



Optimized using
trial version
www.balesio.com

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara kepulauan yang sebagian besar wilayahnya didominasi oleh bentangan perairan dimana luas lautannya lebih besar dari luas daratan, Hal ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan bentangan garis pantai terpanjang didunia dengan 99.093 kilometer. Selain itu Indonesia juga tersusun oleh 17.000 pulau yang tersebar, bahkan saat ini hanya sebanyak 3.000 dari pulau tersebut belum teridentifikasi dan memiliki nama atau direkam datakoordinatnya. Dengan potensi kelautan yang dimilikinya pengoptimalan nilai tambah hasil kelautan dan perikanan melalui industrialisasi menjadi salah satu solusi dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penguatan daya saing nasional. Sebagai salah satu kota di Indonesia Timur yang terletak di pesisir barat daya Pulau Sulawesi dan berbatasan langsung dengan Selat Makassar, potensi hasil laut di Kota Makassar sangat melimpah, pengolahan hasil laut dari pelaku Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) kota Makassar masih menjadi salah satu komoditi primadona konsumen baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara yang berkunjung. Mitra dalam kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang diusulkan merupakan pengusaha Usaha kecil Mikro pembuat otak-otak olahan ikan tenggiri yang terletak diseputar Kota Makassar (Syarief Dienan Yahya, 2021).

UMKM adalah kegiatan usaha yang dijalankan oleh perseorangan atau individu, rumah tangga, atau badan usaha skala kecil. Biasanya bisnis UMKM digolongkan melalui pendapatan per tahun, jumlah karyawan, dan aset yang dimiliki. UMKM di Indonesia memang populer. Mulai dari anak muda hingga para orang tua menjalani bisnis ini. Mereka menganggap peluang dalam menjalani usaha tersebut masih terbilang baik. UMKM adalah salah satu aspek penting untuk mengembangkan perekonomian negara. Kegiatan usaha ini membantu pemerintah mengatasi kesenjangan ekonomi yang ada. Selain meningkatkan PDB per tahun, bisnis ini juga menyediakan lapangan pekerjaan kepada masyarakat Indonesia. Maka dari itu, penting bagi kita untuk mendukung dan mendorong bisnis UMKM menjadi lebih baik. Indonesia menginginkan UMKM mengalami kemajuan tiap tahunnya untuk tetap berpartisipasi dalam perekonomian negara.

Salah satu UMKM yang ada yaitu UMKM Otak-otak ikan tenggiri yang merupakan salah satu produk kuliner khas dari Kota Makassar yang memiliki nilai budaya dan ekonomi yang signifikan. Produk ini tidak hanya menjadi ikon kuliner menarik perhatian wisatawan domestik maupun internasional. Produk khas dan berbahan dasar ikan tenggiri, otak-otak memberikan dampak positif terhadap sektor ekonomi, khususnya usaha kecil dan menengah. Namun, perkembangan perdagangan otak-otak ikan tenggiri masih menghadapi tantangan yang memengaruhi keberlanjutannya (Artini, 2019).



Salah satu tantangan yang ada pada penjualan otak-otak ikan tenggiri adalah kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan perkiraan kinerja produk (*outcome*) dengan kinerja yang diharapkan. Ketidakpuasan terjadi ketika harapan dan keinginan konsumen tidak terpenuhi, dan konsumen mengembangkan sikap negatif terhadap penjualan. Kepuasan konsumen ini berhubungan erat dengan keputusan pembelian, oleh setiap pelanggan atau konsumen, sebagai salah satu faktor yang menjadikan dasar untuk menggunakan atau membeli suatu produk. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan pelanggan. Dengan demikian pengusaha dapat meningkatkan kualitas yang diberikan dan mampu memberikan yang terbaik agar konsumen atau pelanggan merasa nyaman.

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Keputusan konsumen timbul karena adanya penilaian objektif atau karena dorongan emosi. Keputusan untuk bertindak adalah hasil dari serangkaian aktivitas dan rangsangan mental emosional. Proses untuk menganalisa, merasakan dan memutuskan, pada dasarnya adalah sama seperti seorang individu dalam memecahkan banyak permasalahan yang terjadi (Awaliyah *et al.*, 2022).

Penelitian ini menganalisis data survei dengan teknik Customer Satisfaction Index (CSI) karena berguna untuk mengukur opini pelanggan terhadap suatu bisnis, untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggan, dan untuk mengukur efisiensi yang berinteraksi dengan perusahaan. pelanggannya. Untuk mengukur kebahagiaan pelanggan relatif terhadap kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, seseorang dapat menggunakan metrik yang dikenal sebagai Indeks Kepuasan Pelanggan (juga dikenal sebagai Metode Indeks Kepuasan Pelanggan). Karakteristik pengukuran dapat bervariasi berdasarkan sektor dan bahkan per perusahaan. Jawaban atas pertanyaan ini bergantung pada persyaratan informasi bisnis, yang ditentukan oleh klien. Indeks ini diukur dalam 4 (empat) langkah yang meliputi perhitungan sebagai berikut: 1) Temukan Nilai Rata-Rata Kepentingan (MIS). Angka ini didasarkan pada tingkat bunga tipikal yang dibayarkan oleh pelanggan. 2) Pertimbangkan Indeks Massa Tubuh (WF). Jumlah ini mewakili kepentingan relatif dari setiap properti, sebagian kecil dari total MIS. 3) WS-ing pada dasarnya berdasarkan seberapa berat sesuatu. Faktor ini dihitung dengan atisfaction Score (MSS) dengan Weighted Happiness Score peringkat Kebahagiaan Pelanggan (CSI) ini dapat membuktikan (Lukiyana & Ramafita, 2024).



Keuntungan adalah selisih positif antara pendapatan total yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa dengan total biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan dan menjual produk atau jasa tersebut. Dalam istilah sederhana, keuntungan menunjukkan seberapa efektif dan efisien suatu bisnis dalam menghasilkan nilai ekonomi. Keuntungan dihitung dengan mengurangi biaya- biaya terhadap pendapatan usaha yang diperoleh melalui penjualan barang maupun jasa. Keuntungan adalah hasil positif atau manfaat yang diperoleh dari suatu kegiatan, usaha, atau keputusan. Dalam konteks bisnis, keuntungan biasanya merujuk pada selisih antara pendapatan dan biaya, semakin besar selisihnya, semakin besar keuntungannya (Nurhayani, 2023).

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian otak-otak ikan tenggiri dan keuntungan UMKM, agar usaha otak-otak ikan tenggiri dapat berjalan lebih efisien dan berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai persepsi masyarakat terhadap produk kuliner khas Makassar dan implikasinya bagi pengembangan ekonomi lokal.

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Berapa tingkat kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian produk Otak-Otak Ikan Tenggiri di Kecamatan Mamajang, Kota Makassar?
- 1.2.2 Berapa besar keuntungan usaha UMKM Otak-Otak Ikan Tenggiri di Kecamatan Mamajang, Kota Makassar?

1.3 Tujuan

- 1.3.1 Untuk menghitung kepuasan konsumen terhadap pembelian Otak-Otak Ikan Tenggiri di Kecamatan Mamajang, Kota Makassar. mengetahui berapa pendapatan usaha UMKM Otak-Otak Ikan Tenggiri di Kecamatan Mamajang Kota Makassar.
- 1.3.2 Untuk mengetahui berapa keuntungan usaha UMKM Otak-Otak Ikan Tenggiri di Kecamatan Mamajang, Kota Makassar.

1.4 Kegunaan

Penelitian ini dapat mengetahui berapa pendapatan yang dihasilkan oleh UMKM Otak-Otak Ikan Tenggiri sehingga mampu mengembangkan usahanya dan dapat memberikan wawasan bagi para pelaku usaha otak-otak ikan tenggiri agar memahami keputusan pembelian otak-otak ikan tenggiri ini dapat meningkatkan usaha yang dijalankan.



BAB II METODE PENELITIAN

2.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Februari-Maret 2025. Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Otak-Otak Ikan Tenggiri Kecamatan Mamajang Kota Makassar. UMKM ini merupakan UMKM yang sangat populer terutama dengan mutu yang terjamin dan berkualitas dan juga merupakan satu-satunya UMKM yang berada di Kecamatan Mamajang yang juga menjadi pusat oleh-oleh di Kota Makassar.

2.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif dengan metode survei, agar dapat mendeskripsikan atau menjelaskan peristiwa atau suatu kejadian yang terjadi pada saat sekarang dalam bentuk angka-angka yang bermakna.

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik dalam perencanaan, proses, membangun hipotesis, teknik, analisis data dan menarik kesimpulan. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data angka sebagai alat menganalisis data.

2.3 Metode Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yang dilakukan secara sengaja memilih lokasi tersebut karena UMKM Otak-Otak Ikan Tenggiri di Kecamatan Mamajang merupakan UMKM yang sangat populer terutama dengan mutu yang terjamin dan berkualitas.

Populasi merupakan seluruh konsumen yang datang membeli secara langsung di outlet otak-otak ikan tenggiri dan membeli secara *online* yaitu *e-commerce*. Metode pengambilan sampel konsumen yakni *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan. Dalam bahasa sederhana *purposive sampling* adalah tindakan pengambilan sampel dengan sengaja sesuai dengan ketentuan (sifat-sifat, ciri, kriteria, dan karakteristik) sampel.

2.4 Teknik Pengambilan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan data menurut (Teguh *et al.*, 2023) adalah sebagai berikut:



Merupakan metode penelitian yang penting untuk memahami dan pengetahuan tentang fenomena yang diteliti. Observasi dalam penelitian kuantitatif dilakukan dengan cara terjun langsung kelapangan untuk melakukan dan aktivitas yang ingin diteliti. Peneliti dapat terjun langsung menjadi partisipan dalam pengumpulan data atau menjadi pengamat yang hanya mengamati.

- 2.4.2 Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan Melalui tatap muka langsung dengan narasumber dengan cara tanya jawab Langsung.
- 2.4.3 Studi Pustaka (library research) yaitu metode dengan pengumpulan data dengan cara memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Pengumpulan data tersebut menggunakan cara mencari sumber dan menkontruksi dari berbagai sumber contohnya seperti buku, jurnal dan riset-riset yang sudah pernah dilakukan. Bahan pustaka yang didapat dari berbagai referensi tersebut dianalisis secara kritis dan harus mendalam agar dapat mendukung proposisi dan gagasannya.
- 2.4.4 Dokumentasi suatu pengumpulan data dengan cara melihat langsung sumber-sumber Dokumen yang terkait. Dengan arti lain bahwa dokumentasi sebagai Pengambilan data melalui dokumen tertulis maupun elektronik. Digunakan Sebagai mendukung kelengkapan data yang lain.

2.5 Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini menurut metodologi yang dikemukakan (Rahman, 2022), yaitu :

- 2.5.1 Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung di Lapangan pada penelitian ini bersumber dari pelanggan UMKM Otak-Otak Ikan Tenggiri, menggunakan teknik observasi langsung melalui penyebaran kuisioner.
- 2.5.2 Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung. Perolehan data ini melalui berbagai studi pustaka, instansi pemerintah dan swasta terkait.

2.6 Analisis Data

Analisis data adalah data yang sudah diolah sehingga hasil yang diperoleh mudah dimengerti oleh pembaca penelitian. Analisis data berupa informasi hasil olah data, mengelompokkan hasil dari pengolahan data, meringkas hasil olah data sehingga membentuk suatu Kesimpulan penelitian (Sugiono, 2017) .

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif yaitu Customer Satisfaction Index (CSI) dan Analisis Keuntungan.

2.6.1 Customer Satisfaction Indeks (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI), yang memperhitungkan relevansi setiap elemen pelayanan untuk sampai pada skor keseluruhan. Dengan menganalisis pentingnya faktor-faktor yang dinilai, pendekatan CSI untuk menghitung tingkat kepuasan total pengunjung. CSI memberikan informasi terukur tentang kebahagiaan pengunjung, dan satuan waktu yang telah ditentukan untuk menilai kinerjanya ke waktu dan membuat penyesuaian seperlunya untuk meningkatkan tingkat layanan yang secara konsisten memuaskan pelanggan yang paling berharga (Maqfirah *et al.*, 2023).



Tabel 1 Bentuk Customer Satisfaction Index

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

Keterangan :

I = Kepentingan

P = Kepuasan

S = Skor

Y = Nilai total dari kolom harapan

T = Skor Total

Tabel 1 menunjukkan seluruh perhitungan CSI. Mengambil rata-rata dari nilai-nilai di kolom kepentingan (I), kita mendapatkan Y, dan mengambil produk dari nilai-nilai di kolom skor (S) (I dikalikan dengan P), kita mendapatkan T. CSI ditentukan dengan mengalikan 100% dengan (T/5Y). Rumus untuk menghitung CSI adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

T= Nilai Total dari CSI

5 = Nilai Maksimum pada skala pengukuran

Y= Nilai Total dari Kolom Harapan

Mengukur CSI direkomendasikan oleh Lodhita, Heru *et al.* (2014) karena data yang dikumpulkan dapat digunakan sebagai tolok ukur untuk perencanaan ke depan. Lima komponen dasar CSI adalah sebagai berikut: (1) menurunkan faktor pembobot (WF) untuk setiap karakteristik sebagai persentase dari skor signifikansi median untuk semua atribut yang dievaluasi; (2) Menggunakan median skor kepuasan dikalikan dengan faktor bobot atribut (WF) untuk mendapatkan skor terbobot (WS), (3) Menghitung Median Sum Weight (WMT) yang merupakan penjumlahan dari keseluruhan nilai WS, (4) Menentukan Indeks Kepuasan Pelanggan (CSI) dengan mengalikan 100% dengan WMT dibagi dengan skor tertinggi. (5) Kriteria kepuasan pengunjung dapat mengungkapkan sejauh mana responden senang. Pedoman dari survei kepuasan pengunjung menjadi dasar kriteria evaluasi. Yaitu sebagai berikut :

Tabel 2 Tabel Kriteria Tingkat Kepuasan

No	Nilai CSI (%)	Keterangan (CSI)1
	81%-100%	Sangat Puas
	66%-80.99%	Puas
	51%-65.99%	Cukup Puas
	5% - %50.99%	Kurang Puas
	0% - 34.99%	Tidak Puas

Tabel diatas menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk.

2.6.2 Analisis Keuntungan

Analisis keuntungan adalah alat penting dalam manajemen keuangan dan strategi bisnis. Melalui analisis ini, pemilik usaha dan manajer dapat mengetahui tingkat keuntungan usaha dan membuat keputusan yang tepat untuk pertumbuhan jangka panjang. Analisis ini digunakan untuk menilai efisiensi usaha, menentukan strategi bisnis, serta membantu pengambilan keputusan keuangan (Kasmir, 2018).

2.6.2.1 Biaya Tetap

Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang secara relatif tidak dipengaruhi oleh besarnya jumlah produksi. Biaya ini harus tetap dikeluarkan terlepas dari persoalan apakah pelayanan diberikan atau tidak. Contoh biaya tetap adalah biaya menyewa gedung, biaya mebel air, dll.

2.6.2.2 Biaya Variabel

Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang besarnya dipengaruhi oleh banyaknya output/produksi. Contoh yang termasuk dalam biaya variabel adalah biaya alat, biaya bahan habis pakai, dimana besarnya akan berbeda bila jumlah produk sedikit dibandingkan dengan jumlah produk yang banyak. Karena biasanya besar volume produksi direncanakan secara rutin, maka biaya variabel ini juga disebut biaya rutin. Total cost adalah hasil dari penjumlahan fixed cost dengan variable cost. Total cost dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

TC = *Total Cost* (Biaya Total)

FC = *Fixed Cost* (Biaya Tetap Total)

VC = *Variabel Cost* (Biaya Variabel)

2.6.2.3 Penerimaan

Penerimaan merupakan seluruh dari pendapatan yang diperoleh dari setiap pengeluaran (*output*). Dengan menghitung seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Maka demikian produsen dapat mengetahui setiap hasil dari penerimaan bersih setiap proses produksi lain penerimaan merupakan pendapatan kotor. Penerimaan (*revenue*) adalah seluruh pendapatan yang diterima perusahaan dari barang hasil produksinya. Dengan kata lain penerimaan total adalah hasil perkalian antara harga dengan jumlah barang. Secara matematis penerimaan total dapat diketahui:



$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR = Penerimaan Total/Pendapatan Kotor

P = Harga Jual.

Q = Jumlah Output/Produk yang dihasilkan

2.6.1.4 Keuntungan

Keuntungan adalah tujuan utama dalam banyak aktivitas, terutama dalam ekonomi dan bisnis. Bisa berbentuk materi (uang, aset) maupun non-materi (pengalaman, relasi, kepuasan). Sumber keuntungan sangat beragam, mulai dari inovasi, efisiensi, hingga kemampuan membaca pasar. Memahami asal-usul dan cara memperoleh keuntungan dapat membantu individu maupun organisasi membuat keputusan yang lebih cerdas, strategis, dan berkelanjutan. Analisis keuntungan adalah metode perhitungan untuk menghitung jumlah pengeluaran untuk membeli barang serta jasa yang diproduksi dalam satu periode tertentu dengan rumus (Dikdik Harjadi, 2015) :

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

π = Keuntungan/Pendapatan Bersih (*Net revenue*)

TR = *Total revenue* (Pendapatan kotor)

TC = *Total Cost* (Total Biaya)

Keuntungan adalah hasil positif atau manfaat yang diperoleh dari suatu kegiatan, usaha, atau keputusan. Dalam konteks bisnis, keuntungan biasanya merujuk pada selisih antara pendapatan dan biaya, semakin besar selisihnya, semakin besar keuntungannya.

2.7 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan yang menjelaskan secara operasional maksud dari istilah penelitian yang akan dilaksanakan. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.7.1 UMKM Otak-otak Ikan Tenggiri adalah usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang produksi dan penjualan otak-



erupakan makanan khas berbahan dasar ikan tenggiri yang dibuat dengan daun pisang dan dikukus.

Penyajiannya adalah perasaan puas yang dirasakan oleh pelanggan setelah membeli Otak-Otak Ikan Tenggiri (%).

Saluran pengeluaran adalah kegiatan pengeluaran dana terhadap jenis aset, yang bertujuan untuk mendapatkan penghasilan (Rp).

- 2.7.4 Biaya penyusutan barang adalah alokasi sistematis dari nilai aset selama masa manfaatnya (Rp).
- 2.7.5 Biaya Tetap adalah biaya yang dikeluarkan yang jumlahnya tidak berpengaruh pada saat produksi (Rp).
- 2.7.6 Biaya Variabel adalah biaya yang berubah-ubah sewaktu-waktu pada saat produksi (Rp).
- 2.7.7 Biaya Total adalah seluruh pengeluaran yang meliputi biaya tetap, biaya variabel selama berlangsungnya produksi (Rp)
- 2.7.8 Penerimaan adalah perkalian jumlah produksi dan harga jual pada UMKM Ota-Otak Ikan Tenggiri (Rp).
- 2.7.9 Keuntungan adalah hasil bersih yang diperoleh setelah semua pengeluaran dikurangi dari pendapatan (Rp).

