanan pra transaksi, saat transaksi dan pasca transaksi. Kegiatan sebelum transaksi akan turut mempengaruhi kegiatan transaksi dan setelah transaksi karena itu kegiatan pendahuluannya

harus sebaik mungkin sehingga pelanggan memberikan respon yang positif dan menunjukkan loyalitas tinggi (Hardiyati, 2010).

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan konsep penting yang perlu dipahami perusahaan karena dapat mempengaruhi keputusan pelanggan selanjutnya. Rendahnya tingkat kepuasan pelanggan dalam mengkonsumsi suatu produk tertentu akan sangat merugikan produsen produk tersebut karena dengan rendahnya tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk yang dikonsumsi maka pelanggan akan segera beralih mengkonsumsi produk lain yang sejenis atau dengan kata lain pelanggan tidak loyal terhadap produk tersebut. Perusahaan harus mengetahui tentang perilaku pelanggan untuk dapat mempengaruhi pelanggan dalam rangka merebut pangsa pasar. Setelah dapat memimpin pasar, perusahaan harus mempertahankan kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas produk. Pangsa pasar atas produk yang dimiliki perusahaan dapat mengalami penurunan dan kenaikan. Penurunan pangsa pasar dapat disebabkan karena produk sudah tidak disukai pelanggan, tidak memenuhi selera pelanggan dan semakin ketatnya persaingan.

Dari uraian tersebut, maka kepuasan pelanggan merupakan sikap atau perasaan pelanggan terhadap produk atau pelayanan pada sebuah usaha tertentu. Pelanggan akan merasakan kepuasan dalam penggunaan produk/jasa apabila diberikan pelayanan yang sesuai dengan yang diinginkan pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas, maka kemungkinan pelanggan melakukan pengulangan pembelian akan semakin besar. Sebaliknya, ketika pelanggan tidak puas, maka lebih kecil kemungkinan untuk pelanggan melakukan pengulangan pembelian. Selain itu, komentar-komentar negative yang dikeluarkan oleh pelanggan juga dapat mempengaruhi kinerja sebuah perusahaan dimata pelanggan lain (Indrawati, 2011). Produk dan pelayanan qurban harus dilakukan dengan baik oleh pihak Maiwa Breeding Center agar dapat membuat pelanggan puas terhadap pembelian sapi qurban di Maiwa Breeding Center sehingga dapat meningkatkan penjualan. Hal inilah yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas sapi qurban dan kualitas pelayanan di Maiwa Breeding Center kota Makassar.



## **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, terjadi peningkatan dan penurunan penjualan sapi qurban disetiap tahunnya yang seharusnya jika pelanggan puas maka penjualan sapi akan meningkat. Maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian yaitu “Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap kualitas sapi qurban dan pelayanan di Maiwa Breeding Center kota Makassar” Rumusan masalah penelitian tersebut dapat dirincikan sebagai berikut.

- a) Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap kualitas sapi qurban di Maiwa Breeding Center kota Makassar
- b) Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Maiwa Breeding Center kota Makassar

## **Tujuan Penulisan**

Tujuan dari Penelitian ini yaitu:

- a) Mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas sapi qurban di Maiwa Breeding Center kota Makassar
- b) Mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Maiwa Breeding Center kota Makassar

## **Manfaat Penulisan**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi pembaca, sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang terkait dengan kepuasan pelanggan terhadap kualitas sapi qurban dan kualitas pelayanan di Maiwa Breeding Center kota Makassar.
2. Bagi pelanggan, sebagai bahan acuan untuk mengetahui keunggulan sapi di Maiwa Breeding Center.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Tinjauan Umum Ternak Sapi Potong

Sapi potong merupakan penyumbang daging terbesar dari kelompok ruminansia terhadap produksi daging nasional sehingga usaha ternak ini berpotensi untuk dikembangkan sebagai usaha yang menguntungkan. Sapi potong telah lama dipelihara oleh sebagian masyarakat sebagai tabungan dan tenaga kerja untuk mengolah tanah dengan manajemen pemeliharaan secara tradisional. Strategi pengembangan sapi potong harus mendasarkan kepada sumber pakan dan lokasi usaha. Untuk itu dibutuhkan identifikasi dan strategi pengembangan kawasan peternakan agar kawasan peternakan yang telah berkembang di daerah dapat dioptimalkan pemanfaatannya, sehingga mampu menumbuhkan investasi baru untuk budidaya sapi potong (Sandi S. dan P. P. Purnama, 2017).

Tipe sapi potong (pedaging) adalah sapi yang mempunyai kemampuan memproduksi daging yang tinggi. Olehnya itu, tujuan pemeliharaan ternak untuk tipe potong lebih difokuskan pada penghasilan daging (Amir, 2017).

Ciri-ciri sapi potong (pedaging) adalah:

- 1) Tubuh bulat seperti silinder atau segi empat,
- 2) Perototan sangat padat,
- 3) Punggung lurus dan lebar,
- 4) Kepala besar dengan leher yang pendek,
- 5) Persentase karkas yang tinggi,
- 6) Pertumbuhan cepat.

Keberhasilan usaha ternak sapi potong ditentukan oleh salah satu faktor terbesar, yaitu pakan. Pakan adalah semua yang bisa dimakan oleh ternak, baik berupa bahan organik maupun anorganik, yang sebagian atau seluruhnya dapat dicerna dan tidak mengganggu kesehatan ternak. Pakan yang diberikan kepada sapi potong harus memiliki syarat sebagai pakan yang baik. Pakan yang baik yaitu pakan yang mengandung zat makanan yang memadai kualitas dan kuantitasnya, seperti energi, protein, lemak, mineral dan vitamin yang semuanya dibutuhkan dalam jumlah yang tepat dan seimbang sehingga bisa menghasilkan produk daging yang berkualitas dan berkuantitas tinggi (Sandi S, dkk., 2018).

Usaha penggemukan sapi potong merupakan usaha yang potensial dalam rangka pemenuhan swasembada daging sapi nasional dan diharapkan dapat mengurangi ketergantungan terhadap impor sapi dan daging sapi. Usaha ini dilakukan oleh peternak skala

besar maupun skala rumah tangga namun usaha sapi potong memerlukan biaya investasi yang cukup besar. Kebijakan pemerintah pada usaha penggemukan sapi potong harus dapat mengatasi permasalahan di tingkat hulu sampai di tingkat hilir, dengan demikian upaya perbaikan yang perlu dilakukan di setiap subsistem dan perlunya keterkaitan dalam setiap subsistem agribisnis sapi potong (Purnomo Sutrisno Hadi, 2017).

Semua bangsa sapi yang kita kenal di dunia berasal dari *Homacodontidae* yang dijumpai pada zaman *Palaeocene*. Adapun jenis primitifnya ditemukan pada zaman Pliocene di India, Asia. Perkembangan dari jenis-jenis primitive itulah yang sampai sekarang menghasilkan tiga kelompok nenek moyang sapi hasil penjinakan yang kita kenal (Murtidjo, 2012).

Di Indonesia terdapat berbagai jenis sapi dari bangsa tropis, beberapa jenis sapi tropis yang sudah cukup populer dan banyak berkembang biak di Indonesia yaitu, Sapi Bali, Sapi Madura, Sapi Ongole dan Sapi American Brahman. Berdasarkan iklimnya, sapi dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu sapi tropis dan subtropics, setiap kelompok sapi berbeda satu dengan sama lainnya. Kelompok sapi tropis secara umum memiliki ciri – ciri mencolok yang sangat mudah dibedakan dengan kelompok sapi yang lain. Tujuan utama pemeliharaan sapi potong adalah untuk menghasilkan daging. Sapi dipelihara dengan baik, setelah tumbuh besar dan gemuk dapat langsung dijual atau disembelih terlebih dahulu kemudian dijual dalam bentuk daging. Oleh karena itu, keberhasilan pemeliharaan sapi ini sangat ditentukan oleh kualitas sapi bakalan yang dipilih (Siregar, 2012).

Jenis sapi potong yang banyak dikembangkan di Indonesia adalah sapi bali yang merupakan ternak sapi potong andalan Indonesia. Sapi bali merupakan sapi hasil keturunan dari sapi liar yang sudah mengalami proses yang cukup lama. Sapi bali memiliki bulu halus, pendek-pendek dan mengkilap. Pada saat muda warna bulunya yang cokelat akan berubah menjadi hitam. Sapi bali dapat mencapai bobot badan jantan dewasa 350-400 kg dan betina dewasa antara 250-300 kg. Hewan ini memiliki persentase karkas yang kadar lemaknya sedikit serta perbandingan tulang sangat rendah. Selama ini sapi potong dijual untuk memenuhi kebutuhan pasar lokal seperti rumah tangga, hotel, restaurant, industri pengolahan daging serta pasar atau pulau terutama untuk pasar kota-kota besar (Utari, 2015).

Pengembangan usaha pembibitan sapi potong perlu mempertimbangkan lokasi yang tepat. Dalam jangka pendek, pembibitan dapat dilakukan di daerah pedesaan yang mempunyai fasilitas transportasi cukup baik agar pengangkutan pedet dari lokasi pembibitan ke lokasi penggemukan bisa lebih cepat dan murah. Pada umumnya lokasi penggemukan, baik oleh peternak rakyat maupun perusahaan swasta, berada di pinggiran kota untuk mendekati daerah

pelanggan (Hadi,2002).

Keberhasilan pengembangan usaha ternak sapi potong ditentukan oleh dukungan kebijakan yang strategis yang mencakup tiga dimensi utama agribisnis, yaitu kebijakan pasar *input*, budi daya, serta pemasaran dan perdagangan dengan melibatkan pemerintah, swasta dan masyarakat peternak. Dari ketiga dimensi tersebut, kebijakan pemasaran (perdagangan) memegang peranan kunci. Keberhasilan kebijakan pasar *output* akan berdampak langsung terhadap bagian harga dan pendapatan yang diterima pelaku agribisnis (Mayulu, 2010).

Program pengembangan usaha ternak sapi potong dapat dicapai dengan memanfaatkan sumber daya secara optimal dan tepat guna yang disesuaikan dengan keadaan alam, kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat, sarana prasarana, teknologi peternakan yang berkembang dan kelembagaan serta kebijakan yang mendukung. Faktor lingkungan berupa iklim berpengaruh secara langsung terhadap ternak seperti suhu, kelembaban, dan curah hujan. Fasilitas pendukung sangat membantu dalam pengembangan usaha peternakan. Sumber daya alam sangat penting dalam pemenuhan kebutuhan hidup ternak. Jenis dan ketersediaan pakan harus diperhatikan dalam usaha peternakan di suatu daerah. Kualitas sumber daya manusia akan membantu pola peternakan yang akan terbentuk (Prawira Heru Yo ga, dkk., 2015).

### **Tinjauan Umum Sapi Qurban**

Qurban berasal dari bahasa Arab, “Qurban” (قربان) yang berarti dekat. Di dalam ajaran Islam, qurban disebut juga dengan *al-udhhiyyah* dan *adh-dhahhiyyah* yang berarti binatang sembelihan, seperti unta, sapi atau kerbau, dan kambing yang disembelih pada hari raya Idul Adha dan hari-hari tasyriq sebagai bentuk *taqarrub* atau mendekatkan diri kepada Allah. Sebagai suatu bentuk amal ibadah yang dilakukan karena Allah, maka tentunya kita perlu mengetahui dan memahami hukum serta tata cara pelaksanaannya dengan benar sesuai dengan sunah Rasulullah saw (Kusuma, dkk., 2021).

Menyembelih hewan qurban pada hari raya Idul Adha merupakan salah satu ibadah yang mulia dan penting dalam Islam. *Shohibul qurban* atau muslim yang berqurban biasanya menyerahkan ternaknya ke masjid untuk dikelola oleh panitia penyembelihan hewan qurban, karena tidak setiap muslim yang berqurban mampu melakukan penyembelihan hewan qurban dan mendistribusikan daging qurban sendiri (Awaludin, 2017).

Sapi dan kambing merupakan hewan yang umum dijadikan pilihan untuk disembelih saat hari raya qurban. Sapi menjadi pilihan utama *shohibul qurban*, berdasarkan informasi dari mitra bahwa setiap tahun jumlah sapi lebih banyak dari pada kambing yang disembelih

(Sunding,2022).

Hewan yang akan digunakan dalam ibadah qurban harus memiliki kriteria sesuai syar'i yakni cukup umur, sehat, tidak cacat, dan memiliki tampilan fenotipik yang bagus. Bangsa sapi yang dipasarkan untuk hewan qurban di Indonesia adalah sapi Peranakan Ongole (PO), sapi Madura, sapi Bali, sapi Jabres, sapi Pasundan, sapi Limousin-PO (Lim-Po) dan sapi Simmental-PO (Sim- Po). Minat pelanggan terhadap sapi Limpo dan Simpo sebagai hewan qurban sangat tinggi dibanding dengan jenis sapi lain. Hal ini antara lain fenotip sapi Limpo dan Simpo sesuai dengan selera pelanggan qurban (Rahmat,2018).

Pelaksanaan penyembelihan hewan qurban akan lebih bermakna bila proses dan pemilihan hewan qurban telah dilaksanakan menurut syariat Islam dan daging yang dihasilkan memberikan jaminan keamanan pangan sehingga memberikan kepastian untuk layak dikonsumsi. Daging yang layak dikonsumsi adalah daging tersebut harus Aman, Sehat, Utuh dan Halal (ASUH) dan layak. Aman untuk dikonsumsi (*safe for human consumption*) artinya pangan tersebut harus dalam keadaan bebas dari bahaya/cemaran biologis, kimia, dan fisik yang dapat membahayakan kesehatan masyarakat sedangkan layak untuk dikonsumsi (*fit for human consumption*) berarti pangan tersebut harus normal tidak menyimpang dari karakteristik yang seharusnya sehingga dapat diterima oleh masyarakat (Thaha,dkk.,2021).

Menurut Mulyana (2016), hewan qurban hendaknya memenuhi berbagai persyaratan sebagai berikut:

- a. Hewan dinyatakan sehat oleh petugas yang berwenang
- b. Tidak cacat (pincang, buta, dll)
- c. Cukup umur yaitu sapi berumur diatas 2 tahun dan kambing/domba berumur diatas 1 tahun atau ditandai dengan tumbuhnya sepasang gigi tetap pada hewan tersebut
- d. Tidak kurus
- e. Tidak dikastrasi

Menurut Sari (2011) Hewan ternak yang tidak dapat dijadikan hewan qurban adalah apabila memiliki cacat sebagai berikut:

- a) Buta sebelah matanya atau kedua belah matanya yang jelas butanya.
- b) Terpotong telinganya baik sebagian atau seluruhnya.
- c) Sakit yang jelas benar nampak dari dasarnya.
- d) Tanduknya tercabut dari dasarnya.
- e) Sangat kurus yang kelihatan tulang rusuknya.
- f) Pincang jelas sekali pincangnya.

g) Pecah kakinya sehingga tidak dapat berdiri.

### **Tinjauan Umum Usaha Ternak Sapi Potong**

Usaha peternakan merupakan suatu proses pengembangan teknologi, inovasi, spesialisasi yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan masyarakat dan mendorong perubahan struktur ekonomi suatu wilayah. Proses teknologi dan inovasi tersebut mengubah struktur ekonomi suatu wilayah dari sisi penawaran agregat, sedangkan peningkatan pendapatan masyarakat yang mengubah volume dan komposisi konsumsi mempengaruhi struktur ekonomi dari sisi permintaan agregat (Arsad, 2017)

Usaha ternak sapi potong merupakan usaha yang saat ini banyak dipilih oleh rakyat untuk dibudidayakan. Kemudahan dalam melakukan budidaya serta kemampuan ternak untuk mengkonsumsi limbah pertanian menjadi pilihan utama. Sebagian besar skala kepemilikan sapi potong di tingkat rakyat masih kecil yaitu antara 5 sampai 10 ekor. Hal ini dikarenakan usaha ternak yang dijalankan oleh rakyat umumnya hanya dijadikan sampingan yang sewaktu-waktu dapat digunakan jika peternak memerlukan uang dalam jumlah tertentu (Siregar,2012).

Usaha ternak sapi potong merupakan usaha yang didirikan dengan tujuan utama menghasilkan suatu produk peternakan guna memenuhi permintaan kebutuhan masyarakat akan protein hewani dan bertujuan untuk menghasilkan laba. Setiap peternak memiliki kemampuan usaha yang berbeda-beda baik dari segi kepemilikan lahan, modal, kepemilikan ternak serta sistem pengelolaan yang menyebabkan adanya perbedaan tingkat pendapatan usaha yang diterima setiap peternak. Usaha ternak yang dilakukan akan lebih bermanfaat apabila tingkat pendapatan usaha yang diperoleh lebih besar daripada pengeluaran (Liu, 2018).

Usaha peternakan merupakan suatu keterpaduan antara manajemen produksi dengan manajemen keuangan, dimana manajemen produksi melihat tentang pemakaian input dan output. Bila semakin efektif dan efisien peternak dalam menjalankan hal tersebut maka semakin besar keuntungan yang diperoleh dan semakin kuat posisinya untuk berkompetisi di pasar serta tercapainya tujuan usaha. Didalam mengelola usaha efisiensi sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan namun hal ini mungkin saja bisa gagal karena strategi utamanya tidak tepat. Perumusan strategi yang tepat bagi suatu usaha dapat dilakukan dengan memantau lingkungan melalui teknik-teknik analisa lingkungan yang dapat menentukan dimana posisi usaha berada, dan apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi peternakan sapi potong di Kabupaten Pesisir Selatan ini sehingga dapat mengantisipasi semua permasalahan (Suresti,2012).

Usaha ternak sapi potong lokal di Indonesia dapat memenuhi kebutuhan konsumen daging, yang perlu dilakukan adalah manajemen pemeliharaan, pengendalian penyakit, cara perkawinan melalui IB atau ternak pejantan Impor, perbanyak bibit, perbanyak anak, pembesaran pejantan dan betina produktif secara nasional. Selain untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani, dan juga dapat meningkatkan devisa negara, sebagai ternak ekspor-impor ke negara-negara luar. Kualitas dan produktivitas sumberdaya peternak, sebagai langkah awal yang dapat mewujudkan peningkatan populasi ternak sapi potong lokal di Indonesia terutama dipeternak kecil di setiap pedesaan (Indrayani dan Andri, 2018).

Indonesia memiliki tiga pola pengembangan sapi potong. Pola pertama adalah pengembangan sapi potong yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan usaha pertanian, terutama sawah dan ladang. Pola kedua adalah pengembangan sapi tidak terkait dengan pengembangan usaha pertanian. Pola ketiga adalah pengembangan usaha penggemukan (*fattening*) sebagai usaha padat modal dan berskala besar, meskipun kegiatan masih terbatas pada pembesaran sapi bakalan menjadi sapi siap potong (Suryana, 2009).

### **Tinjauan Umum Kualitas Produk**

Kualitas produk (*product quality*) merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki produk pesaing. Suatu produk dapat memuaskan pelanggan bila dinilai dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapannya. Hal ini menggambarkan bahwa kualitas produk merupakan faktor yang sangat diperhatikan oleh pelanggan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing (Novrianda, 2018).

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Adanya kualitas produk yang baik inilah yang akan membuat para pelanggan puas dan percaya. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh produsen. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Nugraha, 2018). Menurut Paly (2019) Ada lima syarat Sah hewan kurban yang harus dipenuhi sesuai anjuran Rasulullah SAW, yaitu:

1. Bahimatul An'am

Artinya dari hewan yang ternakkan, bukan hewan liar hasil perburuan. "Dan bagi tiap-tiap

umat telah Kami syariatkan penyembelihan (kurban), supaya mereka menyebut nama Allah terhadap binatang ternak yang telah direzekikan Allah kepada mereka...”(QS. Al Haj: 34).

## 2. Status kepemilikan hewan

Setelah mengetahui syarat hewan kurban dari jenis hewan yang diperbolehkan, syarat selanjutnya adalah mengenai status kepemilikan/proses mendapatkan hewan tersebut. Hewan yang memenuhi syariat adalah hewan yang diperoleh secara halal dan dimiliki dengan akad yang halal. Jadi bukan merupakan hewan curian atau hewan yang dimiliki dengan uang yang haram, seperti riba misalnya.

## 3. Kondisi fisik dan kesehatan hewan

syarat hewan kurban yang sesuai syariat selanjutnya adalah kondisi kesehatan hewan. Hewan yang sah untuk berkorban adalah hewan yang tidak cacat. Ada 4 cacat yang menyebabkan hewan tidak sah untuk dijadikan hewan kurban, di antaranya adalah salah satu matanya ada yang buta dan itu 7 jelas diketahui butanya, hewan tersebut sakit dan diketahui secara jelas bahwa hewan itu sakit, hewan yang pincang dan secara jelas diketahui bahwa hewan itu pincang dan keempat adalah hewan yang sangat kurus sampai tidak punya sumsum tulang.

binatang yang tidak dapat dijadikan hewan qurban adalah apabila memiliki cacat sebagai berikut:

- a) Buta sebelah matanya atau kedua belah matanya yang jelas butanya.
- b) Terpotong telinganya baik sebagian atau seluruhnya.
- c) Sakit yang jelas benar nampak dari dasarnya.
- d) Tanduknya tercabut dari dasarnya.
- e) Sangat kurus yang kelihatan tulang rusuknya.
- f) Pincang jelas sekali pincangnya.
- g) Pecah kakinya sehingga tidak dapat berdiri.

## 4. Umur hewan qurban

Ada kriteria umur hewan yang akan digunakan untuk berkorban. Berikut ini usia minimal hewan yang sah untuk dijadikan hewan kurban :

- a. Unta genap 5 tahun, masuk tahun keenam.
- b. Sapi genap 2 tahun, masuk tahun ketiga.
- c. Kambing genap 1 tahun, masuk tahun kedua.
- d. Domba genap 6 bulan, masuk bulan ketujuh.

## 5. Qurban Urunan /Patungan.



Kurban bisa dilaksanakan dengan cara rombongan maupun individu. Hal tersebut bisa menyesuaikan dengan keadaan ekonomi masing-masing. Namun, untuk melakukannya ada batas maksimal jumlah peserta dalam satu rombongan. Jika berkorban unta maka dalam satu rombongan maksimal 10 orang. Sementara, berkorban dengan hewan maksimal dalam satu rombongan adalah 7 orang.

### **Tinjauan Umum Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima (Guspul, 2014).

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting di sediakan untuk kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pelayanan dengan baik akan berdampak terjadinya pelanggan atau pelanggan yang akan datang berulang-ulang otomatis perusahaan akan meningkat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Rosanti, 2020).

Kualitas pelayanan menjadi gambaran dan acuan bagi para pelanggan dalam membeli atau menggunakan sebuah produk atau jasa, tingkatan keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut dan merupakan alat sebagai ukuran seberapa bagus tingkatan layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Ayuningtyas, 2021).

Menurut (Tjiptono, F., dan Chandra, 2012) dalam kasus pemasaran jasa, dimensi kualitas yang sering dijadikan acuan adalah:

- a) *Reliabilitas*, yakni kemampuan memberikan layanan kepada pelanggan sesuai dengan yang dijanjikan secara cepat, akurat dan memuaskan pelanggan.
- b) *Responsivitas*, yaitu inisiatif dan ketersediaan para karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap pada para pelanggan.
- c) *Jaminan (assurance)*, mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan kepercayaan yang didapat dari para karyawan, bebas dari bahaya fisik, resiko atau keragu-raguan.

- d) Empati, mencakup kenyamanan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian secara personal, dan memahami kebutuhan individu para pelanggan.
- e) Bukti fisik (*tangibles*), mencakup fasilitas fisik, perangkat, pekerja dan sarana berkomunikasi.

### **Tinjauan Umum Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk hasil terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan pelanggan. Perasaan senang atau kecewa tersebut terbentuk di dalam diri pelanggan melalui kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan pelanggan yang dirasakan. Tujuan utama kepuasan pelanggan yaitu bagaimana caranya konsumen mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan harapannya. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan (Novandi, 2020).

Kepuasan pelanggan adalah harapan dari pelanggan yang merupakan keyakinan atau perkiraan pelanggan tersebut tentang apa yang akan diterimanya yang diungkapkan baik lisan maupun non lisan. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengetahuan dan juga pengalaman pembelian sebelumnya. Harapan - harapan pelanggan tersebut diatas dari waktu ke waktu berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman dan pengetahuan pelanggan, pada dasarnya harapan pelanggan yang paling utama adalah kepuasan pelanggan lebih memikirkan apa yang akan dibelinya dapat memuaskannya sesuai dengan kebutuhan pelanggan tersebut sebagai dasar pelanggan untuk membeli (Maulana, 2016).

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan konsep penting yang perlu dipahami perusahaan karena dapat mempengaruhi keputusan pelanggan selanjutnya. Menurut Kotler dan Keller (2009 : 173) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara persepsi dan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Ketidakpuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penyebab perpindahan merek karena pelanggan yang tidak puas akan mencari informasi pilihan produk lain dan mungkin akan berhenti membeli produk maupun mempengaruhi orang lain untuk tidak membeli atau dengan kata lain pelanggan tidak loyal terhadap produk tersebut, Kotler dan Keller (2008). Rendahnya tingkat kepuasan pelanggan dalam mengkonsumsi suatu produk tertentu akan sangat merugikan produsen produk tersebut, karena dengan rendahnya tingkat

kepuasan pelanggan terhadap suatu produk yang dikonsumsi maka pelanggan akan segera beralih mengonsumsi produk lain yang sejenis atau dengan kata lain pelanggan tidak loyal terhadap produk tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang menghasilkan kepercayaan dalam perusahaan yang menawarkan produk atau layanan. Semakin banyak kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap suatu produk, maka kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk yang dimilikinya semakin kuat (Bricci. Dkk., 2016).

Kepuasan pelanggan berawal dari penilaian konsumen terhadap kualitas produk atau jasa yang diterimanya (persepsi) berdasarkan harapan yang telah terkonsep dalam pikirannya. Harapan tersebut muncul dari produk atau jasa yang telah diterima sebelumnya (pengalaman) serta berita dari mulut ke mulut yang sampai pada pelanggan. Penilaian itu akan menimbulkan kepuasan dan ketidakpuasan. Pelanggan akan merasa puas jika kualitas yang diberikan telah sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka. Namun sebaliknya, jika kualitas produk atau jasa yang diberikan kurang ataupun berada dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa (Afnina dan Y Hastuti, 2018).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan sebelum pembelian dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Penggunaan barang atau jasa yang telah dikonsumsi akan menimbulkan perasaan senang, puas atau kecewa

Suatu produk dapat memuaskan pelanggan bila dinilai dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapannya. Kualitas juga merupakan hal yang paling mendasar dari kepuasan pelanggan dan kesuksesan dalam bersaing. Kenyataannya kualitas merupakan hal yang seharusnya untuk semua ukuran perusahaan dan untuk tujuan mengembangkan praktek kualitas serta menunjukkan ke pelanggan bahwa mereka mampu menemukan harapan akan kualitas yang semakin tinggi (Mulyono, 2004).

Siwantara (2011) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah dampak jangka panjang dari kepuasan pelanggan. Pada tingkat tertentu, kepuasan mampu membangun loyalitas pelanggan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan merupakan hasil dari persepsi terhadap kinerja dari nilai suatu produk atau layanan. Makin tinggi suatu kinerja nilai suatu produk, makin besar kemungkinan pelanggan menjadi puas dan cenderung menjadi pelanggan yang loyal. Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan terbentuk dari model diskonfirmasi ekspektasi, yaitu menjelaskan

bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan sesungguhnya yang diperoleh pelanggan dari produk atau jasa tersebut. Harapan pelanggan saat membeli sebenarnya mempertimbangkan fungsi produk tersebut.

Elemen dalam kepuasan pelanggan yaitu :

#### 1) *Expectation*

Harapan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum pelanggan membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, pelanggan berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan pelanggan akan menyebabkan pelanggan merasa puas.

#### 2) *Performance*

Pengalaman pelanggan terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka pelanggan akan merasa puas.

#### 3) *Comparison*

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Pelanggan akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

#### 4) *Confirmation/Disconfirmation*

Harapan pelanggan dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain. Confirmation terjadi bila harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Pelanggan akan merasa puas ketika terjadi *confirmation/disconfirmation*.

Perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan karena pelanggan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa pelanggan tersebut akan pindah ke produk pesaing (Hardiyanti, 2010).

Saidani dan Arifin (2012) menyatakan bahwa terdapat tiga dimensi dalam mengukur kepuasan pelanggan secara universal yaitu 1) *Attributes related to product* yaitu dimensi

kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari produk seperti penetapan nilai yang didapatkan dengan harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, benefit dari produk tersebut. 2) *Attributes related to service* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari pelayanan misalnya dengan garansi yang dijanjikan, proses pemenuhan pelayanan atau pengiriman, dan proses penyelesaian masalah yang diberikan. 3) *Attributes related to purchase* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari keputusan untuk membeli atau tidaknya dari produsen seperti kemudahan mendapat informasi, kesopanan karyawan dan juga pengaruh reputasi perusahaan.

Menurut Garspersz (2003) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan ekspektasi pelanggan terdiri dari:

1. Kebutuhan dan keinginan, yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen jasa. Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
2. Pengalaman masa lalu (terdahulu) ketika menggunakan jasa pelayanan dari organisasi jasa maupun pesaing-pesaingnya.
3. Pengalaman dari teman-teman, yang menceritakan mengenai kualitas layanan jasa yang dirasakan oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada jasa-jasa yang dirasakan berisiko tinggi.
4. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi pelanggan.

Menurut Kotler (2000) ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*).

2. Survei kepuasan pelanggan

Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.

3. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.

#### 4. Analisa pelanggan yang hilang

Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya pelanggan ke perusahaan pesaing.

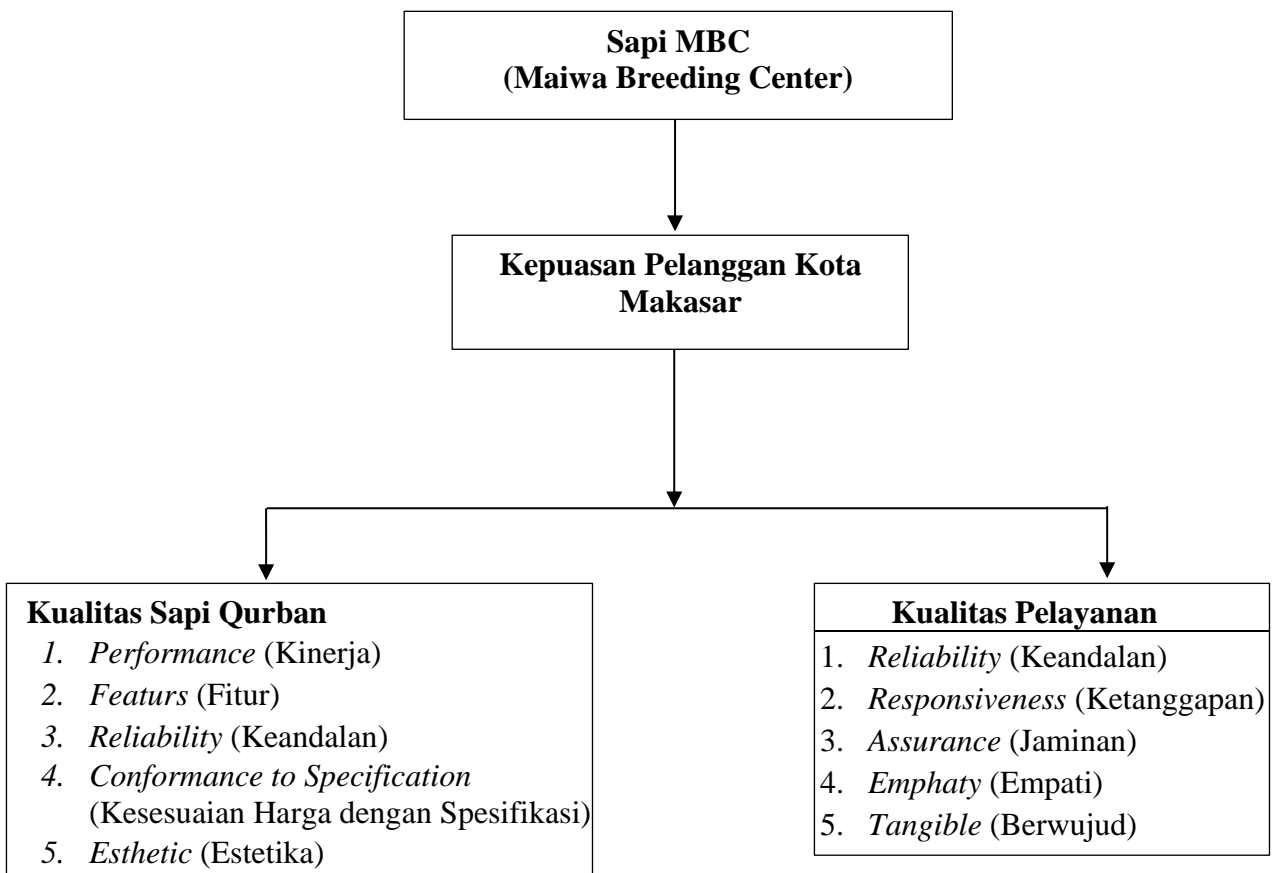
Ada lima faktor yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan (Fikri dan Ritonga, 2017):

- a) Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b) Kualitas pelayanan, terutama untuk industry jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan
- c) Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum kepadanya bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- d) Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang *relative* murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
- e) Biaya, pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

## Kerangka Pemikiran

*Maiwa Breeding Center* adalah salah satu unit bisnis Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin yang bergerak di industri perbibitan sapi. MBC ikut berpartisipasi dalam pengadaan sapi qurban, setiap tahunnya banyak pelanggan yang membeli sapi qurban di *Maiwa Breeding Center* (MBC). Kepuasan pelanggan merupakan sikap atau perasaan pelanggan terhadap produk atau pelayanan pada sebuah usaha tertentu. Pelanggan akan merasakan kepuasan dalam penggunaan produk/jasa apabila diberikan pelayanan yang sesuai dengan yang diinginkan pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas, maka kemungkinan pelanggan melakukan pengulangan pembelian akan semakin besar.

Berdasarkan pokok pikiran tersebut peneliti ingin mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas sapi qurban dan kualitas pelayanan di *Maiwa Breeding Center*. Lebih jelasnya dapat dilihat skema kerangka pikir pada Gambar 1.



Gambar 1. Skema Kerangka Pikir