

**ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
TERHADAP ATRIBUT HASIL PENGGILOAN DAGING
(Studi Kasus Kelompok Sumber Rejeki, Kabupaten Seruyan)**

Eko Saputra

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Darwan Ali,
Jl. A. Yani No. 1 Kuala Pembuang, Kabupaten Seruyan,
Provinsi Kalimantan Tengah, 085705303215
Email: eko.saputra310@yahoo.com

ABSTRAK

Bertempat di Kabupaten Seruyan nusa hamikro yang bergerak di subsector peternakan merupakan salah satu cabang dari sector pertanian. Salah satunya adalah industry pengolahan daging Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki, yang seiring waktu menghadapi persaingan. Sehingga harus memberikan pelayanan yang lebih baik. Tujuan untuk menganalisis karakteristik pelanggan, menganalisis kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menentukan kepuasan pelanggan digunakan IPA dan CSI. IPA untuk membandingkan antara penilaian pelanggan terhadap tingkat kepentingan, dari kualitas pelayanan dengan tingkat kinerja kualitas pelayanan. CSI digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Menentukan loyalitas pelanggan dinilai berdasarkan kriteria faktor harga, kebiasaan, mendapatkan kepuasan, benar-benarmenyukai, menyarankan kepada orang lain. Karakteristik pelanggan: umur 25-35 tahun, jumlah anggota keluarga 4 orang, sudah menikah, laki-laki, pendidikan terakhir SMA/SMK, pendapatan Rp.500.001-Rp.1.500.000, intensitas penggunaan jasa 11-20 kali dalam sebulan, pekerjaan wiraswasta/pengusaha. Berdasarkan IPA atribut yang diteliti masuk ke dalam empat kuadran. Kuadran I warna dan rasa daging. Kuadran II harga jual jasa, kecepatan, keramahan, kesopanan, tekstur dan kebersihan daging. Kuadran III kerapian. Kuadran IV aroma daging. Berdasarkan CSI pelanggan sangat puas, hal ini terlihat dari nilai CSI sebesar 0,85. Pelanggan sudah loyal karena mayoritas pelanggan (76,67%) telah merekomendasikan kepada orang lain.

Kata kunci: Kepuasan, Loyalitas, Pelanggan, Penggilingan Daging.

PENDAHULUAN

Di era perdagangan yang semakin luas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya persaingan menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan pelanggan,serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian hanya perusahaan berkualitas yang dapat menguasai pasar. Persaingan khususnya untuk usaha mikro berbasis sektor pertanian, dimana banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan menyebabkan setiap perusahaan mikro harus menempatkan orientasi kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama untuk memenangkan persaingan.

Bertempat di Kabupaten Seruyan khususnya Kecamatan Seruyan Hilir usaha mikro yang bergerak di subsector peternakan merupakan salah satu cabang dari sector pertanian yang sedang berkembang pesat. Banyak terdapat usaha mikro subsector peternakan di

Kecamatan Seruyan Hilir, salah satunya adalah industry pengolahan daging. Salah satu industry pengolahan daging di Kecamatan Seruyan Hilir adalah Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki, merupakan sebuah perusahaan jasa yang sedang berkembang sehingga memerlukan langkah-langkah guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggannya.

Seiring waktu Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki yang sedang berkembang, menghadapi persaingan dalam memenuhi kepuasan pelanggan dengan hadirnya usaha penggilingan daging lainnya. Adapun persaingan usaha tersebut dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel1. ProduksiPenggilinganDaging di Kuala PembuangKabupatenSeruyan

Kelompok	Produksi
SumberRejeki	800 kg/bulan
Usaha Bersama	1.000 kg/bulan
Kelompok Sumber Rejeki	600 kg/bulan

Sumber: DinasPertaniandanPeternakanKabupatenSeruyan, 2016

Hadirnya persaingan tersebut membuat pelanggan mempunyai pilihan yang lebih banyak, sebelum menentukan perusahaan penggilingan daging mana yang memberikan pelayanan lebih baik. Sehingga usaha Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki harus memberikan pelayanan yang lebih baik, agar kelangsungan perusahaan dapat terus terjaga dalam menghadapi persaingan pasar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis karakteristik pelanggan, dan untuk menganalisis kepuasan dan loyalitas pelanggan Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki yang bertempat di Jln. Piere Tendean, Kelurahan Kuala Pembuang II, Kecamatan Seruyan Hilir, Kabupaten Seruyan, pada bulan Juli 2017. Dilakukan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner, terdiri dari tiga bagian yaitu: tingkat harapan atribut, tingkat kinerja atribut, dan penilaian loyalitas pelanggan. Populasi dalam penelitian adalah para pelanggan Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki. Sampel ditentukan dengan teknik *Snowball Sampling*. Yang menjadi pertimbangan adalah 30 orang pelanggan yang pernah, dan sedang menggunakan jasa Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki.

Atribut yang dianalisis meliputi karakteristik pelanggan: *umur, jumlah anggota keluarga, status pernikahan, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pendapatan, intensitas penggunaan jasa, pekerjaan*. Kualitas daging giling: *warna, rasa, tekstur, aroma, kebersihan*.

Kualitas pelayanan: *kecepatan, keramahan, kesopanan, kerapian*. Atribut harga. Loyalitas pelanggan: *switcher buyer, habitual buyer, satisfied buyer, liking the brand, committed buyer*.

Untuk menentukan kepuasan pelanggan dalam penelitian ini digunakan metode *IPA* dan *CSI*. *IPA* menggunakan diagram kartesius dimana analisis ini digunakan untuk membandingkan antara penilaian pelanggan terhadap tingkat kepentingan, dari kualitas pelayanan (*importance*) dengan tingkat kinerja kualitas pelayanan (*performance*). *CSI* digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Untuk menentukan rentang tingkat kepuasan pelanggan, pada penelitian ini mengikuti panduan survei kepuasan pelanggan PT. Sucofindo sesuai pada Tabel berikut.

Tabel 2. Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Index* PT. Sucofindo

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81 - 1,00	Sangat Puas
0,66 - 0,80	Puas
0,51 - 0,65	Cukup Puas
0,35 - 0,50	Kurang Puas
0,00 - 0,34	Tidak Puas

Sumber: Riandinia dkk, 2006

Untuk menentukan loyalitas pelanggan dalam penelitian ini dinilai berdasarkan kriteria yang terdiri dari alasan pelanggan melakukan penggilingan daging karena faktor harga (*switcher/price buyer*), karena faktor kebiasaan (*habitual buyer*), karena mendapatkan kepuasan dalam melakukan penggilingan sebelumnya (*satisfied buyer*), pelanggan benar-benar menyukai (*liking the brand*), dan pelanggan yang menyarankan kepada orang lain untuk melakukan penggilingan di penggilingan daging Kelompok Sumber Rejeki (*committed buyer*). Perhitungan untuk analisis loyalitas pelanggan dihitung berdasarkan jawaban “setuju” dan “sangat setuju”. Interval untuk rentang skala perhitungan analisis loyalitas pelanggan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Interval} &= \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Banyaknya Kelas}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0,80
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan akan diinterpretasikan berdasarkan nilai rata-rata yang dihasilkan kedalam rentang skala sebagai berikut:

- 1,00 - 1,80 = Sangat tidak setuju
- 1,81 - 2,60 = Tidak setuju
- 2,61 - 3,40 = Ragu-ragu

3,41 - 4,20 = Setuju

4,21 - 5,00 = Sangat setuju

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan kebanyakan adalah mereka yang berumur antara 25-35 tahun, didominasi oleh pelanggan muda yang beranjak dewasa. Berjumlah anggota keluarga sebanyak 4 orang, cenderung keluarga muda yang anggota keluarganya tidak terlalu banyak. Berstatus sudah menikah, status tersebut terkait dengan umur dimana kebanyakan pelanggan berumur tua, sedangkan mereka yang belum menikah umumnya merupakan pengusaha muda. Berjenis kelamin laki-laki, kebanyakan pelanggan adalah bapak-bapak rumah tangga yang mata pencaharian utamanya adalah pedagang yang berkepentingan dengan daging giling atau daging yang dihaluskan. Pendidikan terakhir pelanggan didominasi oleh jenjang SMA/SMK, hal ini menggambarkan semakin tinggi jenjang pendidikan seorang pelanggan maka semakin tinggi pula kesadarannya untuk berusaha memperoleh keuntungan dari kegiatan menggiling daging ataupun dari kegiatan usaha berbentuk apapun yang dilakukannya. Berpendapatan antara Rp.500.001-Rp.1.500.000, umumnya pelanggan berpendapatan menengah ke atas. Intensitas penggunaan jasa sebanyak 11-20 kali menggiling dalam sebulan, didominasi oleh pedagang berskala menengah yang usahanya tidak terlalu besar. Berstatus pekerjaan sebagai wiraswasta atau pengusaha, kebanyakan pelanggan bermata pencaharian sebagai pedagang bakso dan pedagang-pedagang yang berkepentingan dengan daging giling sebagai mata pencaharian utamanya.

Tabel 3. Karakteristik Pelanggan Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki

Karakteristik	Jumlah (orang)
Umur	
19-24	3
25-35	12
36-50	10
51-65	5
Jumlah Anggota Keluarga	
2	1
3	9
4	12
5	4
>5	4
Status Pernikahan	
Menikah	29
Belum Menikah	1
Jenis Kelamin	

Laki-Laki	17
Perempuan	13
Pendidikan Terakhir	
SD	7
SMP	7
SMA/SMK	16
Diploma	-
Sarjana	-
Pendapatan	
≤Rp. 500.000	-
Rp. 500.001 - Rp. 1.500.000	15
Rp. 1.500.001 - Rp. 2.500.000	11
Rp. 2.500.001 - Rp. 3.500.000	4
> Rp. 3.500.000	-
Intensitas Penggunaan Jasa	
≤10	14
11-20	15
>21	1
Pekerjaan	
Pelajar/Mahasiswa	1
Ibu RT	1
Pegawai Swasta	1
Pegawai Negri/BUMN	3
Wiraswasta/Pengusaha	24
Lainnya (Musisi, entertainer)	-

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2017

Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan tercapai apabila kinerja perusahaan sesuai dengan tingkat kepentingan pelanggan. Dan untuk membandingkan rata-rata penilaian pelanggan terhadap tingkat kepentingan, dari kualitas pelayanan (*importance*) dengan tingkat kinerja kualitas pelayanan (*performance*).

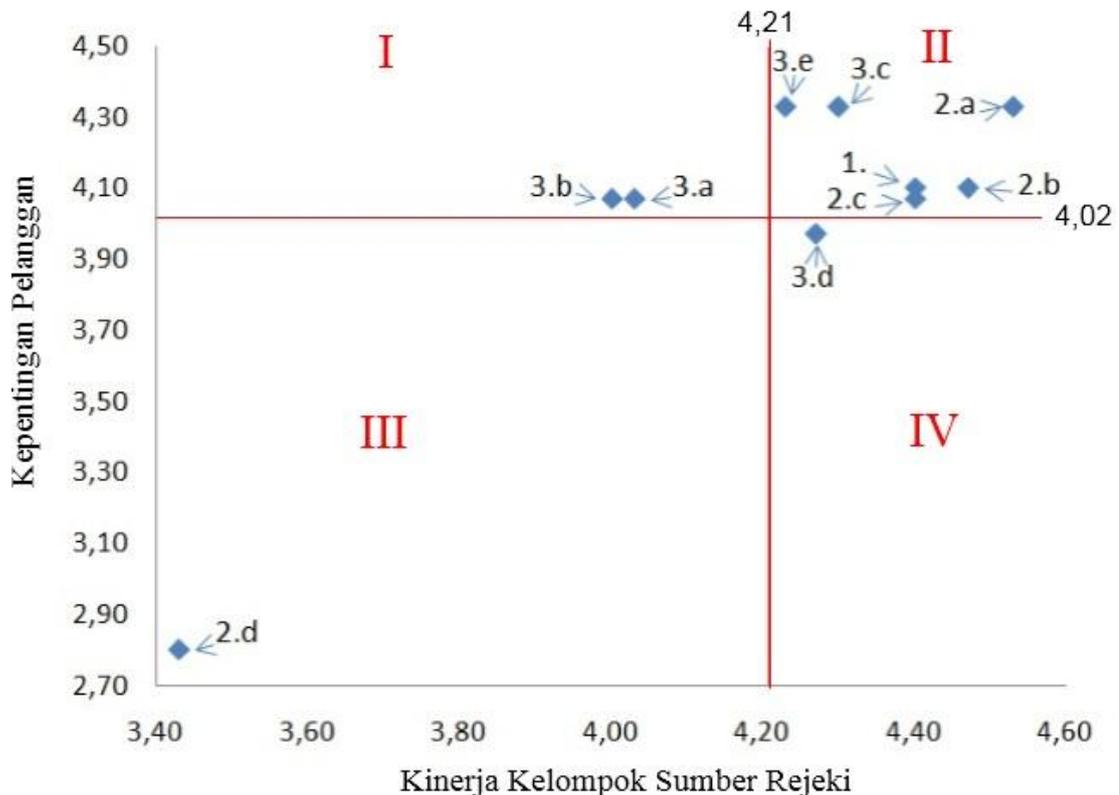
Tabel 4. Tingkat Kepentingan dan Kinerja Serta Nilai Rata-Rata Atribut

Atribut		Rata-Rata	
		Kepentingan	Kinerja
1. Harga Jual Jasa		4,10	4,40
2. Kualitas Pelayanan	a. Kecepatan	4,33	4,53
	b. Keramahan	4,10	4,47
	c. Kesopanan	4,07	4,40
	d. Kerapian	2,80	3,43
3. Kualitas Daging Giling	a. Warna	4,07	4,03
	b. Rasa	4,07	4,00

	c. Tekstur	4,33	4,30
	d. Aroma	3,97	4,27
	e. Kebersihan	4,33	4,23
Rata-Rata		4,02	4,21

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2017

Dari data rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja maka ke 10 atribut dikelompokkan ke dalam 4 kuadran, yaitu sebagai berikut.



Gambar 1. Diagram Cartesius Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki

Kuadran I

Pada Kuadran I terdapat atribut warna dan rasa daging giling. Pelanggan menganggap atribut-atribut tersebut penting, namun kinerjanya tidak sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Maka hendaknya pihak manajemen melakukan perbaikan kinerja terhadap atribut-atribut tersebut, agar daging giling dapat menghasilkan warna dan rasa yang sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan dan pada akhirnya agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kuadran II

Kuadran II menunjukkan bahwa antara tingkat kepentingan dan harapan pelanggan sudah sesuai dengan kinerja masing-masing atribut, artinya pelanggan sudah merasa puas terhadap kinerja atribut-atribut yang mereka terima sehingga manajemen hanya perlu mempertahankan kualitas kinerja yang ada pada kuadran ini. Atribut-atribut yang terdapat pada kuadran ini adalah harga jual jasa penggilingan daging, kecepatan pelayanan, keramahan pelayanan, kesopanan pelayanan, tekstur dan kebersihan daging giling.

Kuadran III

Pada Kuadran III terdapat satu atribut yaitu kerapian pelayanan, atribut tersebut dinilai pelanggan tidak terlalu penting artinya pelanggan tidak terlalu mengharapkan terhadap kinerja atribut tersebut dan nyatanya kinerjanya biasa-biasa saja.

Kuadran IV

Atribut pada kuadran IV dinilai oleh pelanggan memiliki kepentingan yang rendah tetapi kinerjanya bagus, atribut pada kuadran ini adalah aroma daging giling.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk menganalisis kepuasan pelanggan secara menyeluruh dari semua atribut-atribut yang diukur.

Tabel 5. Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

Atribut	Rata-Rata Skor Kepentingan	Importance Weighting Factors (%)	Rata-Rata Skor Kinerja	Weighted Score
Harga jual jasa	4,10	10,21	4,40	0,45
Kecepatan pelayanan	4,33	10,78	4,53	0,49
Keramahan pelayanan	4,10	10,21	4,47	0,46
Kesopanan pelayanan	4,07	10,13	4,40	0,45
Kerapian pelayanan	2,80	6,97	3,43	0,24
Warna daging giling	4,07	10,13	4,03	0,41
Rasa daging giling	4,07	10,13	4,00	0,40
Tekstur daging giling	4,33	10,78	4,30	0,46
Aroma daging giling	3,97	9,88	4,27	0,42
Kebersihan daging giling	4,33	10,78	4,23	0,46
Total	40,17	100,00	42,06	4,23
Customer Satisfaction Index (%)				0,85

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2017

Nilai *CSI* pada penelitian ini adalah 0,85. Menurut Panduan Survei Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo yang berada pada rentang 0,81-1,00, artinya kepuasan pelanggan Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki secara keseluruhan berada pada kriteria “sangat puas”.

Analisis Loyalitas Pelanggan

Analisis *Switcher Buyer*

Switcher (berpindah-pindah) adalah pelanggan yang sering berpindah dari satu penggilingan ke penggilingan daging lainnya, hal ini menandakan bahwa pelanggan tersebut sama sekali tidak loyal. Berdasarkan hasil perhitungan *switcher*, diperoleh bahwa pelanggansangat jarang berpindah ke penggilingan daging lain. Hal ini terlihat pada tabel 6, yang menunjukkan nilai rata-rata sebesar 1,80 yang masuk dalam kategori (1,00-1,80).

Tabel 6. *Switcher Buyer*

Jawaban	X	F	F.X	%
Sangat Tidak Setuju	1	13	13	24,07
Tidak Setuju	2	12	24	44,44
Ragu-Ragu	3	3	9	16,67
Setuju	4	2	8	14,81
Sangat Setuju	5	-	-	-
Total		30	54	100
Rata-rata			1,80	
<i>Switcher Buyer</i>			6,67	

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2017

Analisis *Habitual Buyer*

Habitual buyer (kebiasaan) adalah pelanggan yang dikategorikan telah puas terhadap produk ataupun jasa yang dikonsumsi, atau setidaknya mereka tidak mengalami ketidakpuasan dalam menggunakan produk atau jasa tersebut. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 7, pelanggan cukup menyetujui bahwa keputusan untuk menggiling adalah karena kebiasaan. Ini ditunjukkan oleh nilai rata-rata sebesar 3,17 yang termasuk dalam kategori cukup setuju (2,61-3,40).

Tabel 7. *Habitual Buyer*

Jawaban	X	F	F.X	%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2,10
Tidak Setuju	2	7	14	14,74
Ragu-Ragu	3	10	30	31,58
Setuju	4	6	24	25,26
Sangat Setuju	5	5	25	26,32
Total		30	95	100
Rata-rata			3,17	

Habitual Buyer	36,67
-----------------------	--------------

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2017

Analisis *Satisfied Buyer*

Satisfied buyer (puas dengan biaya peralihan) adalah pelanggan yang termasuk dalam kategori puas bila mereka menggunakan jasa tersebut, meskipun mungkin saja mereka memindahkan pilihannya ke penggilingan daging lain dengan menanggung *switching cost* (biaya peralihan) yang terkait dengan waktu, uang, atau risiko kinerja yang melekat dengan tindakan mereka beralih pilihan. Berdasarkan hasil perhitungan *satisfied buyer* pada tabel 8, pelanggan dikategorikan telah puas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai rata-rata sebesar 3,57 (3,40-4,20).

Tabel 8. *Satisfied Buyer*

Jawaban	X	F	F.X	%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	1,87
Tidak Setuju	2	3	6	5,61
Ragu-Ragu	3	7	21	19,63
Setuju	4	12	48	44,86
Sangat Setuju	5	6	30	28,04
Total		30	107	100
Rata-rata			3,57	
<i>Satisfied Buyer</i>			60	

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2017

Analisis *Liking The Brand*

Liking the brand (menyukai merek) adalah pelanggan yang sungguh-sungguh menyukai merek dari suatu produk. Pada tingkatan ini dijumpai perasaan emosional yang terkait pada penggunaan jasa ataupun produk. Berdasarkan hasil perhitungan *liking the brand* pada tabel 9, rata-rata pelanggan menyatakan bahwa mereka menyukai Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai rata-rata sebesar 4,10 (3,41-4,20).

Tabel 9. *Liking The Brand*

Jawaban	X	F	F.X	%
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Tidak Setuju	2	2	4	3,25
Ragu-Ragu	3	3	9	7,32
Setuju	4	15	60	48,78
Sangat Setuju	5	10	50	40,65
Total		30	123	100
Rata-rata			4,10	
<i>Liking The Brand</i>			83,33	

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2017

Analisis Committed Buyer

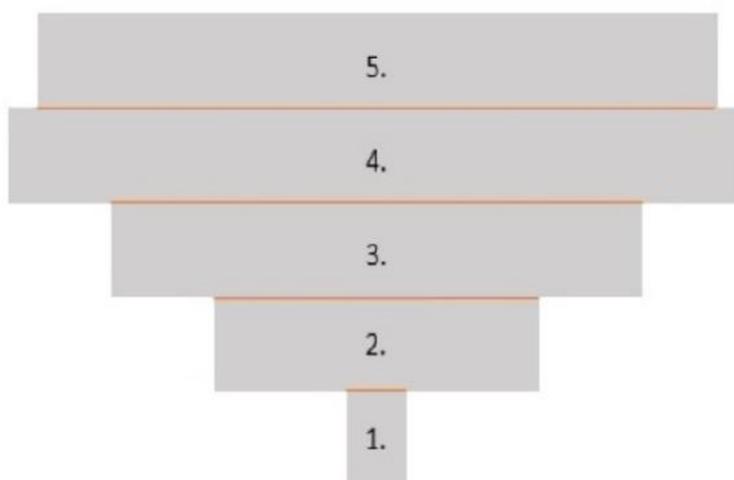
Committed buyer (pelanggan yang komit) merupakan pelanggan yang setia. Pada tingkatan ini, salah satu aktualisasi loyalitas pelanggan ditunjukkan oleh tindakan merekomendasikan dan mempromosikan merek atau jasa tersebut kepada pihak lain. Berdasarkan hasil perhitungan *committed buyer* pada tabel 10, rata-rata pelanggan setuju untuk menyarankan atau mempromosikan Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki kepada orang lain, ini ditunjukkan oleh nilai rata-rata sebesar 3,90 (3,41-4,20).

Tabel 10. *Committed Buyer*

Jawaban	X	F	F.X	%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	0,85
Tidak Setuju	2	2	4	3,42
Ragu-Ragu	3	4	12	10,26
Setuju	4	15	60	51,28
Sangat Setuju	5	8	40	34,19
Total		30	117	100
Rata-rata			3,90	
<i>Committed Buyer</i>			76,67	

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2017

Perhitungan analisis loyalitas pelanggan tersebut dapat disusun dalam suatu kesatuan piramida loyalitas. Piramida loyalitas yang ideal berbentuk segitiga terbalik. Piramida loyalitas pelanggan Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki dapat dilihat pada Gambar berikut.



Gambar 2. Piramida Loyalitas Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki

Keterangan: 1. *Switcher Buyer* = 6,67%
 2. *Habitual Buyer* = 36,67%

3. *Satisfied Buyer* = 60%
4. *Liking The Brand* = 83,33%
5. *Committed Buyer* = 76,67%

Kondisi loyalitas seperti ini cukup baik karena jumlah *committed buyer* lebih dari 50 persen. Pelanggan dikatakan sudah loyal karena sebanyak 76,67% telah merekomendasikan kepada orang lain untuk menggiling di Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan:

1. Karakteristik pelanggan Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki: umur 25-35 tahun, jumlah anggota keluarga 4 orang, status sudah menikah, jenis kelamin laki-laki, pendidikan terakhir SMA/SMK, pendapatan Rp. 500.001-Rp. 1.500.000, intensitas penggunaan jasa 11-20 kali dalam sebulan, dan pekerjaan wiraswasta/pengusaha.
2. Berdasarkan *IPA* atribut yang diteliti masuk ke dalam empat kuadran. Kuadran I adalah warna dan rasa daging giling. Kuadran II adalah harga jual jasa penggilingan daging, kecepatan pelayanan, keramahan pelayanan, kesopanan pelayanan, tekstur dan kebersihan daging giling. Kuadran III adalah kerapian pelayanan. Kuadran IV adalah aroma daging giling. Berdasarkan *CSI* secara keseluruhan pelanggan sangat puas terhadap kinerja Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki, hal ini terlihat dari nilai *CSI* sebesar 0,85 yang berada pada rentang 0,81-1,00. Kondisi loyalitas pelanggan Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki sudah cukup baik. Jumlah *switcher buyer* yaitu 6,67%, *habitual buyer* 36,67%, *satisfied buyer* 60%, *liking the brand* 83,33%, dan *committed buyer* 76,67%. Kondisi ini cukup baik karena telah membentuk piramida segitiga terbalik. Pelanggan dapat dikatakan sudah loyal karena mayoritas pelanggan (76,67%) telah merekomendasikan kepada orang lain untuk menggiling di Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki.

Saran:

1. Tingkatkan kinerja terutama warna dan rasa daging hasil penggilingan, karena hal ini dianggap penting oleh pelanggan namun kinerjanya belum dapat memuaskan pelanggan.
2. Pertahankan kinerja terutama harga jual jasa penggilingan daging, kecepatan pelayanan, keramahan pelayanan, kesopanan pelayanan, tekstur daging giling, dan kebersihan daging giling. Karena atribut-atribut tersebutlah yang membuat usaha Penggilingan Daging Kelompok Sumber Rejeki unggul di mata pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Pertanian dan Peternakan Kabupaten Seruyan. 2016. *Data Produksi dan Pemasaran Usaha Penggilingan Daging di Kuala Pembuang Kabupaten Seruyan*.
- Riandinia, Oktaviani, Wahyu. 2006. *Analisis Kepuasan Pengunjung dan Pengembangan Fasilitas Wisata Agro*. Jurnal Agro. 24. (1). 41-56.