



Persepsi Konsumen terhadap Atribut Produk Susu Jagung ZeaGrain dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA)

Siti Fayyaza Azzahra ^{1*}, Kamila Septianda Azura ², Muhammad Dzaky Akmal Khair ³, Garcinia Dewi Safitri ⁴, Nurfitri Cahyaningtias ⁵, Khoirul Aziz Husyairi ⁶, Maulania Rahma Azzahra ⁷

¹⁻⁷ Program Studi Manajemen Agribisnis, Institut Pertanian Bogor, Indonesia

Email : szhrfayyaza@apps.ipb.ac.id ¹, kamilaazura@apps.ipb.ac.id ², dzakyakmal@apps.ipb.ac.id ³, garciniadewi@apps.ipb.ac.id ⁴, nurfitriicahyaningtias@apps.ipb.ac.id ⁵, khoirulaziz@apps.ipb.ac.id ⁶, araarahma@apps.ipb.ac.id ⁷

*Penulis korespondensi : szhrfayyaza@apps.ipb.ac.id

Abstract. *The development of value-added corn-based beverages representation an emerging opportunity within the agribusiness sector, particularly for student-led entrepreneurial initiatives seeking to utilize local agricultural resources. This study examines consumer perceptions of Zeagrain corn milk, a sweet-corn-derived drink positioned as a healthy, practical, and affordable alternative within the ready-to-drink market segment. The research aims to identify key attributes influencing consumer interest, evaluate perceived product performance, and assess the potential competitiveness of Zeagrain as a new agribusiness product. Data were collected using an online quantitative survey targeting respondents aged 17–35 years who represent potential urban consumers. The questionnaire measured demographic characteristics, consumption patterns of similar beverages, perceived importance and performance of product attributes, and purchase intention. The findings are expected to provide insights into consumer expectations regarding taste, packaging, nutritional value, and price. The results further serve as empirical input for improving product development strategies and enhancing the market readiness of Zeagrain. Ultimately, this study contributes to strengthening the commercialization prospects of corn-based beverages and supports innovation efforts among young agripreneurs seeking to optimize local commodities.*

Keywords: *Consumer Perception, Corn Milk, Importance Performance Analysis, Product Attributes, Zeagrain.*

Abstrak. Pengembangan minuman berbasis jagung bernilai tambah menjadi peluang penting dalam sektor agribisnis, terutama bagi inisiatif kewirausahaan mahasiswa yang memanfaatkan komoditas lokal. Penelitian ini bertujuan mengkaji persepsi konsumen terhadap susu jagung ZeaGrain sebagai minuman olahan jagung manis yang diposisikan sebagai alternatif sehat, praktis, dan terjangkau. Fokus penelitian diarahkan pada identifikasi atribut yang dianggap penting oleh konsumen serta tingkat kinerja produk berdasarkan penilaian mereka. Metode Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk memetakan atribut rasa, aroma, tekstur, kemasan, harga, dan ketersediaan ke dalam empat kuadran prioritas perbaikan. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert kepada konsumen potensial ZeaGrain. Hasil penelitian diharapkan memberikan gambaran mengenai atribut yang perlu dipertahankan, ditingkatkan, atau menjadi prioritas pengembangan produk. Temuan ini juga diharapkan mendukung pengambilan keputusan dalam pengembangan strategi peningkatan kualitas ZeaGrain agar lebih sesuai dengan preferensi pasar.

Kata Kunci: Atribut Produk, Importance Performance Analysis, Persepsi Konsumen, Susu Jagung, Zeagrain.

1. LATAR BELAKANG

Konsumsi susu di Indonesia mengalami peningkatan, menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2019, angka tersebut mencapai 16,23 liter per kapita per tahun, meningkat 0,20 liter dari tahun sebelumnya. Secara umum, konsumsi susu harian di Indonesia masih didominasi oleh susu hewani yang diperoleh dari hewan ternak ruminansia, seperti sapi, kerbau, dan kambing. Selain susu hewani, terdapat pula susu berbahan dasar nabati yang

rendah laktosa atau bebas laktosa. Salah satu contoh susu berbahan dasar nabati yang dapat diolah dan dikonsumsi adalah susu jagung manis. Dalam proses pengolahan jagung manis menjadi susu, terdapat beberapa keuntungan yang dapat diperoleh, termasuk penggunaan alat dan bahan yang sederhana dan mudah didapat.

Penelitian tentang persepsi konsumen terhadap produk menunjukkan bahwa atribut produk, seperti rasa, aroma, tekstur, tingkat kemanisan, desain kemasan, harga produk, ukuran porsi, masa simpan, informasi pada kemasan, dan tingkat kesegaran, dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Atribut produk berfungsi sebagai elemen yang membedakan suatu produk dan memberikan nilai tambah serta manfaat bagi konsumen. Selain itu, atribut produk yang unik dapat membantu pemasar membedakan produk mereka dan memenuhi kebutuhan kepuasan maupun psikologis konsumen.

Untuk menentukan dan mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen, salah satu metode yang dapat digunakan adalah *Importance Performance Analysis (IPA)* yang melibatkan penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Berbagai penelitian telah menunjukkan efektivitas metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dalam menilai atribut produk yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan, seperti dalam mengevaluasi kualitas produk makanan lokal seperti keripik pisang atau produk hortikultura. Hasil penelitian ini menunjukkan efisiensi metode IPA sebagai alat analitis untuk menentukan evaluasi perbaikan produk, sehingga metode ini cocok untuk menilai atribut produk susu jagung.

Inovasi minuman nabati seperti susu jagung semakin berkembang seiring meningkatnya minat konsumen terhadap produk yang praktis dan bernutrisi. Namun UMKM, termasuk ZeaGrain, masih belum memiliki data yang jelas mengenai preferensi konsumen terkait atribut produk mereka. Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya membahas uji rasa atau analisis deskriptif dasar, sehingga kajian yang menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk menilai persepsi konsumen terhadap susu jagung masih jarang. Karena itu, penelitian ini penting dilakukan agar dapat mengidentifikasi atribut mana yang perlu ditingkatkan untuk memperkuat kualitas dan daya saing produk susu jagung ZeaGrain.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mengevaluasi penilaian konsumen terhadap berbagai atribut produk susu jagung ZeaGrain menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. Melalui analisis ini, penelitian ini dapat mengidentifikasi atribut yang sudah berkinerja baik, yang perlu dipertahankan, dan yang masih memerlukan perbaikan. Hasilnya diharapkan dapat memberikan masukan yang keberlanjutan untuk pengembangan produk susu jagung ZeaGrain agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen.

2. KAJIAN TEORITIS

Atribut produk merupakan faktor-faktor yang memengaruhi opini konsumen mengenai kualitas suatu produk, meliputi komponen fungsional seperti cita rasa, aroma, konsistensi, dan nilai gizi, serta faktor pendukung seperti kemasan, label, harga, dan aspek keamanan minuman. Bagi pelaku UMKM, penting untuk memahami atribut yang dianggap signifikan oleh konsumen agar dapat meningkatkan minat beli dan daya saing, khususnya pada produk agribisnis. Penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa konsumen yang memilih minuman berbasis nabati cenderung lebih mengutamakan kualitas rasa, kandungan gizi, serta desain kemasan saat membuat keputusan pembelian.

Persepsi dari konsumen dipengaruhi oleh pengalaman yang mereka miliki, harapan yang ada, dan penilaian terhadap manfaat yang mereka rasakan dari suatu barang. Peningkatan tren hidup sehat dalam beberapa tahun belakangan ini menyebabkan minat terhadap minuman berbasis nabati semakin meningkat. Saat memilih barang, biasanya konsumen memikirkan rasa, informasi mengenai nilai gizi, keamanan produk, serta citra dari merek. Penelitian mengenai persepsi ini membantu untuk mengidentifikasi perbedaan antara harapan konsumen dan kinerja produk yang nyata.

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah cara untuk mengevaluasi seberapa krusial suatu karakteristik bagi konsumen sekaligus menilai performa produk pada karakteristik tersebut. Hasil dari pemetaan dalam empat kuadran membantu pelaku bisnis untuk memahami karakteristik mana yang sudah baik dan mana yang perlu ditingkatkan. Karena kepraktisannya, IPA sering diterapkan dalam penelitian di sektor pangan, termasuk pada produk minuman berbasis nabati.

Beberapa studi sebelumnya mengindikasikan bahwa konsumen sangat memperhatikan elemen-elemen sensorik dan informasi manfaat, seperti rasa, tekstur, aroma, dan kejelasan informasi gizi. Namun, penerapan metode IPA pada produk susu jagung masih sangat minim. Hal ini yang melatarbelakangi penelitian ini dilakukan, yaitu untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang persepsi konsumen terhadap atribut produk susu jagung ZeaGrain.

3. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap atribut produk susu jagung ZeaGrain. Penelitian

dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah membeli atau mengonsumsi produk susu jagung ZeaGrain.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian adalah seluruh konsumen potensial minuman berbasis nabati, sementara sampel ditentukan dengan teknik *purposive* sampling. Kriteria responden meliputi usia minimal 17 tahun dan pernah mengonsumsi produk susu jagung ZeaGrain. Jumlah responden yang berhasil dihimpun sebanyak 70 orang, angka yang telah memenuhi kebutuhan analisis deskriptif dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan instrumen kuesioner berskala 1–5 yang terdiri dari dua bagian utama, yaitu tingkat kepentingan atribut dan tingkat kinerja produk. Instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya, dan hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item dinyatakan valid dan reliabel sehingga layak digunakan untuk analisis.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan menghitung nilai rata-rata kepentingan dan kinerja tiap atribut, kemudian memetakan hasilnya ke dalam empat kuadran IPA untuk menentukan prioritas perbaikan dan atribut yang perlu dipertahankan. Selain itu, tingkat kesesuaian dihitung untuk melihat sejauh mana kinerja produk memenuhi harapan konsumen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mekanisme Pengumpulan Data dan Lokasi Penelitian

Pengumpulan data dilakukan melalui kuisisioner yang disebarakan secara daring melalui *Google Form*. Target responden adalah orang-orang yang pernah mencoba maupun mengonsumsi susu jagung Zeagrain. Jumlah responden sebanyak 70 orang dari berbagai kalangan. Pengambilan sampel dilakukan selama 4 hari mulai dari tanggal 19 September sampai tanggal 22 September 2025, dan dilanjut dengan penyusunan jurnal pada tanggal 25 November.

Hasil dan Analisis Data

Interpretasi Hasil Kinerja dan Harapan

a. Hasil Analisis Kalkulasi Kinerja

No	X Kinerja									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

1	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	3	4	5	5	4	3	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	4
6	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	5	5	4	4	3	4	5	5	3	4
9	5	4	3	5	3	4	3	2	3	5
10	5	5	4	4	3	5	5	2	5	5
11	5	3	3	5	4	5	5	3	2	5
12	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5
13	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5
18	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
22	5	3	5	3	5	5	3	5	5	5
23	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
24	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
25	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5
26	5	5	5	5	5	3	3	4	4	5
27	5	4	4	4	5	5	2	3	4	5
No	X Kinerja									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
30	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
31	2	2	3	3	3	3	2	2	3	4

32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	3	3	3	2	3	5	5	3	5	5
36	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5
37	4	5	2	3	5	4	4	5	5	5
38	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
40	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
41	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
42	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
43	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
44	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5
45	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5
46	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
47	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4
52	3	3	3	3	5	3	3	3	3	5
53	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5
54	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
55	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
56	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
59	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	4	3	2	4	4	4	3	2	4	3
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
63	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5

65	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
66	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	
67	4	5	3	4	4	5	5	4	4	5	
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
69	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	
70	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	
Tot	321	31	30	30	31	31	30	30	31	33	3140
al		6	2	9	8	6	9	0	6	3	
Rat	4,59	4,5	4,3	4,4	4,5	4,5	4,4	4,2	4,5	4,7	44,86
a-		1	1	1	4	1	1	9	1	8	
rata											

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap sepuluh fitur produk susu jagung ZeaGrain, diketahui bahwa semua atribut mendapatkan nilai rata-rata kinerja di atas 4,0 pada skala Likert 1-5. Hal ini menunjukkan bahwa pandangan konsumen terhadap kualitas riil produk tergolong baik hingga sangat baik. Atribut dengan nilai kinerja tertinggi adalah X10, sementara nilai terendah terdapat pada atribut X8.

Ketika membandingkan dengan rata-rata harapan konsumen, terdapat beberapa atribut yang menunjukkan adanya kesenjangan. Harapan konsumen pada semua indikator cenderung lebih tinggi daripada kinerja riil, yang menggambarkan ekspektasi konsumen yang belum sepenuhnya terwujud oleh produk.

Perhitungan tingkat kesesuaian sebesar 97,72% menandakan bahwa produk ZeaGrain dapat memberikan performa yang hampir sesuai dengan harapan konsumen. Namun, ada beberapa atribut yang persentasenya berada di bawah 100%, khususnya atribut X8 (92,02%), X9 (92,67%), dan X10 (95,97%). Ketiga atribut ini memiliki kesenjangan yang cukup besar, sehingga memerlukan perhatian ekstra dalam upaya perbaikan kualitas.

Secara keseluruhan, pencapaian kinerja yang tinggi ini membuktikan bahwa ZeaGrain telah memenuhi sebagian besar harapan konsumen. Meskipun demikian, masih terdapat kesempatan untuk meningkatkan produk di aspek-aspek tertentu agar kualitas dan nilai produk semakin baik.

b. Hasil Analisis Kalkulasi Harapan

No	X Harapan									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

1	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5
2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	3	3	4	5	5	3	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5
6	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
7	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
8	3	4	5	4	4	5	4	5	5	5
9	5	4	5	4	3	3	2	5	5	5
10	5	5	4	3	3	4	5	2	5	5
11	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
No	X Harapan									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
13	4	5	4	3	3	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
16	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
17	5	5	4	4	4	5	3	5	4	5
18	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5
19	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5
23	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
24	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
25	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
27	5	4	3	2	5	5	5	5	5	5
28	3	4	3	4	4	4	4	5	5	4
29	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	2	2	3	2	3	3	3	4	3	3

32	5	4	4	3	3	5	5	4	5	5
33	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4
34	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5
35	3	3	3	4	5	4	3	3	3	3
36	5	4	5	5	3	4	4	4	4	5
37	5	5	5	5	3	5	5	3	4	5
38	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5
39	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
40	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
41	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5
42	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
43	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5
44	4	4	3	4	4	2	3	5	5	4
45	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5
46	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
48	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
51	5	5	3	4	5	4	4	3	4	5
52	3	3	4	3	5	4	3	3	4	5
53	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5
54	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
55	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5
56	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5
57	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5

No	X Harapan									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
58	5	4	4	3	5	4	4	5	5	5
59	5	5	4	4	4	5	5	3	5	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	4	4	3	4	4	5	3	5	5	5
62	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5

63	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
64	4	4	4	2	3	5	5	5	5	5	5
65	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4
66	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
70	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5
Total	324	315	302	296	322	325	315	326	314	347	3213
Rata-rata	4,63	4,50	4,31	4,31	4,60	4,64	4,50	4,66	4,87	4,96	45,9

Hasil analisis terhadap tingkat harapan (Y) menunjukkan bahwa konsumen menaruh standar yang tinggi pada produk ZeaGrain. Hal ini tercermin dari skor rata-rata seluruh atribut yang konsisten berada di atas angka 4,30 (skala 1–5). Secara spesifik, atribut Y10 menjadi aspek yang paling disorot dengan skor nyaris sempurna (4,96), menandakan betapa krusialnya elemen ini di mata konsumen.

Di sisi lain, meskipun atribut Y3 dan Y4 berada di posisi terendah dengan skor 4,31, angka tersebut tetap mengindikasikan bahwa bagi konsumen, tidak ada aspek produk yang dianggap sepele. Tingginya total skor harapan yang mencapai 3.213 menjadi sinyal kuat bahwa pasar menuntut performa prima. Pemetaan harapan ini selanjutnya menjadi modal utama untuk mendeteksi kesenjangan (gap) kinerja dalam analisis IPA, sehingga prioritas perbaikan dapat disusun secara lebih akurat.

c. Hasil Persentase Kinerja

$$\text{Rumus Kinerja} = \frac{X}{Y} \times 100\%$$

No	Item Kinerja	Realisasi (Kinerja)	Target (Harapan)	Persentase Pencapaian
1	Kinerja Item 1	321	324	99,07%
2	Kinerja Item 2	316	315	100%
No	Item Kinerja	Realisasi (Kinerja)	Target (Harapan)	Persentase Pencapaian
3	Kinerja Item 3	302	302	100%

4	Kinerja Item 4	309	296	104%
5	Kinerja Item 5	318	322	98,79%
6	Kinerja Item 6	316	325	97,23%
7	Kinerja Item 7	309	315	98,10%
8	Kinerja Item 8	300	326	92,02%
9	Kinerja Item 9	316	341	92,67%
10	Kinerja Item 10	333	347	95,97%

Hasil analisis tingkat pencapaian kinerja terhadap harapan menunjukkan bahwa tidak semua atribut ZeaGrain mencapai persentase 100%. Item 4 memiliki pencapaian tertinggi sebesar 104%, menandakan bahwa kinerja produk pada atribut tersebut telah melampaui ekspektasi konsumen. Item 2 dan Item 3 juga menunjukkan kesesuaian penuh dengan harapan, sehingga keduanya perlu dipertahankan.

Sebaliknya, beberapa atribut masih berada di bawah standar harapan, khususnya Item 8 dan Item 9 dengan persentase terendah masing-masing 92,02% dan 92,67%, sehingga memerlukan prioritas perbaikan. Atribut lain seperti Item 5, Item 6, Item 7, dan Item 10 juga memiliki ruang peningkatan untuk mencapai kepuasan yang lebih optimal.

Secara umum, hasil ini mengindikasikan bahwa kualitas produk ZeaGrain telah baik, namun peningkatan tetap diperlukan pada atribut tertentu. Temuan ini menjadi dasar untuk menentukan prioritas perbaikan dalam analisis IPA pada tahap berikutnya.

Perhitungan Hasil Tingkat Kesesuaian Total X (Kinerja) dengan Y (Harapan)

$$\text{Tingkat Kesesuaian Total} = \frac{\Sigma X}{\Sigma Y} \times 100\%$$

$$= \frac{3140}{3213} \times 100\% = 97,72\%$$

Hasil analisis mengenai keselarasan antara kinerja (X) dan harapan (Y) menunjukkan angka sebesar 97,72%. Angka ini sangat dekat dengan 100%, yang menandakan bahwa secara keseluruhan, performa nyata dari atribut produk susu jagung ZeaGrain berhasil memenuhi ekspektasi konsumen dengan sangat baik.

Namun, angka yang belum mencapai 100% menunjukkan adanya sedikit perbedaan antara harapan dan pengalaman konsumen. Ini berarti bahwa konsumen masih merasa ada beberapa elemen produk yang perlu diperbaiki agar kualitas produk dapat sepenuhnya memenuhi ekspektasi mereka.

Secara umum, tingkat keselarasan ini menunjukkan bahwa ZeaGrain termasuk dalam kategori performa yang memuaskan, serta memberi peluang untuk peningkatan kualitas produk ke arah yang lebih baik di masa yang akan datang.

Hasil Perhitungan Skor Rata-rata Tingkat Kinerja (X) dan Harapan (Y)

$$\text{Rata-rata Kinerja (X)} = \frac{\sum_{i=1}^n X}{K} = \frac{44,86}{10} = 4,48$$

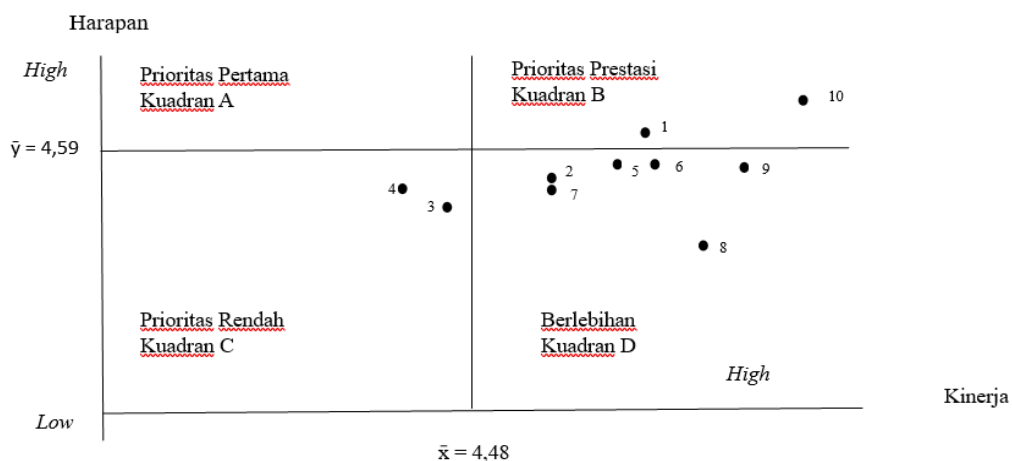
$$\text{Rata - rata Harapan (Y)} = \frac{\sum_{i=1}^n Y}{K} = \frac{45,9}{10} = 4,59$$

Berdasarkan analisis yang dilakukan, rata-rata penilaian kinerja (X) yang diberikan oleh konsumen terhadap karakteristik produk susu jagung ZeaGrain mencapai angka 4,48, sementara rata-rata harapan (Y) tercatat sebesar 4,59 pada skala Likert 1 hingga 5. Angka rata-rata ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki pandangan positif terhadap kinerja produk, tetapi tingkat harapan mereka sedikit lebih tinggi dibanding kinerja yang mereka alami.

Perbedaan angka rata-rata yang tidak terlalu signifikan menunjukkan bahwa jarak antara persepsi kinerja dan harapan konsumen cukup kecil. Meskipun begitu, ZeaGrain masih perlu melakukan perbaikan pada beberapa karakteristik agar dapat mencapai tingkat kepuasan yang maksimal dan sepenuhnya memenuhi harapan konsumen.

Dengan demikian, temuan ini semakin menekankan bahwa meskipun ZeaGrain telah menampilkan kualitas produk yang baik, masih ada kesempatan untuk melakukan pengembangan agar terdapat keselarasan penuh antara harapan dan pengalaman konsumen saat menggunakan produk tersebut.

Interpretasi Hasil Analisis IPA (Importance Performance Analysis)



Berdasarkan analisis pemetaan yang menggabungkan kinerja (X) dan harapan (Y) dalam kerangka Diagram Kartesius *Importance Performance Analysis* (IPA), penilaian produk susu jagung ZeaGrain dibagi menjadi empat kuadran yang menunjukkan prioritas peningkatan kualitas produk.

Pada Kuadran A (Prioritas Utama), terdapat dua item, yaitu Item 3 dan Item 4, yang dianggap sangat krusial oleh pelanggan namun belum memuaskan dari segi kinerjanya. Atribut-atribut pada kuadran ini memerlukan perhatian utama untuk ditingkatkan, karena dampaknya yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pada Kuadran B (Pertahankan Kinerja), terdapat Item 1, Item 2, Item 5, Item 6, Item 7, Item 9, dan Item 10. Atribut-atribut tersebut menunjukkan harapan yang tinggi dan memberikan kinerja yang baik, sehingga patut dipertahankan sebagai kekuatan utama produk ZeaGrain untuk menjaga loyalitas konsumen.

Kemudian, Kuadran C (Prioritas Rendah) diisi oleh Item 8. Atribut ini tergolong kurang penting dan kinerjanya juga di bawah standar. Perbaikan pada atribut ini tidak mendesak dan dapat dilakukan setelah atribut-atribut di kuadran prioritas utama terpenuhi.

Selanjutnya, terdapat Kuadran D (Berlebihan) yang ditempati oleh Item 3. Meskipun atribut ini memiliki kinerja yang baik, tingkat kepentingannya bagi konsumen relatif rendah, sehingga sumber daya tidak boleh dialokasikan secara berlebihan untuk atribut ini dan dapat dialihkan ke atribut-atribut dengan prioritas yang lebih tinggi.

Secara keseluruhan, temuan analisis IPA ini memberikan panduan strategis bagi ZeaGrain untuk meningkatkan kualitas produk secara efektif. Fokus perbaikan harus diarahkan pada atribut-atribut di kuadran A, sementara atribut-atribut di kuadran B perlu dipertahankan. Atribut-atribut di kuadran C dan D memiliki prioritas yang lebih rendah untuk pengembangan produk di masa mendatang.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk susu jagung ZeaGrain memiliki kinerja yang baik dan hampir memenuhi ekspektasi konsumen, terlihat dari tingkat kesesuaian sebesar 97,72%. Meskipun demikian, beberapa atribut penting masih belum optimal sehingga berpotensi mengurangi kepuasan konsumen jika tidak dilakukan perbaikan. Karena itu, ZeaGrain perlu memprioritaskan peningkatan pada atribut dengan gap tertinggi, sembari mempertahankan kinerja pada atribut yang sudah dinilai memuaskan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah responden dan variabel yang dianalisis. Untuk penelitian berikutnya, disarankan memperluas sampel serta menambahkan

indikator seperti kepuasan keseluruhan dan niat beli agar hasil yang diperoleh dapat mendukung strategi pengembangan dan pemasaran produk secara lebih efektif.

DAFTAR REFERENSI

- Adilah, K., Sibuea, S. R., & Arfah, M. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) di UMKM Jajani Aja. *Factory Jurnal Industri, Manajemen dan Rekayasa Sistem Industri*, 2(2), 69-78. <https://doi.org/10.56211/factory.v2i2.412>
- Alumni, E. F., Manajemen, J., Ekonomi, F., Kristen, U., & Surabaya, P. Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya. Diambil dari <http://puslit.petra.ac.id/~puslit/journals/>
- Anjos, O., Pires, P. C. P., Gonçalves, J., Estevinho, L. M., Mendonça, A. G., & Guiné, R. P. F. (2024). Plant-Based Beverages: Consumption Habits, Perception and Knowledge on a Sample of Portuguese Citizens. *Foods*, 13(20). <https://doi.org/10.3390/foods13203235>
- Ardianti, P., Hardhika, P., & Waluyo, M. (2025). Analysis of Service Quality on the ... 8854 ANALYSIS OF SERVICE QUALITY ON THE STARBUCKS INDONESIA APPLICATION USING E-SERVQUAL AND IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)* (Vol. 8).
- Concas, M. P., Cocca, M., Catamo, E., Gasparini, P., & Robino, A. (2022). Eating disinhibition and food liking are influenced by variants in CAV1 (caveolin 1) gene. *Food Quality and Preference*, 96, 104447. <https://doi.org/10.1016/J.FOODQUAL.2021.104447>
- Dwi, N. M., Cahyanti, R., Made, D., Sukma, R. P., Prasetya, K., Nugraha, W., ... Giantari, K. (2023). JUIMA: *Jurnal Ilmu Manajemen* ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN BERBASIS IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) PADA GERAJ RITEL ALFAMART DI KOTA DENPASAR. *JUIMA*, 13(1), 70.
- Fadillah, H., Hadining, A. F., & Puspa Sari, R. (2020). ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN ABC LAUNDRY DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVICE QUALITY, IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI). *Jurnal Teknik Industri* (Vol. 15). <https://doi.org/10.14710/jati.15.1.1-10>
- Gęgotek, A., Jarocka-Karpowicz, I., & Skrzydlewska, E. (2019). Synergistic cytoprotective effects of rutin and ascorbic acid on the proteomic profile of 3d-cultured keratinocytes exposed to uva or uvb radiation. *Nutrients*, 11(11). <https://doi.org/10.3390/nu11112672>
- Gunawan, A., Restuhadi, F., Kurnia, D., & Pertanian, F. (2022). Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional. ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK PT SERAMBI BOTANI INDONESIA. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 6(2), 341-357. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v6i2.764>

- Hamed Taherdoost, A., & Lumpur, K. (2016). Validity and Reliability of the Research Instrument; How to Test the Validation of a Questionnaire/Survey in a Research. *International Journal of Academic Research in Management (IJARM)* (Vol. 5). Diambil dari www.elvedit.com <https://doi.org/10.2139/ssrn.3205040>
- Hayuningtyas, C. R., Purnomo, B. H., & Nurhayati, N. (2022). Atribut Mutu Keripik Pisang Masak dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Mutu Pangan: Indonesian Journal of Food Quality*, 9(1), 10-15. <https://doi.org/10.29244/jmpi.2022.9.1.10>
- Imam Hidayat, S., & Dewi Anggraeni, E. MENCERMATI KONSUMSI SUSU DAN BEBERAPA FAKTOR YANG MEMPENGARUHI.
- Kepuasan, A., Yola, M., Yola, M., & Budianto, D. ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PRODUK PADA SUPERMARKET DENGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA). Diambil dari www.Wikipedia.com
- Masyarakat, K., Pelayanan, T., Kependudukan, A., Lengkiti, K., Wisudawati, N., Irfani, M. G., ... Santoso, B. Penggunaan Metode Importance-Performance Analysis (IPA) Untuk Menganalisis The Use of Importance-Performance Analysis in Evaluating Public Satisfaction with Population Administration Services in Lengkiti District. Diambil dari <http://jurnal.um-palembang.ac.id/index.php/integrasi>
- Mohamad Rizaldi, F., Gumilang Wirakanda, G., & Pringgabayu, D. (2024). ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN JASA KERETA API PRIORITY (JAKARTA-SURABAYA) MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS, 8(2). <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4225>
- Nababan, N. B., & Nasution, M. A. E. (2025). Metode Importance Performance Analysis (IPA) Untuk Mengukur Kualitas Kinerja Produk. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(2), 2826-2839. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i2.15446>
- Palinggi, Y., Kutai Kartanegara, U., Gunung Kombeng No, J., Kutai Kartanegara, K., & Pos, K. ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) (Vol. 23). <https://doi.org/10.53640/jemi.v23i1.1342>
- Pebriana, V., Kurniati, D., & Kusriani, N. Hubungan Atribut Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kopi Bubuk Juragan The Relationship Of Product Attributes To The Purchase Decision Process Of Juragan Powder Coffee Products. Diambil dari <https://journal.unhas.ac.id/index.php/jsep>
- Perdana, A., Magister, P., Agribisnis, S., Ekonomi, F., & Manajemen, D. (2024). PENGARUH KESADARAN KESEHATAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN SUSU SAPI DAN SUSU KEDELAI DI WILAYAH JABODETABEK.
- Setiyono, A. E., Ngatimun, N., & Musriati, T. (2020). Pemanfaatkan Potensi Lokal Melalui Pembuatan Susu Jagung Guna Mencegah Stunting Pada Desa Gejungan. *Jurnal Abdi Panca Mara*, 1(1), 18-21. <https://doi.org/10.51747/abdipancamarga.v1i1.639>