

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Produk POLIS**

POLIS (Pomade Propolis) merupakan produk penata/perawatan rambut yang mengandung agen *antibakteri* propolis dari lebah *Trigona sp* dan diperkaya dengan minyak herbal Indonesia yang dibuat khusus untuk menata dan merawat rambut. Kandungan dari propolis lebah *Trigona sp* salah satunya adalah *flavonoid*, kandungan *flavonoid* lebah *Trigona sp* jauh lebih tinggi bila dibandingkan dengan lebah lain yaitu 4%. Kandungan *flavonoid* tersebut dapat mengatasi rambut yang berketombe yang disebabkan oleh bakteri ataupun jamur (Bagjavicenna 2008). Produk ini masih dalam tahap percobaan, produk POLIS dikemas dan disajikan dengan kemasan praktis dan menarik serta dilengkapi sisir khusus membuat rambut rapi. POLIS berbentuk padat tetapi dapat diambil atau dioles dengan tangan. POLIS memiliki kelebihan yaitu membuat rambut tampak rapi awet dan tahan lama meskipun terkena air. POLIS memiliki berbagai varian diantaranya adalah soft, medium dan hard. Varian soft ditujukan untuk konsumen yang memiliki rambut kaku sehingga rambut tersebut terlihat lebih rapi. Varian medium ditujukan untuk konsumen yang memiliki rambut mudah diatur, sedangkan varian hard ditujukan untuk rambut yang tebal. Bahan baku yang digunakan dalam produk pomade propolis diantaranya adalah beeswax, vaselin, minyak jarak, minyak kemiri, VCO, fragrance dan propolis lebah *Trigona sp*. yang didapatkan dari kelompok peternakan lebah *Trigona sp*. di Dusun Ngembal Kabupaten Pasuruan.

#### 4.1.1 Gambaran Logo Produk POLIS



**Gambar 4** .Logo Produk POLIS

Logo desain produk dengan gambar lebah yang menandakan produk POLIS ini menggunakan produk dari lebah *Trigona sp.* yaitu propolis. Gambar tersebut dikombinasi oleh dominasi warna hitam yang menggambarkan sifat maskulin saat pria memakai produk ini.

#### 4.1.2 Gambaran Kemasan Produk POLIS



**Gambar 5** .Kemasan Produk POLIS

Pada kemasan POLIS pot logam didesain khusus untuk menghindari pecah pada saat proses distribusi sehingga tetap aman hingga tangan konsumen serta agar tidak tembus cahaya yang berpotensi merusak struktur pomade. Pewarnaan pada label kemasan yang berbeda didasarkan pada sifat dari produk tersebut. Warna kombinasi putih (tingkat kekakuan yang soft), warna kuning (tingkat kekakuan medium) dan warna orange (tingkat kekakuan yang hard).

## 4.2 Responden

Responden dalam penelitian ini adalah warga masyarakat di Kota Malang dengan jumlah terbatas yang berdasarkan pada usia, usia dibagi menjadi dua kategori yakni kurang dari 30 tahun dan lebih dari 30 tahun. Usia 30 tahun menjadi batas responden dikarenakan pada usia 30 kebawah menandakan responden yang masih mempertahankan penampilan agar tetap stylish dan usia 30 tahun keatas menandakan responden yang kurang mempertahankan penampilan stylish. Berdasarkan usia pembeli pomade dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pembeli pomade propolis berdasarkan usia

No	Usia	Frekuensi (f)	Porsentase (%)
1	Kurang dari 30 Tahun	76	100
2	Lebih dari 30 Tahun	-	-
<b>Jumlah</b>		76	100

*Sumber: Data Primer*

Berdasarkan Tabel 1. Diketahui bahwa responden terbanyak adalah pembeli yang berusia kurang dari 30 tahun, karena pada usia tersebut rata-rata responden masih ingin tetap menjaga penampilan rambut yang tampak stylish.

### 4.3 Usia

Hasil analisis statistik pengaruh usia terhadap volume penjualan produk pomade propolis selengkapnya dapat dilihat pada Lampiran 1. Analisis ragam menunjukkan pengaruh yang sangat nyata ( $P < 0,01$ ) terhadap volume penjualan produk. Adapun rata-rata hasil usia terhadap volume penjualan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rataan usia pembeli pomade propolis (Orang)

<b>Perlakuan</b>	<b>Rataan <math>\pm</math> SD</b>
P0 17-22 Tahun	13,30 $\pm$ 3,25 <sup>b</sup>
P1 23-28 Tahun	1,69 $\pm$ 1,55 <sup>a</sup>
P2 $\geq$ 29 Tahun	0,00 $\pm$ 0,00 <sup>a</sup>

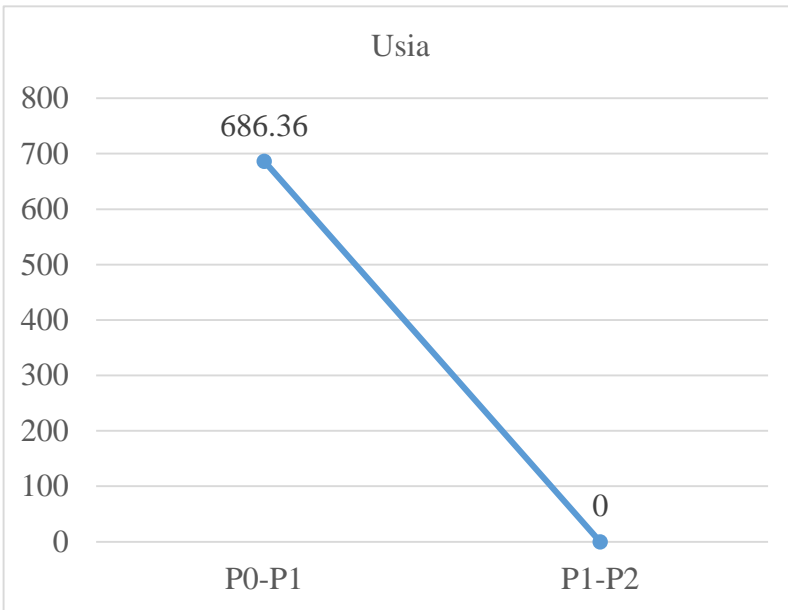
Keterangan: Superskrip <sup>a,a</sup> dan <sup>b</sup> yang berbeda pada baris yang sama menunjukkan perbedaan yang sangat nyata ( $P < 0,01$ ).

Usia adalah satuan waktu yang mengukur waktu keberadaan orang. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa pengaruh usia terhadap volume penjualan berpengaruh sangat nyata. Rataan usia pada Tabel 2. tertinggi ke terendah yaitu perlakuan P0 13,30 $\pm$  3.25; P1 1,69 $\pm$  1,55 dan P2 0,00  $\pm$  0,00 orang. Hal ini dikarenakan pembeli produk pomade propolis di Kota Malang rata-rata pada usia 17-22 tahun, Karena pada usia

tersebut seseorang memiliki daya beli yang lebih tinggi dibandingkan dengan usia dibawahnya.

Fredereca dan Chairy, (2010) menyatakan bahwa konsumen yang telah berusia  $\geq 17$  tahun dapat dikatakan telah mampu mengenali suatu kebutuhan barang atau jasa, mampu mengambil keputusan untuk memilih suatu produk, dan dapat memahami mengenai informasi yang disajikan. Dianawati, (2008) menambahkan bahwa usia 17-25 tahun memiliki minat beli pada suatu barang atau jasa yang lebih tinggi hal ini karena secara psikologi usia 17-25 tahun konsumen memiliki kecenderungan dan keinginan untuk membeli suatu produk lebih tinggi dibandingkan usia diatasnya. Data usia pembeli pomade propolis dapat dilihat pada Lampiran 5.

Khulud (2016) bahwa faktor usia juga mempengaruhi volume penjualan produk karena dengan perbedaan usia seseorang maka juga akan semakin memiliki perbedaan terhadap minat beli, kualitas dan manfaat produk yang dipilih. Sinulinga, (2015) menambahkan bahwa pada usia 9-15 tahun seseorang akan memiliki minat beli yang normal tetapi kurang memperhatikan kegunaan terhadap produk yang dibeli. Pada usia 17-27 tahun seseorang memiliki minat beli yang lebih tinggi dan lebih selektif terhadap manfaat atau kegunaan produk yang dibelinya, karena pada usia tersebut seseorang sudah mengenali dan memahami akan manfaat dan kebutuhan yang dibutuhkan oleh dirinya sendiri maupun orang lain.



**Gambar 6.** Grafik Usia

Berdasarkan Gambar 6. Dapat dilihat bahwa persentase usia pada P0 menduduki konsumen teratas, P1 menduduki konsumen kedua dan pada P2 tidak ada yang membeli.

#### **4.4 Varian Pomade Propolis**

Hasil analisis statistik pengaruh varian terhadap volume penjualan produk pomade propolis selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 2. Analisis ragam menunjukkan pengaruh yang nyata ( $P < 0,05$ ) terhadap volume penjualan produk. Adapun rata-rata hasil varian terhadap volume penjualan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rataan varian pomade pomade (Produk)

<b>Perlakuan</b>	<b>Rataan ± SD</b>
P0 Soft	5,23±2,17 <sup>ab</sup>
P1 Medium	5,92±1,66 <sup>b</sup>
P2 Hard	3,84±1,34 <sup>a</sup>

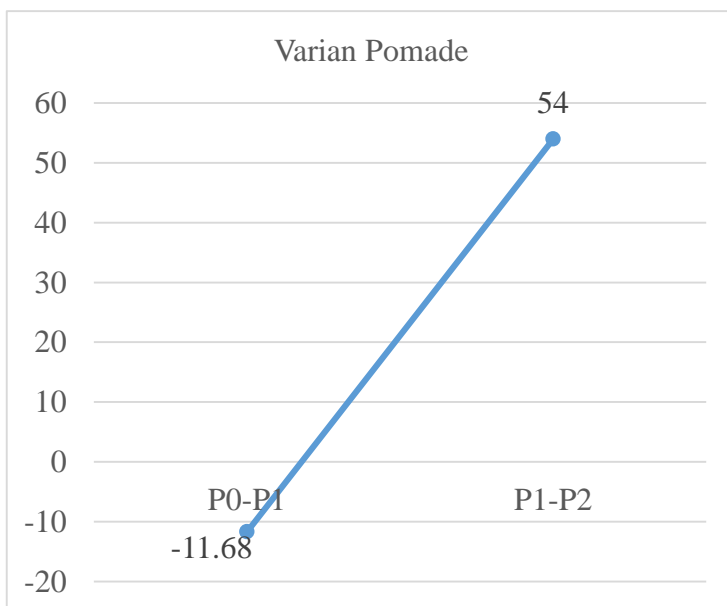
Keterangan: Superskrip <sup>a,ab</sup> dan <sup>a</sup> yang berbeda pada baris yang sama menunjukkan perbedaan yang nyata ( $P < 0,05$ ).

Variasi produk memiliki pengertian yang luas, tidak hanya menyangkut jenis produk dan lini produk tetapi juga menyangkut kualitas, desain, bentuk, merk, kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan dan pengembalian yang harus diperhatikan oleh perusahaan secara seksama terhadap keanekaragaman produk yang dihasilkan secara keseluruhan. Semakin bervariasi produk yang dihasilkan, maka perusahaan juga semakin banyak melayani berbagai macam kebutuhan dan keinginan dari berbagai sasaran konsumen atau pembeli yang yang dituju (Yuliana, 2015). Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa pengaruh varian terhadap volume penjualan produk pomade propolis di Kota Malang memberikan pengaruh nyata. Rataan usia pada Tabel 2. tertinggi ke terendah yaitu perlakuan P1 5,92±1,66; P0 5,23±2,17 dan P2 3,84±1,34 produk.

Pembeli cenderung menyukai varian medium dikarenakan varian medium memiliki spesifikasi produk antara lain tingkat kekakuan yang seimbang dan aroma lemon. Data pembeli pomade propolis berdasarkan varian dapat dilihat pada Lampiran 6. Isqo (2015) menyatakan bahwa variasi produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan, hal ini

dikarenakan semakin banyaknya variasi produk yang dijual oleh perusahaan maka akan dapat meningkatkan volume penjualan pada suatu perusahaan.

Wijaya (2013) dalam Martana, Kriya dan Yulianthini (2015) yang menyatakan bahwa jenis produk berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Semakin banyak jenis produk yang dihasilkan, maka diharapkan semakin tinggi pula volume penjualan yang diterima. Meningkatnya jenis produk diikuti penjualan meningkat, maka volume penjualan yang diperoleh akan mengalami peningkatan. Nurcahyo (2016) apabila suatu produk tersebut baik, maka memunculkan rasa kepuasan, loyalitas, dan keinginan membeli ulang produk yang pada akhirnya meningkatkan volume penjualan.



**Gambar 7.** Grafik Varian Pomade



Berdasarkan Gambar 7. Dapat dilihat bahwa varian pomade yang paling diminati adalah P1 yaitu medium, disusul dengan P0 soft dan P2 hard.

