



Analisis Kepuasan Pelanggan Labbaik Chicken Menggunakan CSI (Customer Satisfaction Index)

Resti Apipah

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Khoirunnida

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Syamsul Hidayat

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Alamat: Jl.Raya Serang-Jakarta KM.3 No. 1B, Kota Serang, Banten

Korespondensi penulis: restiaapipah@email.com

***Abstract.** This research aims to determine the level of customer satisfaction with the products and services provided by the Labbaik Chicken Company. The method used was a survey using an instrument in the form of a questionnaire which was delivered to a research sample of 330 respondents. Data was analyzed using the Customer Satisfaction Index (CSI) to measure the overall level of customer satisfaction. The research results showed that the CSI value obtained was 54.19 which was in the "Quite Satisfying" category. This indicates that in general Labbaik Chicken customers are quite satisfied with the products and services they receive. Factors that have a positive influence on customer satisfaction are food quality, taste and speed of service. Meanwhile, prices were seen as quite expensive by some respondents. This research is expected to provide an overview of the level of satisfaction of Labbaik Chicken customers and input for improving service quality in order to increase customer loyalty in the future.*

***Keywords:** Customer Satisfaction, Labbaik Chicken*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan yang diberikan oleh Perusahaan Labbaik Chicken. Metode yang digunakan adalah survei dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner yang disampaikan kepada sampel penelitian sebanyak 330 responden. Data dianalisis menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai CSI yang diperoleh sebesar 54,19 yang berada pada kategori "Cukup Puas". Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum pelanggan Labbaik Chicken merasa cukup puas dengan produk dan layanan yang diterima. Faktor-faktor yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas makanan, rasa, dan kecepatan pelayanan. Sementara itu, harga dipandang cukup mahal oleh sebagian responden. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat kepuasan pelanggan Labbaik Chicken dan masukan untuk perbaikan mutu layanan demi meningkatkan loyalitas pelanggan ke depannya.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Labbaik Chicken

LATAR BELAKANG

Ayam goreng merupakan salah satu produk hasil olahan ternak ayam yang telah menjadi makanan favorit oleh hampir sebagian besar masyarakat Indonesia. Usaha penjualan ayam goreng merupakan salah satu jenis usaha yang memiliki prospek bisnis yang sangat bagus karena produk ini relatif disenangi oleh hampir semua segmen umur, mulai anak – anak, remaja, maupun dewasa. Saat ini terdapat beberapa *franchise* yang menawarkan ayam goreng sebagai menu utama, seperti *Kentucky Fried Chicken (KFC)*, *McDonald's*, *Allen & Wright (A&W)*, dan *California Fried Chicken (CFC)*, dsb. Di Indonesia, pasar dari ayam goreng dengan balutan tepung ini dikuasai oleh beberapa waralaba besar tersebut. Dalam meningkatkan penjualan produk, bisnis restoran ayam goreng sangat bergantung pada selera konsumen. Oleh karena itu, pemahaman atas kebutuhan dan selera konsumen sangatlah penting. Kepuasan atas pelayanan dapat ,menjadikan konsumen menjadi loyal dan berpotensi untuk melakukan pembelian ulang.

Industri makan cepat saji pertama kali memasuki Indonesia pada tahun 1970-an, diawali oleh merek Amerika seperti KFC dan Burger King. Pada tahun 1997, penguatan perkembangan industri ini semakin ditopang oleh penerbitan PP RI Nomor 16 tentang waralaba. Seiring perkembangan zaman , makanan cepat saji menjadi semakin diminati oleh Masyarakat. Minat ini turut berperan dalam pertumbuhan industri cepat saji. Sebagai contoh, produk olahan ayam seperti friend chicken sangat populer dan mudah ditemukan. Ayam goreng siap saji ini adalah potongan ayam yang dilapisi tepung dan bumbu sebelum dimasak atau telah dimarinasi. Kepraktisan, kemudahan, dan cepat saji dalam mengkonsumsikannya menjadikan friend chicken salah satu produk makanan cepat saji yang sangat diminati.

Sehubungan dengan kepuasan pelanggan terhadap makanan cepat saji telah banyak riset yang mengemukakan hal ini, tingkat kepuasan konsumen telah dianalisis diberbagai restoran dengan metode CSI.

Perkembangan teknologi seperti inilah yang terus berkembang dari masa ke masa sesuai perkembangan faktor pendorongnya dibidang teknologi informasi. Informasi yang cepat dan akurat merupakan bentuk informasi yang sangat dibutuhkan oleh Masyarakat. Dengan kata lain Perusahaan harus dapat memberikan informasi kepada Masyarakat, hingga mereka dapat lebih mudah dalam mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, Perusahaan harus melakukan strategi pemasaran yang tepat untuk mengkaji kebutuhan pasar sehingga dapat mencapai target dan sasaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan dalam meningkatkan penjualan Perusahaan, dengan cara menciptakan *online shopping* dalam sebuah strategi pemasaran.

Adapun sekarang ini Upaya yang dilakukan oleh *Labbaik Chicken* dalam peningkatan penjualan makanan yaitu dengan menggunakan pemasaran secara online dengan metode pengenalan produk kepada Masyarakat atau konsumen dengan menyajikan iklan melalui akun sosial media Instagram *@labbaik chicken* disertai informasi yang sesuai kebutuhan pengguna internet serta pelayanan yang optimal terhadap calon pelanggan, dan banyaknya pesaing di industri sejenis yang menggunakan

akun sosial media membuat konsumen membandingkan produk yang tersebar dikota Bengkulu.

Dalam perkembangan dunia dewasa ini yang semakin maju dengan kemajuan teknologi serta persaingan ekonomi global yang semakin terbuka, setiap Negara dituntut untuk meningkatkan sumber daya manusia yang terampil dan professional dibidangnya masing – masing. Kemampuan daya saing suatu Perusahaan atau organisasi sangat ditentukan oleh tingkat produktivitas dan pelayanan maksimal yang dihasilkan para karyawan. Perusahaan Labbaik chicken memiliki fungsi manajemen sendiri disetiap cabangnya yang dipimpin oleh seorang Manajer yang membawahi Supervisor dan divisi lain seperti Kitchen, Cashier, Preparation dan Waiter dan Waitress. Didalam Perusahaan ini labbaik chicken tidak hanya menjual produk makanan dan minuman saja, tetapi juga dari segi *service* / pelayanan yang dapat memuaskan konsumen. Untuk mendapatkan *service* yang berkualitas dibutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas pula. Dalam pertumbuhan dan pengembangan usaha, Perusahaan perlu memperkaya sumber daya manusia dalam segi kualitas dan kuantitas maka dapat ditemukan adanya permasalahan berkaitan dengan kinerja karyawan labbaik chicken.

KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen di Dr Chicken Cimahpar. Dengan menggunakan metode indeks kepuasan pelanggan (CSI), penelitian ini menunjukkan bahwa Dr Chicken Cimahpar memiliki tingkat kepuasan konsumen yang berada dalam kriteria "puas". Faktor yang paling penting bagi kepuasan konsumen adalah makanan yang disajikan *crispy* atau *fresh*, dan ketepatan penyajian pesanan. Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian ini hanya mencakup konsumen yang mengunjungi dan berbelanja produk pada tahap observasi kedua dan bersedia menjadi responden untuk penelitian. Oleh karena itu, hasilnya mungkin tidak mencerminkan pandangan semua konsumen Dr Chicken Cimahpar. Kedua, penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*, yang berpotensi memperkenalkan bias karena jumlah populasi yang digunakan tidak diketahui secara pasti sehingga tingkat akurasi yang didapatkan rendah.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan metode *sampling* yang lebih sistematis dan mencakup populasi yang lebih luas untuk mendapatkan gambaran yang lebih akurat tentang tingkat kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti faktor demografis atau perilaku konsumen. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang tingkat kepuasan konsumen di Dr Chicken Cimahpar dan menunjukkan pentingnya makanan yang disajikan *crispy* atau *fresh*, dan ketepatan penyajian pesanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil ini dapat digunakan oleh Dr Chicken Cimahpar untuk meningkatkan produk dan layanannya, dan oleh peneliti lain sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut tentang kepuasan konsumen.

Pelatihan dengan metode on the job training dan Metode Apprenticeship lebih terarah pada peningkatan kemampuan dan keahlian karyawan perusahaan Labbaik Chicken yang berkaitan dengan jabatan atau fungsi yang menjadi tanggung jawab individu yang bersangkutan saat ini (current job oriented). Sasaran yang ingin dicapai dari suatu program pelatihan adalah peningkatan kinerja individu dalam perusahaan Labbaik Chicken. Dengan adanya pelatihan merupakan salah satu jalan keluar terhadap sejumlah masalah penurunan kualitas kinerja organisasi atau perusahaan disebabkan oleh penurunan kemampuan dan keusangan keahlian yang dimiliki oleh karyawan perusahaan Labbaik Chicken. Pelatihan merupakan penciptaan suatu lingkungan dimana para karyawan perusahaan Labbaik Chicken dapat memperoleh dan mempejari sikap, kemampuan, keahlian, pengetahuan perilaku spesifik yang berkaitan dengan pekerjaan masing-masing.

Berdasarkan hasil penelitian keseluruhan aspek – aspek studi kelayakan bisnis *Chicken Crush* tuasan maka terdapat beberapa kesimpulan yaitu : berdasarkan aspek hukum, restoran *Chicken Crush* tuaskan sudah layak karena usaha ini sudah memiliki dokumen dan surat berharga dalam usahanya, seperti SIUP, IMB, dan dokumen penting lainnya yang sudah dipatenkan juga oleh pemerintah kota Medan. Berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, restoran *Chicken Crush* sudah layak, dan berada dalam kategori yang sangat baik. *Chicken crush* tuasan sangat teliti dalam memperhatikan pasar dan pemasarannya dan menerapkan sistem bauran pemasaran (Marketing Mix) yang tepat, karena bagi mereka itu juga merupakan kunci sukses dalam usaha mereka.

METODE PENELITIAN

METODE RISET PASAR

Jenis penelitian ini adalah penelitian indeks kepuasan pelanggan (CSI). CSI menentukan tingkat kepuasan pengguna berdasarkan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan fitur produk atau jasa yang diukur (Amri et al., 2020). Selain itu, CSI juga berguna untuk memberikan hasil data yang jelas tentang tingkat kepuasan pengguna dan memiliki nilai lebih. Metode ini memiliki beberapa keunggulan, termasuk mengumpulkan data yang perlu diperbaiki dengan cepat, mudah digunakan, sederhana, serta menggunakan skala yang sensitif atau akurat. Rumus slovin digunakan dalam menentukan jumlah sampel yang dilakukan dengan cara perhitungan statistik. Rumus slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang jumlahnya telah diketahui

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Manajemen Universitas Bina Bangsa dengan jumlah 1.908 orang/mahasiswa. Seluruh konsumen yang pernah mengonsumsi produk Labbaik Chicken.

Sampel Merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dimaksudkan agar penelitian menjadi praktis, karena mengingat bahwa untuk meneliti populasi akan memakan waktu yang cukup lama.

Teknik Analisis Data

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan CSI (Customer Satisfaction Index) sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan. CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut – atribut produk/jasa. CSI atau Indeks kepuasan konsumen adalah sebuah angka yang menyatakan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan produsen tertentu. Customer Satisfaction Index (CSI), diperlukan perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh yang dinyatakan dalam bentuk persentase (%) dalam survei kepuasan pelanggan.

Instrumen Penelitian

Pada Penelitian penulis menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan dalam bentuk angket dengan menggunakan metode Likert Summated Rating (LSR), dimana setiap poin pertanyaan mempunyai 4 (empat) opsi sebagai berikut:

- Sangat Tidak Setuju = Bobot 1
- Tidak Setuju = Bobot 2
- Setuju = Bobot 3
- Sangat Setuju = Bobot 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Data responden yang diperoleh adalh penelitian ini berasal dari kuesioner yang dibagikan secara online melalui google form pada konsumen Labbaik Chicken. Responden yang diperoleh pada penelitian ini sebanyak 330 responden.

Untuk mengukur sampel dari populasi, dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 5% adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{1.908}{1 + 1.908 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{1.908}{1 + 1.908 (0,0025)}$$

$$n = \frac{1.908}{1 + 4,77}$$

$$n = \frac{1.908}{5,77}$$

$$n = 330.$$

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

E : Tingkat Kesalahan 5%

Pengujian Customer Satisfaction Index (CSI)

Item	MSI	MSS	WF	WS
X1.1	3.227	3.161	16.37	51.72
X1.2	3.358	3.339	17.03	56.86
X3.3	3.239	3.330	16.43	54.71
X2.1	3.261	3.233	16.53	53.46
X2.2	3.430		17.40	
X2.3	3.209		16.27	
Jumlah	19.72			

WT	216.75	Keterangan
CSI	54.19	Cukup Puas

Customer Satisfaction Index (CSI) adalah metode pengukuran kepuasan pelanggan yang menggunakan analisis kuantitatif berupa persentase pelanggan yang senang dalam suatu survei kepuasan pelanggan. Interpretasi nilai CSI dapat dilihat pada tabel kriteria indeks kepuasan yang terdiri dari empat kategori, yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Uji CSI dapat dilakukan dengan menghitung Mean Importance Score (MIS) tiap-tiap variabel, membuat Weight Factors (WF) per variabel, menentukan Mean Satisfaction Score (MSS) tiap atribut, dan menghitung nilai CSI. Nilai CSI yang tinggi menunjukkan kinerja yang sangat memuaskan, sedangkan nilai CSI yang rendah menunjukkan kinerja yang tidak memuaskan. CSI sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan, seperti memanta

perbaiki pelayanan, memotivasi karyawan, dan pemberian bonus sebagai gambaran yang mewakili tingkat kepuasan pelanggan.

Hasil dari uji CSI Perusahaan Labbaik Chicken adalah 54,19 pada skala 216,75. Interpretasi dari angka ini adalah bahwa pelanggan perusahaan Labbaik Chicken secara umum merasa kurang puas dengan produk atau layanan yang diberikan. Angka 54,19 menunjukkan tingkat kepuasan yang sedang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil pengukuran Customer Satisfaction Index (CSI) untuk Labbaik Chicken mencapai nilai 54,19 pada skala 216,75. Nilai ini termasuk kategori "Cukup Puas", sehingga secara umum pelanggan Labbaik Chicken belum sepenuhnya puas dengan produk dan layanan yang diterima. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Labbaik Chicken antara lain kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan pengalaman berbelanja sebelumnya. Kualitas produk dan pelayanan yang kurang memuaskan berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor yang paling penting bagi kepuasan konsumen restoran cepat saji adalah kualitas makanan, khususnya yang disajikan segar dan renyah. Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh ketepatan penyajian pesanan. Labbaik Chicken perlu melakukan perbaikan terhadap kualitas produk, khususnya kualitas dan kesegaran makanan. Perbaikan pelayanan, seperti kecepatan penyajian pesanan dan ketepatan pesanan juga perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dilakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala untuk memantau dan meningkatkan kinerja serta menanggapi masukan dari pelanggan. Membangun loyalitas pelanggan dengan promosi dan program keanggotaan dengan tujuan meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan. Penelitian selanjutnya perlu melibatkan sampel yang lebih representatif dari seluruh pelanggan untuk memperoleh hasil yang lebih akurat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatnya, kami dapat menjelaskan artikel jurnal ilmiah ini. Penelitian jurnal ilmiah ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mengerjakan UAS Studi Kelayakan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa.

Kami menyadari tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh sebab itu kami mengucapkan terima kasih kepada Bapak Syamsul Hidayat, SE.,MM

Kami menyadari dalam artikel jurnal ini masih terdapat kekurangan, untuk itu diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dapat menyempurnakan artikel jurnal ini.

Akhir kata, Kami mengucapkan terima kasih dan semoga artikel jurnal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

DAFTAR REFERENSI

Akhyudin.,DKK.(2019). *Peran Pelatihan Dengan Metode On The Job Training dan Metode Apprenticeship Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Labbaik Chicken*.Syi'ar Iqtishadi

<http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JIEc/article/viewFile/6592/4555>

Siahaan,Sabda Dian Nurani., dan Novita Indah Hasibuan.(2021). *Analisis Kelayakan Bisnis Restoran Chicken Crush*.Niagawan

<https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/niagawan/article/download/24843/16282>

Asyasyakur,Aqila.,DKK.(2023). *Studi Kasus Tingkat Kepuasan Konsumen Dr Chicken Cimahpar*. Sekolah Vokasi IPB

<https://journal.ascarya.or.id/index.php/iscs/article/download/541/127>

Wahyu Setiadi.,Yulius.(2021). *Pengaruh Marketing Online dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian*. Manajemen Sains (MS)

<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2997887&val=27024&title=PENGARUH%20MARKETING%20ONLINE%20DAN%20E-SERVICE%20QUALITY%20TERHADAP%20KEPUTUSAN%20PEMBELIAN%20Studi%20Kasus%20Pembelian%20Produk%20Labbaik%20Chicken>

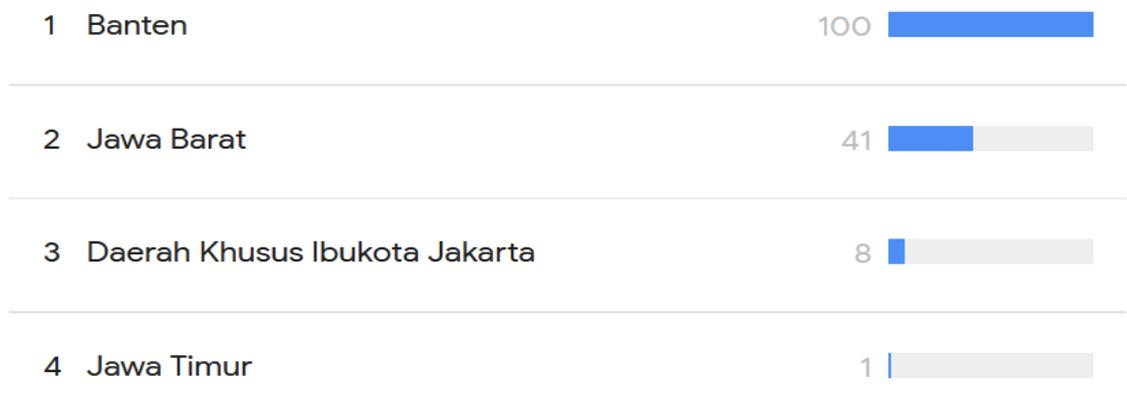
Penempatan Gambar

Kepuasan Pelanggan Labbaik Chicken

Gambar 1



Gambar 2



Dari Gambar 1 dan 2 menjelaskan di perusahaan labbaik chicken ada empat wilayah yaitu dibanten, daerah khusus ibu kota jakarta dan jawa timur. Dan dibanten labbaik chicken sangat terunggul dengan jumlah persentase 100%, di jawa barat 41%, daerah khusus ibukota jakarta 8%, dan jawa timur sangat rendah dengan persentase 1%. Fakta menarik lain dari riset ini juga menunjukkan bahwa perusahaan labbaik chicken turun menurun pada saat riset ini dilakukan. Pelayanan labbaik chicken pada 11 desember 2022 sampai 2 april 2023 riset tersebut naik turun. Dipertengahan bulan mei labbaik chicken risetnya sangat baik dan di 21 juli 2023 sampai bulan oktober risetnya turun menurun dan ditanggal 12 November 2023 risetnya mulai naik lagi.