

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Perusahaan

Prima Jaya Arta adalah perusahaan yang menyediakan produk olahan buah unggulan terpercaya dengan mutu dan kualitas yang tidak menggunakan senyawa kimia sama sekali. Prima Arta Jaya bekerja secara profesional dan tenaga kerja ahli yang mampu menghasilkan produk dengan kualitas terbaik, sehat, dan aman. Produk yang dihasilkan merupakan Si.Git (Sari Legit) sari buah jeruk kental legit yang tidak mengandung kandungan air dan bahan pengawet. Sari buah yang dihasilkan mengandung vitamin C, B1 dan B3 yang akan memberikan manfaat bagi tubuh. Kemasan yang digunakan adalah botol kaca dengan volume 250 ml. Botol kaca yang dapat mendukung nilai produk menjadi sebuah produk yang berorientasi mewah. Botol tertutup rapi dengan tutup botol top up, tutup botol seng, dan kemudian di segel dengan plastik. Bagian depan botol ditempeli dengan stiker logo produk dan perusahaan. Bagian belakang botol ditembeli dengan keterangan khasiat produk, lambang daur ulang, komposisi, beserta fakta nutrisi sari buah jeruk yang dihasilkan.

Visi Prima Jaya Arta adalah menyediakan produk olahan buah unggulan terpercaya dengan mutu dan kualitas tanpa senyawa kimia yang dapat memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat Indonesia. Misi Prima Jaya Arta adalah menyediakan produk sari buah olahan yang dapat dikonsumsi setiap hari, menyediakan produk kesehatan konsumtif yang praktis dan meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia akan kesehatan.

4.2. Hasil Analisis

4.2.1. Karakteristik Responden Penelitian

1. Usia Responden

Tabel 4.1. Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
17-20 tahun	1	4%
21-25 tahun	10	40%
26-30 tahun	3	12%
31-35 tahun	1	4%
36-40 tahun	5	20%
>41 tahun	5	20%
Total	25	100%

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden yang berusia antara 21-35 tahun merupakan responden terbanyak dalam penelitian ini, yaitu 10 orang (40%). Selanjutnya, masing-masing 5 orang (20%) berusia antara 36-40 tahun dan >41 tahun, 3 orang (12%) berusia antara 26-30 tahun. Responden lainnya dengan jumlah masing-masing 1 orang (4%) berusia antara 17-20 tahun dan 31-35 tahun.

2. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	16	64%
Wanita	9	36%
Total	25	100%

Tabel 4.2 menunjukkan responden yang berjenis kelamin pria merupakan responden terbanyak dalam penelitian ini, yaitu 16 orang (64%), sedangkan 9 orang (36%) responden lainnya berjenis kelamin wanita.

3. Jumlah Konsumsi

Tabel 4.3. Jumlah Konsumsi

Jumlah Konsumsi	Frekuensi	Persentase
-----------------	-----------	------------

1 Kali	12	48%
2 Kali	9	36%
3 Kali	4	16%
Total	25	100%

Tabel 4.3 menunjukkan responden yang telah melakukan pembelian sebanyak 1 kali merupakan responden terbanyak dalam penelitian ini, yaitu 12 orang (48%), 9 orang (36%) telah melakukan pembelian sebanyak 2 kali, sedangkan 4 orang (16%) responden lainnya telah melakukan pembelian sebanyak 3 kali.

4.2.2. Deskripsi Jawaban Responden

4.2.2.1. Aspek Penampilan

Persepsi konsumen pada aspek penampilan menurut responden berdasarkan rekapitulasi hasil survei (Lampiran C) mayoritas responden memberikan penilaian 3 untuk indikator warna sirup Si.git seperti jeruk asli. Nilai tiga yang diberikan oleh responden pada kuisisioner memiliki arti setara /sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hasil kuisisioner pada indikator warna di perkuat dengan hasil wawancara. Hasil wawancara dengan responden (konsumen) sesuai dengan hasil kuisisioner dimana menurut konsumen:

“Warna sirup Si.git ini seperti jeruk asli, agak kuning ke oranye-oranye’an” (Jusuf-3, Lampiran D2)

“Warna produkmu cukup bagus karena orange sudah pas lah dengan warnanya itu” (Denny-2, Lampiran D5)

“bagus sih warnanya” (Claula-4, Lampiran D4)

Indikator kedua pada aspek penampilan adalah ukuran sirup Si.git sesuai kebutuhan konsumen. Mayoritas responden memberikan nilai 4 pada indikator ukuran, yang berarti setuju/ ukuran sudah sesuai yang dibutuhkan konsumen. Hasil wawancara terkait indikator ukuran menurut konsumen

“Kalo untuk aspek ukuran.. yang 250ml enak dibawa kemana pas” (Claula-4, Lampiran D4)

“Kalau dari ukurannya sudah pas, sesuai dengan kebutuhan, nggak terlalu banyak, nggak terlalu sedikit” (Like-2, Lampiran D7)

“Ukuran sudah cukup karena ndak terlalu besar dan juga ndak terlalu kecil” (Denny-2, Lampiran D5)

Indikator ketiga yaitu bentuk dari produk sirup Si.git, mayoritas responden memberikan nilai 3 dan 4 yang artinya indikator bentuk sudah sesuai dengan persepsi konsumen. Hasil kuisisioner diperkuat oleh hasil wawancara yang menyebutkan:

“Bentuk kemasannya unik, sudah lama saya nggak liat kemasan yang unik seperti produk kamu ini” (Denny-2, Lampiran D5)

“Bentuknya memang unik, saya kayaknya nggak pernah tau sih ada sirup yang bentuk seperti itu” (Like-2, Lampiran D7)

“bentuk kemasannya cukup unik untuk sirup, sesuatu yang berbeda” (Jusuf-3, Lampiran D2)

4.2.2.2. Aspek Aroma

Persepsi konsumen pada aspek Aroma menurut responden berdasarkan rekapitulasi hasil survei (Lampiran C) mayoritas responden memberikan penilaian 4 untuk indikator pertama yaitu aroma sirup Si.git seperti jeruk asli. Nilai 4 yang diberikan oleh responden pada kuisisioner memiliki arti wangi dari produk Si.git sesuai dengan jeruk asli. Hasil kuisisioner pada indikator wangi jeruk di perkuat dengan hasil wawancara. Dimana Hasil wawancara sebagai berikut.

“Aroma udah cukup oke, pas kalo buat saya” (Ronald-4, Lampiran D1)

“Aromanya cukup oke, seperti aroma jeruk seperti pada umumnya” (Jusuf-5, Lampiran D2)

“seger, ya kayak jeruk pada umumnya” (Claula-5, Lampiran D4)

“Aromanya wangi jeruk ya” (Like-2, Lampiran D7)

“Aroma Si.git mirip bau jeruk, segar” (Denny-2, Lampiran D5)

Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator wangi jeruk 100% disetujui oleh konsumen yang diwawancarai.

Indikator kedua pada aspek aroma adalah ketajaman aroma. Mayoritas responden memberikan nilai 2 pada indikator ketajaman aroma, yang berarti tidak setuju jika produk Si.git dikatakan beraroma tajam. Hasil wawancara terkait indikator tajam menurut konsumen

“tidak terlalu tajam juga” (Jusuf-5, Lampiran D2)

“nggak terlalu “nyegrak” (Like-2, Lampiran D7)

“nggak terlalu tajam” (Denny-2, Lampiran D5)

Jawaban responden di atas dapat diartikan indikator ketajaman pada aroma tidak merusak selera konsumen.

Selera adalah indikator ketiga dari aspek aroma, mayoritas responden memberikan nilai 4 yang artinya indikator selera sudah sesuai dengan persepsi konsumen sehingga konsumen tertarik untuk mencoba produk Si.git Hasil kuisisioner diperkuat oleh hasil wawancara yang menyebutkan sebagai berikut.

“Tapi enak kalo menurut aku jadi kayak kepingin nyoba sirupnya, seger” (Claula-5, Lampiran D4)

“Aromanya seger lah” (Like-2, Lampiran D7)

“ cukup bisa menggugah selera ” (Ronald-4, Lampiran D1)

Dari kelima responden yang diwawancarai, tiga responden setuju bahwa indikator selera pada aspek aroma sudah sesuai dengan harapan konsumen.

4.2.2.3. Aspek Rasa

Persepsi konsumen pada aspek rasa menurut responden berdasarkan rekapitulasi hasil survei (Lampiran C) pada indikator pertama yaitu tingkat keasaman dari produk Si.git. Mayoritas responden memberikan penilaian 3 untuk indikator tingkat keasaman produk Si.git. Nilai 3 yang diberikan oleh responden pada kuisisioner memiliki arti tingkat keasaman dari produk Si.git dianggap setara dengan

harapan konsumen. Hasil kuisisioner pada indikator tingkat keasaman diperjelas melalui wawancara dimana hasil wawancara sebagai berikut.

“tidak terlalu asam” (Jusuf-7, Lampiran D3)

“Asemnya lumayan, standar, jeruk ya kayak gitu” (Claula-7, Lampiran D4)

“Rasa produk Si.git mu nggak terlalu asam” (Denny-4, Lampiran D6)

Indikator kedua pada aspek rasa adalah kadar kemanisan. Mayoritas responden memberikan nilai 3 pada indikator kadar kemanisan yang berarti setara/tidak melebihi ekspektasi konsumen. Hasil wawancara terkait indikator kadar kemanisan menurut konsumen sebagai berikut.

“tidak terlalu manis” (Jusuf-7, Lampiran D3)

“Cuman kalo untuk manisnya, sedikit manis” (Claula-7, Lampiran D4)

“ndak terlalu manis” (Like-5, Lampiran D7)

Indikator ketiga rasa jeruk, mayoritas responden memberikan nilai 4 yang artinya setuju bahwa produk Si.git sama dengan rasa buah jeruk yang asli. Hasil kuisisioner diperkuat oleh hasil wawancara yang menyebutkan.

“Rasanya seperti jeruk asli” (Like-5, Lampiran D7)

“tapi tidak kehilangan rasa jeruk aslinya” (Denny-4, Lampiran D6)

“Rasanya cukup seperti jeruk asli” (Jusuf-7, Lampiran D3)

4.2.2.4. Aspek Tekstur

Persepsi konsumen pada aspek rasa menurut responden berdasarkan rekapitulasi hasil survei (Lampiran C) pada indikator pertama yaitu tingkat keenceran dari produk Si.git. Mayoritas responden memberikan penilaian 2 untuk indikator tingkat keenceran produk Si.git. Nilai 2 yang diberikan oleh responden pada kuisisioner memiliki arti produk Si.git dianggap memiliki tekstur yang tidak encer. Hasil wawancara sebagai berikut

“tidak terlalu encer” (Jusuf-10/11, Lampiran D3)

“nggak terlalu encer” (Claula-9, Lampiran D4)

“Texturnya pas tidak terlalu encer” (Denny-5, Lampiran D6)

Indikator kedua pada aspek tekstur adalah tingkat kekentalan. Mayoritas responden memberikan nilai 4 pada indikator kadar kekentalan yang berarti responden menyetujui tingkat kekentalan yang disajikan oleh produk Si.git. Hasil wawancara terkait indikator tingkat kekentalan produk Si.git menurut konsumen sebagai berikut:

“seperti kayak konsentrat” (Denny-5, Lampiran D6)

“Tekstur bagus, nggak terlalu encer dan nggak terlalu kental, kayak sirup pada umumnya” (Claula-9, Lampiran D4)

“Tekstur... umumlah sama seperti sirup lainnya” (Jusuf-10/11, Lampiran D3)

Aspek tekstur memiliki indikator ketiga yaitu persepsi konsumen terkait kesesuaian tekstur produk Si.git dengan harapan konsumen. Sebagian besar responden produk Si.git memberikan nilai 4 pada indikator kesesuaian tekstur produk Si.git dengan harapan konsumen. Hal ini berarti produk Si.git yang dijual kepada konsumen memiliki tekstur yang sudah memenuhi harapan konsumen. Hal ini diperkuat dengan petikan wawancara pada responden:

“ Yang paling mungkin enak itu gampang dilarutin, mau panas, mau dingin, gampang banget larutnya” (Claula-9, Lampiran D4)

“Tekstur sama lah ya seperti yang pernah saya minum” (Ronald-9, Lampiran D1)

“seperti kayak konsentrat gitu lho kel” (Denny-5, Lampiran D6)

Aspek tekstur pada produk Si.git dapat disimpulkan bahwa produk Si.git memiliki kekentalan dan hal ini merupakan tekstur yang diminati konsumen. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan mayoritas responden memberikan nilai 4 pada tingkat kekentalan dan kesesuaian tekstur produk Si.git dengan harapan konsumen.

4.2.2.5. Aspek Porsi

Persepsi konsumen pada aspek porsi dari produk Si.git pada indikator pertama yaitu satu jenis pilihan porsi produk Si.git. Nilai kuisioner pada indikator pertama

sebesar 4 yang berarti konsumen merasa satu jenis porsi produk Si.git saat ini sudah menjawab kebutuhan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara pendapat konsumen terkait pilihan porsi produk Si.git yang saat ini hanya satu varian porsi sebagai berikut.

“Sudah sesuai, jadi habisnya juga ndak terlalu lama dari saat kemasannya dibuka” (Ronald-11, Lampiran D2)

“jadi porsinya udah pas” (Jusuf-14/15, Lampiran D3)

“Porsi cukup, karena ndak terlalu juga ndak terlalu sedikit” (Denny-6, Lampiran D6)

“Porsinya cukup, nggak terlalu banyak, nggak terlalu sedikit, pas”(Like-8, Lampiran D7)

Indikator kedua pada aspek porsi adalah variasi ukuran dari sirup Si.git. Mayoritas responden memberikan nilai 2 pada indikator bervariasi yang berarti responden tidak menyetujui jika produk Si.git memiliki lebih dari satu jenis ukuran. Hasil wawancara terkait indikator bervariasi produk Si.git menurut konsumen sebagai berikut:

“Mungkin kedepannya ada yang porsi besar untuk disimpan untuk berapa lama bisa lebih baik” (Jusuf-14/15, Lampiran D3)

“cuman alangkah baiknya ada ukuran yang lebih besar lagi kayak 500ml atau 750ml jadi kan bisa disimpan dirumah, kayak gitu” (Claula-11, Lampiran D5)

Indikator ketiga pada aspek porsi adalah kesesuaian porsi dengan harapan konsumen. Mayoritas responden memberikan nilai 4 pada indikator kesesuaian porsi dari produk Si.git dengan kebutuhan konsumen. Hal ini diperkuat dengan data informasi yang diperoleh melalui wawancara dengan responden.

“Porsinya cukup, nggak terlalu banyak, nggak terlalu sedikit, pas” (Like-8, Lampiran D7)

“Porsi cukup, karena ndak terlalu juga ndak terlalu sedikit” (Denny-6, Lampiran D6)

“Sudah sesuai, jadi habisnya juga ndak terlalu lama dari saat kemasannya dibuka” (Ronald-11, Lampiran D2)

“Untuk yang 250 enak ya, karena bisa di bawa kemana-mana dibawa kantor, dibawa pergi” (Claula-11, Lampiran D5)

Aspek porsi dari produk Si.git jika dilihat dari hasil kuisioner maka persepsi konsumen terkait satu jenis porsi dari produk Si.git yang ada saat ini sudah menjawab kebutuhan konsumen. Porsi produk Si.git yang ditawarkan kepada konsumen sebanyak 250ml/botolnya sangat sesuai dengan kondisi kebutuhan. Untuk kedepannya sebagian konsumen berharap Prima Jaya Arta menambah variasi dari ukuran produk Si.git. Hal ini dikarenakan kebutuhan konsumen juga semakin berkembang.

4.2.2.6. Aspek Kemasan

Aspek kemasan dengan indikator pertamanya adalah kemasan sirup Si.git melampirkan surat izin produk. Berdasarkan hasil kuisioner mayoritas konsumen memberikan nilai 1 yang berarti konsumen sangat tidak setuju bahwa kemasan sirup Si.git melampirkan surat izin produk. Pada kenyataannya memang produk Si.git belum mengantongi surat izin dari lembaga resmi negara. Hal ini dikarenakan produk kami masih merupakan industri rumah tangga. Pendapat dari responden yang diwawancarai terkait indikator kemasan sirup Si.git melampirkan surat izin produk sebagai berikut.

“Kemasann mungkin ada kekurangan, beberapa ya, yaitu tanggal kadaluarsa dan surat ijinnya juga” (Jusuf-17, Lampiran D3)

Indikator keduanya adalah kemasan sirup Si.git melampirkan tanggal kadaluarsa. Berdasarkan hasil kuisioner mayoritas konsumen memberi nilai 2 yang berarti kosumen komplain kalau produk Si.git tidak melampirkan tanggal kadaluarsa.

Hal ini dipertegas dengan hasil wawancara sebagai berikut:

“Kemasann mungkin ada kekurangan, beberapa ya, yaitu tanggal kadaluarsa dan surat ijinnya juga” (Jusuf-17, Lampiran D3)

“Informasi produk yang dalam kemasan kurang lengkap, kayak tanggal kadaluarsa nggak ada” (Ronald-12, Lampiran D2)

“Kemasan seharusnya harus ada tanggal kadaluarsanya” (Claula-12, Lampiran D5)

“juga harus ada tanggal kedaluarsanya” (Like-8, Lampiran D7)

Indikator ketiga dari aspek kemasan yaitu, kemasan sirup Si.git melampirkan cara penyajian dan penyimpanan. Mayoritas responden memberikan nilai 4 yang

berarti responden setuju jika kemasan sirup Si.git melampirkan cara penyajian dan penyimpanan. Hasil kuisioner diselaraskan dengan hasil wawancara sebagai berikut:

“ walaupun cara penyajian dan penyimpanan sudah ada mungkin bisa lebih didetailkan lagi” (Jusuf-17, Lampiran D3)

Aspek kemasan dari produk Si.git merupakan hal yang sangat penting untuk segera diperbaiki. Terutama pengurusan perizinan dan mencantumkan tanggal kadaluarsa pada seluruh produk yang dipasarkan. Konsumen akan memiliki perspektif yang positif ketika produk Si.git sudah memiliki surat izin dan mencantumkan tanggal kadaluarsa sehingga, ketika konsumen mengkonsumsi produk Si.git tidak ada rasa kekhawatiran dapat merusak kesehatan.

4.3. Pembahasan

Penelitian ini menghasilkan aspek aroma, penampilan, kemasan, rasa, tekstur, porsi berpengaruh pada persepsi konsumen dalam mengkonsumsi produk minuman. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Ackbarali dan Maharaj (2014) yang mengatakan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk makanan dan minuman sangat tergantung dengan karakteristik sensoriknya, seperti: tampilan (warna, ukuran, bentuk, transparansi, kekusaman dan kilau) aroma (bau dan aromatik, misalnya: wangi, busuk, tajam, apek, menusuk), rasa (manis, asam, asin, pahit dan tekstur juga menjadi bagian dari persepsi konsumen terhadap karakteristik sensorik produk yang diterima oleh indera perasa, seperti kekentalan atau keenceran. Selain dikonfirmasi penelitian terdahulu hasil penelitian ini juga dikonfirmasi oleh teori menurut (Rahardjo,2016) Setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut *standard portion size*, yaitu kuantitas item yang harus disajikan setiap kali item tersebut dipesan. (Joefatha *et al*, 2015) kemasan produk yang baik memiliki beberapa kegunaan seperti melindungi, memfasilitasi penggunaan, media promosi dan juga menyediakan informasi mengenai suatu produk,

seperti: perizinan, gambar produk, tanggal kadaluarsa, cara penyajian/penyimpanan, komposisi, dll. Penelitian ini juga dikonfirmasi dengan landasan teori yang menyatakan bahwa persepsi konsumen merupakan proses yang dilakukan konsumen dalam menyeleksi, mengatur dan mengartikan suatu informasi menjadi gambaran tentang segala sesuatu yang diterima oleh panca inderanya (Kotler dan Keller, 2012:161).

4.4. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil analisis terhadap kualitas produk Si.git dari aspek penampilan, aroma, rasa, tekstur dirasa konsumen sudah sesuai dengan yang diharapkan konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai pada kuisioner. Aspek porsi pada umumnya sesuai dengan harapan konsumen, namun pada saat wawancara peneliti mendapat masukan agar produk Si.git ditambah varian ukuran. Aspek yang sangat penting untuk segera diperbaiki adalah aspek kemasan terutama pada indikator surat izin.