

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP TOKO IKAN SEGAR DI DESA SUMBER SARI KECAMATAN SEBULU KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA

(Analysis Of Customer Satisfaction Towards Fresh Fish Shops In Sumber Sari Village Sebulu Sub-District Kutai Kartanegara District)

¹⁾Nur Alif Pratama, ²⁾Qoriah Saleha, ³⁾Gusti Haqiqiansyah

¹⁾Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan

^{2,3)}Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan

Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Mulawarman

Jl. Gn. Tabur, Gedung FPIK, Kampus Gn Kelua Samarinda, 75123 Indonesia

Email: nuralifpratama0014@gmail.com

ABSTRACT

Sebulu Subdistrict has 14 villages, one of which is Sumber Sari Village, which has two fresh fish shops: Jarwo Fish Shop and Bima Galipat Fish Shop. These two shops provide fresh fish products in addition to paying attention to the quality of their products and need to maintain customer satisfaction so that their fresh fish sales business continues to grow. Therefore, measuring customer satisfaction is required. This study aimed to analyze the level of customer satisfaction with fresh fish in Sumber Sari Village, Sebulu District, at Bang Jarwo Fish Shop and Bima Galipat Shop. The research method employed purposive sampling, with the following criteria: consumers of fresh fish shops who were over 17 years old and those who purchased fish more than once (subscription), resulting in a total of 64 respondents. Data analysis was performed using the Likert scale and Customer Satisfaction Index (CSI). The results showed that the Bang Jarwo Fish Shop obtained a CSI value of 73.44%, and the Bima Galipat Fish Shop obtained a CSI value of 66.88%. This value falls within the range of $60\% < CSI \leq 80\%$, which is categorized as satisfied, indicating that consumers are generally satisfied with the product attributes of each of these fresh fish stores.

Keywords: *Consumer satisfaction, Fresh fish, Marketing, Sumber Sari Village*

ABSTRAK

Kecamatan Sebulu terdapat 14 desa satu diantaranya Desa Sumber Sari yang memiliki dua toko ikan segar yaitu Toko Ikan Jarwo dan Toko Ikan Bima Galipat, kedua toko ini menyediakan produk ikan segar, selain memperhatikan kualitas produknya juga kedua toko ini perlu untuk menjaga kepuasan pelanggannya agar usaha penjualan ikan segar ini tetap berkembang, Oleh karena itu dibutuhkan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap ikan segar di Desa Sumber Sari Kecamatan Sebulu pada Toko Ikan Bang Jarwo dan Toko Bima Galipat. Metode penelitian dilakukan yaitu *purposive sampling* dengan kriteria yaitu konsumen toko ikan segar yang berusia diatas 17 tahun dan konsumen yang membeli ikan lebih dari satu kali (berlangganan) dengan jumlah responden sebanyak 64 orang. Analisis data menggunakan *Skala Likert* dan CSI (*Customer Satisfaction Index*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada Toko Ikan Bang Jarwo memperoleh nilai CSI sebesar 73,44%, dan Toko Ikan Bima Galipat

31

*Corresponding author. Email address: nuralifpratama0014@gmail.com

Received: 9-1-2025; Accepted: 15-7-2025; Published: 31-7-2025

Copyright (c) 2025 Nur Alif Pratama, Qoriah Saleha, Gusti Haqiqiansyah

Jurnal Pembangunan Perikanan dan Agribisnis *Published by Faculty of Fisheries and Marine Affairs, University of Mulawarman and This work is licensed under a*

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

dengan nilai CSI sebesar 66,88%. Nilai tersebut berada di rentang $60\% < CSI \leq 80\%$ yang berada dikategori puas, artinya konsumen merasa puas dengan atribut produk pada masing-masing toko ikan segar tersebut.

Kata kunci: Desa Sumber Sari, Ikan segar, Kepuasan konsumen, Pemasaran

PENDAHULUAN

Kecamatan Sebulu mempunyai jumlah desa sebanyak 14 desa, yang satu diantara desanya yaitu Desa Sumber Sari. Desa Sumber Sari memiliki luas 70,00 km² yang terletak di sebelah Barat Kecamatan Sebulu dan dapat ditempuh dengan kendaraan melalui jalur darat sekitar 30 menit dari Kecamatan Sebulu. Terdapat dua toko ikan segar yang memasok kebutuhan ikan segar di Desa Sumber Sari yaitu. Kedua toko ikan ini bertempat di Jalan Mulawarman. Toko ikan ini menjual beberapa macam ikan air tawar seperti Ikan Mas, Ikan Nila, Ikan Lele dan juga ikan air laut seperti Ikan Bandeng, Ikan Layang, Ikan tongkol.

Menurut Wahyuni (2007), ikan segar memiliki kandungan gizi yang tinggi, yakni rendah kolesterol, tinggi asam lemak tak jenuh ganda omega-3 dan relatif lebih tinggi kuantitas dan mutu protein (kelengkapan komposisi asam amino dan kemudahan untuk dicerna) dari pada bahan pangan sumber protein lainnya. Ikan segar adalah ikan yang memiliki bentuk fisik yang sama seperti ikan yang masih hidup, ciri-ciri ikan segar antara lain mata jernih, kornea bening, pupil hitam, pupil cembung dan insang merah segar (Eddy, 2020).

Penyediaan ikan segar menjadi hal yang harus diperhitungkan dalam melakukan usaha karena semakin bertambahnya permintaan ikan segar ini mendorong perkembangan bisnis penyediaan ikan segar menjadi lebih ramai dan menuntun pada kemajuan bisnis penjualan ikan segar. Perkembangan usaha ini juga pasti diimbangi dengan persaingan yang tinggi. Usaha penjualan ikan segar ini dapat dikatakan sukses apabila dapat bersaing dengan usaha yang lain apabila konsumen merasa puas dan kembali membeli ikan segar pada penjual tersebut, tingginya daya saing ini kepuasan konsumen menjadi kunci penting untuk menuju keberhasilan.

Menurut Zaithaml dan Bitner (2013), definisi kepuasan konsumen adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan

tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Menurut hasil penelitian Saputra (2024) setiap konsumen pada umumnya ingin mendapatkan pelayanan yang optimal sehingga mampu memberikan kepuasan bagi konsumen. Penilaian terhadap kepuasan konsumen teri crispy dianggap sangat penting dan kinerja yang dilakukan sudah sesuai dan perlu dipertahankan agar konsumen akan melakukan pembelian kembali.

Mengingat pentingnya tingkat kepuasan konsumen dalam meningkatkan kualitas pemasaran, sehingga analisis terkait kepuasan konsumen perlu dilakukan. Analisis yang dapat digunakan dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen adalah *Customer Satisfaction Index* (CSI). Widodo dan Sutopo (2018) *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan secara menyeluruh dengan melihat tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dari atribut-atribut dari produk atau jasa yang diukur. Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Ikan Segar di Toko Ikan Desa Sumber Sari Kecamatan Sebulu Kabupaten Kutai Kartanegara”.

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Lokasi Penelitian

Rangkaian penelitian ini dilaksanakan pada bulan September hingga Desember 2024. Lokasi penelitian yaitu di Desa Sumber Sari Kecamatan Sebulu Kabupaten Kutai Kartanegara. Tahapan penelitian ini diawali dengan survei lapangan, persiapan proposal sampai penyusunan akhir skripsi.

Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode survei. Menurut Kerlinger (2004) metode survei adalah riset mengkaji populasi (*universe*) yang besar maupun kecil dengan menyeleksi serta mengkaji sampel yang dipilih dari populasi itu, untuk menemukan insidensi, distribusi dan interelasi relatif dari variabel-variabel penelitian. Jenis data yang digunakan ialah data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2018), data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, yang terdiri dari data

untuk mengetahui profil usaha, karakteristik konsumen, atribut kepuasan konsumen (kualitas produk, harga, promosi, tempat, karyawan, lingkungan, dan pelayanan).

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada seperti laporan atau artikel, berguna untuk membangun konteks atau menambah wawasan, meskipun mungkin tidak sepenuhnya sesuai dengan fokus penelitian (Sulung & Muspawi, 2024). Data-data dan informasi sekunder yang diperlukan sebagai penunjang penelitian ini didapat dengan cara mengutip buku, artikel, skripsi atau peneliti terdahulu.

Metode Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen ikan segar di Toko Ikan segar Bang Jarwo dan Toko ikan segar Bima Galipat di Desa Sumber Sari. Metode pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan jumlah responden adalah metode *purposive sampling* dimana teknik pengambilan sampel ini memiliki pertimbangan-pertimbangan yang sudah ditentukan kepada responden, antara lain:

1. Konsumen toko ikan segar yang berusia diatas 17 tahun karena dapat memberikan penilaian yang sesuai dan berkaitan dengan apa yang ada di lokasi.
2. Konsumen yang membeli ikan lebih dari satu kali (berlangganan).

Hasil prasurvei jumlah kunjungan konsumen pada toko ikan Bang Jarwo dan toko ikan Bima 354 adalah sebanyak 120 perhari. Peneliti tidak dapat mengambil semua sampel tersebut karena keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, oleh karena itu pada penelitian ini, peneliti menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus slovin dengan persentasi kelonggaran ketelitian sebesar 15%, oleh karena itu, responden yang diambil oleh peneliti berjumlah 32. Dengan demikian maka jumlah keseluruhan responden untuk kedua toko ikan segar berjumlah 64 responden.

Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Deskriptif Kuantitatif yang dilakukan dengan menggunakan analisis CSI (*Customer Satisfaction Index*). Metode Customer Satisfaction index merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mengukur sampai dimana tingkat kepuasan pengguna jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kinerja

dan tingkat kepentingan atribut-atribut produk atau jasa yang diukur (Sadika et al., 2023).

Adapun tahapan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Skala Likert

Menurut Sugiyono (2006), alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini berisi pertanyaan untuk diberi kepada pelanggan atau pembeli sebagai subjek penelitian. Kemudian dikembangkan kedalam pertanyaan dimana pertanyaan tersebut diberikan penilaian skornya menggunakan Skala Likert mulai dari skor 1-5.

2. CSI (*Customer Satisfaction Index*)

CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung terhadap hasil kinerja pelayanan dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut jasa tersebut (Santi dkk., 2015).

Metode pengukuran CSI meliputi tahap tahap sebagai berikut:

a. Menentukan skor rata-rata tingkat kepuasan dan tingkat kinerja.

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{X} = Nilai rata-rata tingkat kinerja

\bar{Y} = Nilai rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

b. Membuat *Weight Factors* (WF) yaitu fungsi dari nilai rata-rata tingkat kepuasan per atribut terhadap total skor rata-rata tingkat kepuasan seluruh atribut yang akan diuji, sehingga diperoleh total *Weight Factors* (WF) sebesar 100%

$$WS = \frac{\text{Nilai rata - rata kepentingan} - i}{\text{Total skor rata - rata kepentingan}}$$

c. *Weighted Score* (WS) yaitu fungsi dari nilai rata-rata tingkat kinerja per atribut dikali dengan *Weight Factors* per atribut.

d. *Weight Total* (WT) yaitu fungsi total dari *Weighted Score* (WS) atribut 1 hingga atribut n.

$$WT = WS_1 + WS_2 + \dots + WS_n$$

e. Menghitung *Customer Satisfaction Index* (CSI), yaitu *Weight Total* (WT) dibagi dengan *Highest Scale* (HS) atau yang dinyatakan dalam bentuk persen.

$$CSI = \frac{WT}{HS} 100\%$$

- f. Tingkat kepuasan secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan konsumen. Penentu angka indeks pada kriteria nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) menggunakan skala numerik dengan rumus sebagai berikut:

$$RS = \frac{(m - n)}{b}$$

Keterangan:

RS = Rentang skala

m = Skor tertinggi

n = Skor terendah

b = Jumlah kelas (penelitian ini menggunakan skala maksimal 5)

- g. Rentang kepuasan berkisar 0% - 100%, kepuasan tertinggi nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) 100%. Rentang skala dihitung sebagai berikut:

$$Rs = \frac{(100\% - 0\%)}{5} = 20\%$$

Tabel 1. Kriteria nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Angka Indeks	Interpretasi
$0\% < CSI \leq 20\%$	Sangat Tidak Puas
$20\% < CSI \leq 40\%$	Tidak Puas
$40\% < CSI \leq 60\%$	Cukup Puas
$60\% < CSI \leq 80\%$	Puas
$80\% < CSI \leq 100\%$	Sangat Puas

Sumber: Aritonang (2005)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Sumber Sari adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Sebulu Kabupaten Kutai Kartanegara. Desa Sumber Sari mempunyai luas 70,00 km². Desa Sumber Sari memiliki 4 dusun yaitu Dusun Mekar Jaya, Sumber Rejo, Suka Rame dan Dusun Wono Rejo. Desa Sumber Sari memiliki populasi penduduk sebanyak 5.732 jiwa dengan jumlah laki-laki sebanyak 3.002 orang dan jumlah perempuan sebanyak 2.730 jiwa (Monografi Desa Sumber Sari, 2021).

Profil Usaha Toko Ikan Segar di Desa Sumber Sari

Terdapat dua usaha toko ikan segar yang ada di Desa Sumber Sari yaitu Toko Bang Jarwo dan Toko Bima Galipat, berikut ialah profil dari dua usaha tersebut;

Usaha Ikan Segar Toko Bang Jarwo

Usaha Toko Ikan Bang Jarwo merupakan usaha yang dimiliki oleh Pak Rudi Hermanto. Toko ikan segar ini berdiri sejak tahun 2017 dengan modal awal sekitar Rp. 40.000.000. Toko ikan ini berlokasi di RT 11, jalan Mulawarman Desa Sumber Sari dengan jumlah tenaga kerja 3 orang laki-laki. Toko ikan segar ini buka dari jam 07.00 – 22.00. Sumber ketersediaan ikan untuk toko ikan ini berasal dari pangkalan pendaratan ikan (PPI) di Selili, terutama untuk ikan laut dan untuk ikan air tawar berasal dari keramba yang ada di daerah Loa Kulu. Ikan air tawar yang tersedia pada toko ikan Bang Jarwo adalah ikan Nila, Mas, Lele, Mujair dan ikan Patin. Ikan laut yang tersedia adalah ikan Layang, Tongkol, Kembung, Biji Nangka, Kakap, Tenggiri, Ketembong, Sarden dan Bandeng.

Usaha Ikan Segar Toko Bima Galipat

Usaha Toko Ikan Bima Galipat merupakan usaha yang dimiliki oleh Pak Edi Suprayitno. Toko ikan segar ini berdiri sejak tahun 2012 dengan modal awal sekitar Rp. 10.000.000. Toko ikan ini berlokasi di RT 13, jalan Mulawarman Desa Sumber Sari dengan jumlah tenaga kerja 2 orang laki-laki. Toko ikan segar ini buka dari jam 07:00 – 20:00. Sumber ketersediaan ikan untuk toko ikan ini berasal dari pangkalan pendaratan ikan (PPI) di Selili, terutama untuk ikan laut dan untuk ikan air tawar berasal dari keramba yang ada di daerah Loa Kulu. Ikan air tawar yang tersedia pada toko ikan Bima Galipat adalah ikan Nila, Mas dan ikan Lele. Ikan laut yang tersedia adalah ikan Layang, Tongkol, Bandeng, Gembong dan ikan Sarden.

Jenis ikan yang dijual Toko ikan segar Bang Jarwo lebih bervariasi dibandingkan toko Bima Galipat. Perbedaan ini dapat terjadi karena penurunan penjualan pada toko Bima Galipat yang mana menyebabkan kurangnya modal untuk menambahkan jenis ikan lain untuk dijual.

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen

1. *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Hasil CSI pada toko ikan segar Bang Jarwo adalah sebesar 73,44%, hal ini menunjukkan bahwa angka tersebut termasuk dalam kriteria (Puas) berdasarkan kriteria menurut (Aritonang, 2005). Dalam hasil analisis keseluruhan yang dilakukan berada dalam

angka indeks $60\% < CSI \leq 80\%$, ini menunjukkan hanya perlu 26,56% tingkat kepuasan yang perlu ditingkatkan, ini terjadi karena penilaian konsumen terhadap kepuasan memiliki penilaian masing-masing yang berbeda terhadap kepentingan dan tingkat kinerja.

CSI pada toko ikan Bima Galipat adalah sebesar 66,88%, hal ini menunjukkan bahwa angka tersebut termasuk dalam kriteria (Puas), beberapa konsumen menganggap atribut promosi yaitu media promosi, intensitas promosi dan kualitas promosi dianggap penting karena konsumen dengan adanya media promosi ini mereka akan mendapatkan informasi yang terbaru secara lengkap akan tetapi kinerja yang dilakukan dalam atribut belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Berikut ini perbandingan penilaian dari kedua toko ikan segar.

Tabel 2. Perbandingan penilaian antara toko ikan segar Bang Jarwo dan Bima Galipat

No	Atribut	Bang Jarwo	Bima Galipat
Kualitas Produk			
1	Rasa Ikan	Lebih terjamin dan banyak pilihan ikan	Pilihan ikan lebih sedikit
2	Ukuran Ikan	Ukuran ikan bervariasi dan terdapat layanan memotong ikan	Terdapat layanan memotong ikan
3	Warna ikan	Warna ikan tidak pucat dan segar	Ikannya segar walau beberapa terluca es batu
4	Daya Tahan Ikan	Kinerja mempertahankan es untuk kesegaran ikan baik	Mengecek es pagi dan sore saja
Harga			
1	Harga Ikan	Harga ikan cukup murah	Harga ikan tidak terlalu berbeda
2	Kesesuaian Harga	Harga sesuai dengan kualitas ikan	Harga cukup sesuai dengan kualitas ikan

Lanjutan Tabel 2.

No	Atribut	Bang Jarwo	Bima Galipat
Promosi			
1	Media Promosi	Melakukan promosi	Tidak melakukan Promosi
2	Intensitas Promosi	Rutin melakukan promosi	Tidak melakukan promosi secara rutin
3	Kualitas Promosi	Memberikan informasi secara lengkap	Tidak memberikan informasi dengan lengkap
Tempat			
1	Lokasi Toko	Lokasi cenderung lebih dekat	Lokasi toko sedikit lebih jauh

No	Atribut	Bang Jarwo	Bima Galipat
2	Kebersihan dan Kerapihan Toko	Bersih dan rapih	Rapih namun terkadang lantai basah
Karyawan			
1	Kerapihan	Karyawan memakai seragam	Karyawan memakai baju bebas pantas
2	Keramahan	Karyawan murah senyum	Sedikit kurang senyum
Lingkungan Toko			
1	Keamanan	Keamanan lebih terjamin pegawai lebih banyak	Keamanan terjamin
2	Kenyamanan	Lebih banyak kursi tunggu	Kurang kursi tunggu
Pelayanan			
1	Kecepatann Pelayanan	Pelayanan cepat terdapat 3 pegawai	Pelayanan cukup cepat
2	Ketepatan Pelayanan	Sudah sesuai	Sudah sesuai

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

2. Perbandingan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) toko ikan segar Bang Jarwo dan toko ikan segar Bima Galipat

Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada toko ikan segar Bang Jarwo dan toko ikan segar Bima Galipat pada Desa Sumber Sari Kecamatan Sebulu mendapatkan kriteria (Puas) dalam angka indeks $60\% < CSI \leq 80\%$. Walaupun kedua toko tersebut mendapatkan kriteria puas, namun terdapat perbedaan nilai yang diperoleh, dimana nilai CSI untuk toko ikan segar Bang Jarwo lebih tinggi sebesar 73,44% dan toko ikan segar Bima Galipat sebesar 66,88%. Perbedaan ini disebabkan pada atribut promosi dengan rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja untuk toko ikan segar Bang Jarwo lebih besar dibandingkan dengan toko ikan Bima Galipat.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nasiran dan Puspita (2023) yang menunjukkan bahwa nilai CSI yang diperoleh sebesar 80,43%, dan termasuk dalam kategori "puas". Penelitian ini menekankan pentingnya sanitasi dan kualitas produk dalam meningkatkan kepuasan konsumen terhadap ikan segar, sedangkan penelitian dari Syaifudien dkk (2024) diketahui bahwa CSI mencapai 82,43%, dan termasuk dalam kategori "sangat puas". Penelitian ini menyoroti pentingnya kebersihan kios dan kualitas ikan segar untuk meningkatkan kepuasan konsumen, dengan demikian, dapat disimpulkan

bahwa atribut lain yang dapat berkontribusi pada kepuasan konsumen, selain promosi, adalah kebersihan lokasi. Menurut Saiful dan Talakua (2020) faktor harga dan kualitas produk berhubungan signifikan dengan keputusan konsumen untuk membeli ikan segar.

Berbeda pada penelitian Yusuf (2016) yang menunjukkan bahwa nilai CSI adalah 0,497, yang berada pada kategori "kurang puas", sehingga perlu ditingkatkan kinerjanya agar kepuasan konsumen terhadap atribut mencapai 100% atau berada pada taraf sangat puas. Variabel yang paling mempengaruhi dalam penelitian ini adalah karena lokasi usaha dekat dengan pemukiman penduduk sehingga memudahkan masyarakat untuk membeli ikan segar.

Permasalahan dan Kendala

Terdapat beberapa permasalahan dan kendala yang terjadi dalam usaha yang dijalankan di Toko Ikan Segar Bang Jarwo dan Toko Ikan Segar Bima Galipat, antara lain sebagai berikut;

1. Toko Ikan Segar Bang Jarwo

- a. Karyawan toko ikan segar Bang Jarwo mengalami infeksi jamur akibat dampak dari seringnya terpapar oleh air. Permasalahan ini adalah hal yang wajar terjadi karena sebagai pegawai toko ikan segar tentu sering terkena air pada saat melakukan pelayanan seperti mengambil ikan dan pada saat membersihkan ikan yang diminta oleh pembeli.
- b. Pembeli mengeluhkan kurangnya tempat untuk parkir kendaraan.

2. Toko Ikan Segar Bima Galipat

- a. Permasalahan dan kendala yang dialami toko ikan segar Bima Galipat adalah turunnya tingkat penjualan, hal ini diduga dapat terjadi karena persaingan penjualan ikan segar yang semakin ketat meskipun berada di luar desa Sumber Sari.
- b. Kendala yang dihadapi berhubungan dengan karyawan yang tidak hadir tanpa memberitahukan alasan kepada pemilik toko ikan segar.
- c. Pembeli mengeluhkan kurangnya tempat untuk memarkirkan kendaraannya.
- d. Permasalahan dalam media promosi pemilik usaha toko ikan yang belum aktif karena belum berfokus menerapkan pada media promosinya.

KESIMPULAN

Penelitian yang telah dilakukan pada toko ikan segar di Desa Sumber Sari yaitu pada toko ikan Bang Jarwo dan toko ikan Bima Galipat terhadap tingkat kepuasan konsumen didapatkan hasil yaitu: pada toko ikan Bang Jarwo mendapatkan hasil CSI sebesar 73,44% dan menunjukkan bahwa nilai ini masuk kedalam interpretasi 'puas', yang berarti kinerja dari toko ikan Bang Jarwo ini berjalan baik, sedangkan pada toko ikan Bima Galipat mendapatkan hasil sebesar 66,88% dan menunjukkan bahwa nilai ini juga termasuk kedalam interpretasi 'puas', meskipun persentase yang dimiliki toko ikan Bima Galipat ini lebih rendah dari toko ikan Bang Jarwo. Faktor yang mempengaruhi perbedaan tersebut terdapat pada atribut promosi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dekan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Mulawarman beserta Staf Dosen dan Tenaga Kependidikan yang telah memberikan kesempatan dan membantu penulis untuk belajar dan menyelesaikan pendidikan di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Mulawarman. Ibu Qorih Saleha, S.Pi., M.Si, selaku dosen pembimbing I dan Bapak Gusti Haqiqiansyah, S.P., M.Si, selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, R. L. 2005. Kepuasan pelanggan, pengukuran dan penganalisaan dengan SPSS, edisi pertama. Penerbit Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Eddy, S. 2020. Kajian Kesegaran Ikan Di Pasar Tradisional Dan Modern Kota Malang. *JFMR (Journal of Fisheries and Marine Research)*, 4(2), 289-295.
- Kerlinger, F. N. 2004. Asas-Asas Penelitian Behavioral. Landung R. Simatupang. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Monografi Desa Sumber Sari. 2021. Profil Desa Kecamatan Sebulu Kabupaten Kutai Kartanegara.

- Nasiran dan Puspita, I.D. 2024. Tingkat Sanitasi Kios, Mutu Ikan Segar dan Kepuasan Konsumen di Pasar Condongcatur Kabupaten Sleman. Skripsi. Universitas Gadjah Mada.
- Saiful, S., & Talakua, E. G. 2020. Keputusan Membeli dan Kepuasan Konsumen Membeli Ikan Cakalang (*Katsuwonus Pelamis*) Segar di Kota Ambon. *Jurnal IPTEKS Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan*, 7(14), 62-73.
- Santi, K. D., Dian P. R. & Andri S. 2015. Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Metode Customer Satisfaction Index dan Importance Performance Analisis. Seminar Teknologi Dan Rekayasa. Universitas Muhammadiyah. Malang
- Saputra, R. H. 2024. Komunikasi Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Olahan Perikanan Teri Crispy Salsa Dara di Samarinda. *Jurnal Komunikasi Korporasi Dan Media*, 5(1), 2-3
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Syaifudien, Puspita, I.D., Rachmanti. 2024. Tingkat Sanitasi Kios, Mutu Ikan Segar dan Kepuasan Konsumen di Pasar Imogiri Kabupaen Bantul. Skripsi. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Sadika, P. H., Neyland, J. S. C., & Sutrisno, A. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Customer Satisfaction Index (Csi). *Jurnal Tekno Mesin*, 9(2), 52–61. <https://doi.org/10.35793/jtmu.v9i2.48746>
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, dan Tersier. *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page*, 5(September), 121–125. https://doi.org/10.1163/9789004263925_015
- Wahyuni, M. 2007. Pemanfaatan hasil perikanan secara efisien menuju perbaikan daya saing produk melalui pengembangan teknologi pengolahan non konvensional di dalam: Meningkatkan nilai tambah perikanan. Satuan Kerja Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan, Departemen Kelautan dan Perikanan, 125-145.

Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Toko Ikan Segar di Desa Sumber Sari Kecamatan Sebulu
Kabupaten Kutai Kartanegara (Pratama, dkk)

Widodo, S. M., & Sutopo, J. 2018. Metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengetahui pola kepuasan pelanggan pada *e-commerce model business to customer*. Jurnal Informatika Upgris, 4(1), 38-45.

Yusuf, A., Susilo, H., & Fitriyana. 2016. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Ikan Segar di Pasar Rawa Indah Kota Bontang. Jurnal Pembangunan Perikanan dan Agribisnis, 3(2), 57-69

Zeithaml dan Bitner, M. J. 2013. *Service Marketing*, Sixth Edition. Mc Graw Hill. America.