V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. Kelurahan Merjosari memiliki luas wilayah sebesar 310,87 Ha. Sebelah utara kelurahan Merjosari berbatasan langsung dengan Kelurahan Dinoyo dan Kelurahan Tlogomas, sebelah selatan berbatasan langsung dengan Kelurahan Karang Besuki dan Kelurahan Sukun, sebelah barat berbatasan langsung dengan Desa Tegalweru, dan bagian timur berbatasan dengan Kelurahan Dinoyo serta Kelurahan Lowokwaru.

Jumlah Rukun Warga yang terdapat di Kelurahan Merjosari ialah sejumlah 12 Rukun Warga, dengan Rukun Tetangga sejumlah 79. Hingga kini, jumlah penduduk pria di Kelurahan Merjosari ialah sejumlah 8.808 jiwa dengan jumlah penduduk wanita sejumlah 7.827 jiwa. Sedangkan jumlah kepala keluarga di Kelurahan Merjosari ialah sejumlah 4.462 kepala keluarga.

5.2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini ialah responden yang merupakan ibu rumah tangga yang pernah mengkonsumsi baik gel cincau hitam lokal maupun gel cincau hitam impor dengan pembatasan di wilayah Kelurahan Merjosari, Kecamatan Lowokwaru. Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen antara produk gel cincau hitam lokal maupun impor mewajibkan responden sudah pernah mengkonsumsi kedua produk, sehingga hasil yang diberikan pun lebih valid. Pada penelitian ini, jumlah responden sebanyak 80 orang. Data yang diperoleh mengenai karakteristik responden dalam penelitian ini ialah karakteristik responden berdasarkan usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, serta penghasilan.

5.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia konsumen merupakan salah satu penyebab adanya perbedaan pada selera konsumen. Penelitian terhadap karakteristik responden berdasarkan usia bertujuan untuk mengetahui pada rentang usia berapa saja konsumen mengkonsumsi produk gel cincau hitam lokal ataupun gel cincau hitam impor.

Tabel 7. Karakteristik Responden Gel Cincau Hitam Berdasarkan Golongan Usia di Kelurahan Merjosari, Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.

No	Golongan Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	21-30	26	32,5
2	31-40	27	33,75
3	41-50	22	27,5
4	51-60	5	5
Total		80	100

Sumber : Data Primer, 2013.

Berdasarkan tabel diatas, dengan jumlah responden sebanyak 80 orang di wilayah Kelurahan Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, diketahui bahwa konsumen gel cincau hitam didominasi oleh konsumen berusia antara 31-40 sebesar 33,75% dan kemudian persentasenya diikuti oleh konsumen berusia 21-30 sebesar 32,5%. Responden berusia antara 31-40 dapat dikatakan merupakan responden dengan rentang usia dewasa yang kemudian diasumsikan memiliki pengetahuan dan pertimbangan lebih banyak dibanding dengan responden usia muda, yaitu yang berusia antara 21-30. Tabel tersebut juga menunjukkan bahwa responden penelitian ini terdiri dari berbagai rentang usia dengan batas bawah usia ialah 21 tahun dan batas atas usia ialah 60 tahun. Penyebaran konsumen cenderung merata untuk masing-masing golongan usia, terkecuali untuk golongan usia 51-60 yang jauh lebih kecil dibanding golongan usia lainnya.

5.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Latar belakang pendidikan akan mempengaruhi cara berpikir seseorang terhadap keputusan seseorang untuk mengkonsumsi produk. Semakin tinggi tingkat pendidikan responden maka semakin banyak informasi yang diperoleh, sehingga akan mempengaruhi sudut pandang responden sebagai konsumen. Tingkat pendidikan responden dalam penelitian ini cukup beragam, dimana terdapat responden dengan pendidikan terakhir mulai dari SD – S2.

Tabel 8. Karakteristik Responden Gel Cincau Hitam Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir di Kelurahan Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD	7	8,75
2	SMP	13	16,25
3	SMA	42	52,5
4	D3	2	2,5
5	S1	15	18,75
6	S2	1	1,25
Total		80	100

Sumber : Data Primer, 2013.

Tabel diatas menunjukkan bahwa konsumen produk gel cincau hitam lokal didominasi oleh konsumen dengan tingkat pendidikan SMA dengan persentase sebesar 52,5%, diikuti oleh konsumen dengan tingkat pendidikan S1 sebesar 18,75%. Tabel tersebut juga menunjukkan bahwa dari sudut pandang tingkat pendidikan, responden dalam penelitian ini memiliki keragaman yang cukup tinggi. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden di wilayah tersebut masih belum cukup tinggi. Hal ini dikarenakan masih terdapat responden yang tidak menempuh program wajib belajar (wajar) 12 tahun, yaitu responden yang hanya menempuh tingkat pendidikan SD dan SMP.

5.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Mata Pencaharian

Mata pencaharian yang dimiliki seseorang mencerminkan bagaimana kondisi lingkungan kerja seseorang serta bagaimana kebutuhan seseorang tersebut akan suatu produk. Jenis mata pencaharian seseorang mampu mempengaruhi keputusan pembelian ataupun konsumsi akan suatu produk.

Tabel 9. Karakteristik Responden Gel Cincau Hitam Berdasarkan Mata Pencaharian di Kelurahan Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang.

No	Mata Pencaharian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Guru/Dosen/Pegawai Negeri	6	7,5
2	Wiraswasta	13	16,25
3	Pegawai Swasta	31	38,75
4	Lainnya (Ibu Rumah Tangga)	30	37,5
Total		80	100

Sumber : Data Primer, 2013.

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa konsumsi paling banyak dilakukan oleh responden dengan mata pencaharian sebagai pegawai swasta dengan persentase sebesar 38,75%, sedangkan persentase paling sedikit diperoleh oleh responden yang bermata pencaharian sebagai guru/dosen/pegawai negeri. Tabel tersebut juga menunjukkan bahwa responden yang tidak bekerja, atau sebagai ibu rumah tangga saja memiliki populasi yang cukup banyak dibanding dengan responden bermata pencaharian lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa di lokasi penelitian, populasi ibu rumah tangga yang bekerja sebagai pegawai swasta dan tidak bekerja lebih mendominasi.

5.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan

Tingkat penghasilan merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam pembentukan pola konsumsi konsumen. Tingkat penghasilan juga menjadi patokan kesejahteraan masing-masing konsumen, yang pada akhirnya juga mampu mempengaruhi selera tiap konsumen. Konsumen yang berpenghasilan tinggi akan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi produk-produk yang berkualitas baik pula.

Tabel 10. Karakteristik Responden Gel Cincau Hitam Berdasarkan Tingkat Penghasilan di Kelurahan Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang.

No	Penghasilan (Rp/Bulan)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	< 500.000	2	2,5
2	500.000 - 1.000.000	25	31,25
3	1.000.000 - 2.000.000	39	48,75
4	> 2.000.000	14	17,5
Total		80	100

Sumber : Data Primer, 2013.

Karakteristik konsumen berdasarkan jumlah penghasilan untuk produk gel cincau hitam lokal didominasi oleh konsumen berpenghasilan antara Rp 1.000.000,- hingga Rp 2.000.000,- sebesar 48,75%, sedangkan konsumen dengan tingkat penghasilan paling rendah ialah konsumen dengan penghasilan lebih kecil dari Rp 500.000,- dengan persentase sebesar 2,5%. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen gel cincau hitam dalam penelitian ini memiliki penghasilan yang cukup tinggi.

5.3. Atribut Yang Menjadi Pertimbangan Konsumen dalam Mengkonsumsi Produk Gel Cincau Hitam

Cochran Q Test merupakan metode analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui atribut apa saja yang dianggap valid dengan menyisihkan atribut-atribut yang dianggap tidak valid. Proses analisis dimulai dengan memberikan kuisioner pada konsumen. Kuisioner tersebut terdiri dari pertanyaan tertutup dengan jawaban Ya atau Tidak atas atribut pilihan konsumen produk gel cincau hitam baik lokal maupun impor. Atribut-atribut tersebut kemudian diuji *Cochran Q Test* dengan menggunakan software analisis SPSS. Atribut yang akan diuji antara lain terdiri atas :

Tabel 11. Atribut yang akan di uji pada produk gel cincau hitam

No	Atribut yang akan diuji	An
1	Harga	A1
2	Bentuk kemasan	A 2
3	Kualitas kemasan	A 3
4	Daya tahan	A 4
5	Rasa	A 5
6	Merek	A 6
7	Komposisi	A 7
8	Jaminan halal yang tertera pada produk	A 8
9	Tanpa bahan pengawet	A 9
10	Volume	A 10
11	Ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk	A 11

Sumber : Data Primer, 2013

Dari proses perhitungan menggunakan software SPSS akan diperoleh nilai Qhitung yang nantinya akan dibandingkan dengan nilai Q tabel pada *Chi Square Table* dengan taraf signifikansi (a) sebesar 0,05 dan *degree of freedom* (df) = jumlah atribut – 1. Apabila nilai Q hitung lebih besar daripada Q tabel (Q hitung > Q tabel), maka harus ada atribut yang dihilangkan. Proses analisis data dapat diakhiri apabila nilai Q hitung lebih kecil daripada Q tabel (Q hitung < Q tabel). Atribut yang tersisa pada pengujian terakhir merupakan atribut yang dipilih atau dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk gel cincau hitam lokal maupun impor.

1. Cincau hitam lokal

Untuk mengetahui atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk gel. Berikut ini merupakan tahapan pengujian seluruh atribut gel

cincau hitam lokal menggunakan *Cochran Q Test*, sebagai upaya untuk mengetahui atribut yang dipilih konsumen.

a. Pengujian pertama

Pada pengujian pertama, diperoleh nilai Q hitung sebesar 99,346 sedangkan Q tabel sebesar 18,31. Nilai Q hitung lebih besar dari Q tabel sehingga harus ada aribut yang dieliminasi, yakni atribut yang memiliki skor Ya terkecil. Maka untuk pengujian kedua, atribut A7 atau atribut komposisi dengan skor Ya sebesar 22 lah yang harus dihapus.

b. Pengujian kedua

Pada pengujian kedua, proses analisis dilakukan dengan menyertakan sepuluh atribut yang merupakan sisa hasil pengujian pada pengujian pertama, yakni atribut A1, A2, A3, A4, A5, A6, A8, A9, A10, A11. Q hitung yang diperoleh dari proses pengujian kedua ialah sebesar 66,058 sedangkan Q tabel sebesar 16,92. Nilai Q hitung yang lebih besar dari Q tabel menunjukkan bahwa atribut yang memiliki skor Ya terkecil harus dieliminasi. Atribut yang memiliki skor Ya terkecil adalah A6 atau merek dengan skor sebesar 28, sehingga atribut merek-lah yang harus dihapus.

c. Pengujian ketiga

Pada pengujian ketiga, proses analisis dilakukan dengan menyertakan sembilan atribut yang merupakan sisa hasil pengujian pada pengujian kedua, yakni atribut A1, A2, A3, A4, A5, A8, A9, A10, A11. Q hitung yang diperoleh dari proses pengujian kedua ialah sebesar 48,923 sedangkan Q tabel sebesar 15,51. Nilai Q hitung yang lebih besar dari Q tabel menunjukkan bahwa atribut yang memiliki skor Ya terkecil harus dieliminasi. Atribut yang memiliki skor Ya terkecil adalah A10 atau volume dengan skor sebesar 29, sehingga atribut volume-lah yang harus dihapus.

d. Pengujian keempat

Pada pengujian keempat, proses analisis dilakukan dengan menyertakan delapan atribut yang merupakan sisa hasil pengujian pada pengujian ketiga, yakni atribut A1, A2, A3, A4, A5, A8, A9, A11. Q hitung yang diperoleh dari proses pengujian kedua ialah sebesar 18,242 sedangkan Q tabel sebesar 14,07. Nilai Q hitung yang lebih besar dari Q tabel menunjukkan bahwa atribut yang memiliki

skor Ya terkecil harus dieliminasi. Atribut yang memiliki skor Ya terkecil adalah A2 atau bentuk kemasan dengan skor sebesar 35, sehingga atribut bentuk kemasan-lah yang harus dihapus.

e. Pengujian kelima

Pada pengujian kelima, proses analisis dilakukan dengan menyertakan tujuh atribut yang merupakan sisa hasil pengujian pada pengujian ketiga, yakni atribut A1, A3, A4, A5, A8, A9, A11. Q hitung yang diperoleh dari proses pengujian kedua ialah sebesar 7,6 sedangkan Q tabel sebesar 12,59. Nilai Q tabel yang lebih besar dari Q hitung menunjukkan bahwa atribut-atribut tersebut merupakan aribut yang dipilih konsumen dalam mengkonsumsi produk gel cincau hitam lokal. Secara singkat, hasil dari kelima proses pengujian beserta atribut yang harus dihilangkan dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 12. Hasil Uji *Cochran Q Test* Pada Produk Gel Cincau Hitam Lokal

No	Atribut	Atribut yang dihilangkan pada pengujian ke-				
		I	II	III	IV	V
1	Harga					
2	Bentuk kemasan					-
3	Kualitas kemasan					
4	Daya tahan					
5	Rasa					
6	Merek			-		
7	Komposisi		-			
8	Jaminan halal yang tertera pada produk					
9	Tanpa bahan pengawet					
10	Volume				-	
11	Ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk					
	Q hitung	99,346	66,058	48,923	18,242	7,6
	Q tabel	18,31	16,92	15,51	14,07	12,59

Sumber : Data Primer, 2013 (diolah)

Proses pengujian masing-masing atribut dengan metode *Cochran Q Test* yang bertujuan untuk mencari tahu tentang atribut produk yang dipertimbangkan dalam mengkonsumsi gel cincau hitam lokal secara keseluruhan melalui lima kali tahap pengujian. Pengujian atribut dengan menggunakan *Cochran Q Test* menyisihkan empat atribut untuk dibuang, yaitu komposisi, merek, bentuk

kemasan, serta volume. Atribut pertama yang harus disisihkan ialah atribut komposisi. Atribut komposisi tidak dipertimbangkan konsumen karena kebanyakan konsumen telah mengetahui bahwa bahan baku utama pembuatan gel cincau hitam lokal ialah daun cincau hitam, sehingga konsumen tidak terlalu memperhatikan komposisi yang tercantum pada produk tersebut.

Atribut kedua yang harus disisihkan ialah atribut merek. Dalam hal ini, produk gel cincau hitam lokal merupakan produksi lokal, dan selama ini belum ada upaya produsen untuk memperkenalkan produk pada konsumen seperti membuat iklan atau promosi-promosi lainnya. Hal ini berdampak pada merek produk yang tidak terlalu terkenal oleh masyarakat dan konsumen pun menganggap bahwa atribut merek menjadi hal yang tidak dipertimbangkan dalam mengkonsumsi produk gel cincau hitam lokal.

Atribut ketiga yang tidak dipertimbangkan konsumen dalam mengkonsumsi produk gel cincau hitam lokal ialah atribut volume. Atribut volume dianggap tidak penting oleh konsumen karena volume produk yang disajikan oleh produsen terlalu besar.

Atribut terakhir yang tidak dipertimbangkan konsumen dalam mengkonsumsi produk gel cincau hitam lokal ialah bentuk kemasan. Bentuk kemasan menjadi atribut yang harus disisihkan karena kemasan kurang bervariasi dan hanya berupa plastik yang membungkus produk gel cincau hitam lokal yang dipotong kotak.

Lima tahap pengujian *Cochran Q Test* dengan menggunakan SPSS menghasilkan tujuh atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih gel cincau hitam lokal, antara lain ialah harga, kualitas kemasan, daya tahan, rasa, jaminan halal yang tertera pada produk, tanpa bahan pengawet, dan ketersediaan tanggal kadaluarsa.

2. Cincau Hitam Impor

Untuk mengetahui atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk gel. Berikut ini merupakan tahapan pengujian seluruh atribut gel cincau hitam impor menggunakan *Cochran Q Test*, sebagai upaya untuk mengetahui atribut yang dipilih konsumen.

a. Pengujian pertama

Pada pengujian pertama, diperoleh nilai Q hitung sebesar 79,115 sedangkan Q tabel sebesar 18,31. Nilai Q hitung lebih besar dari Q tabel sehingga harus ada aribut yang dieliminasi, yakni atribut yang memiliki skor Ya terkecil. Maka, atribut A7 atau atribut komposisi dengan skor Ya sebesar 18 lah yang harus dihapus.

b. Pengujian kedua

Pada pengujian kedua, proses analisis dilakukan dengan menyertakan sepuluh atribut yang merupakan sisa hasil pengujian pada pengujian pertama, yakni atribut A1, A2, A3, A4, A5, A6, A8, A9, A10, A11. Q hitung yang diperoleh dari proses pengujian kedua ialah sebesar 59,164 sedangkan Q tabel sebesar 16,92. Nilai Q hitung yang lebih besar dari Q tabel menunjukkan bahwa atribut yang memiliki skor Ya terkecil harus dieliminasi. Atribut yang memiliki skor Ya terkecil adalah A10 atau volume dengan skor sebesar 20, sehingga atribut volume-lah yang harus dihapus.

c. Pengujian ketiga

Pada pengujian ketiga, proses analisis dilakukan dengan menyertakan sembilan atribut yang merupakan sisa hasil pengujian pada pengujian kedua, yakni atribut A1, A2, A3, A4, A5, A6, A8, A9, A11. Q hitung yang diperoleh dari proses pengujian kedua ialah sebesar 37,969 sedangkan Q tabel sebesar 15,51. Nilai Q hitung yang lebih besar dari Q tabel menunjukkan bahwa atribut yang memiliki skor Ya terkecil harus dieliminasi. Atribut yang memiliki skor Ya terkecil adalah A1 atau harga dengan skor sebesar 23, sehingga atribut harga harus dieliminasi.

d. Pengujian keempat

Pada pengujian keempat, proses analisis dilakukan dengan menyertakan delapan atribut yang merupakan sisa hasil pengujian pada pengujian ketiga, yakni atribut A2, A3, A4, A5, A6, A8, A9, A11. Q hitung yang diperoleh dari proses pengujian keempat ialah sebesar 19,577 sedangkan Q tabel sebesar 14,07. Nilai Q hitung yang lebih besar dari Q tabel menunjukkan bahwa atribut yang memiliki skor Ya terkecil harus dieliminasi. Atribut yang memiliki skor Ya terkecil adalah

A2 atau bentuk kemasan dengan skor sebesar 28, sehingga atribut bentuk kemasan harus dihapus.

e. Pengujian kelima

Pada pengujian kelima, proses analisis dilakukan dengan menyertakan tujuh atribut yang merupakan sisa hasil pengujian pada pengujian ketiga, yakni atribut A3, A4, A5, A6, A8, A9, A11. Q hitung yang diperoleh dari proses pengujian kedua ialah sebesar 9,659 sedangkan Q tabel sebesar 12,59. Nilai Q tabel yang lebih besar dari Q hitung menunjukkan bahwa atribut-atribut tersebut merupakan aribut yang dipilih konsumen dalam mengkonsumsi produk gel cincau hitam impor. Secara singkat, hasil dari kelima proses pengujian beserta atribut yang harus dihilangkan dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 13. Hasil Uji *Cochran Q Test* Pada Produk Gel Cincau Hitam Impor.

No	Atribut	Atribut yang dihilangkan pada pengujian ke-				
		I	II	III	IV	V
1	Harga				-	
2	Bentuk kemasan					-
3	Kualitas kemasan					
4	Daya tahan					
5	Rasa					
6	Merek					
7	Komposisi		-			
8	Jaminan halal yang tertera pada produk					
9	Tanpa bahan pengawet					
10	Volume			-		
11	Ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk					
	Q hitung	79,115	59,164	37,969	19,577	9,659
	Q tabel	18,31	16,92	15,51	14,07	12,59

Sumber : Data Primer, 2013 (diolah)

Proses pengujian masing-masing atribut dengan metode *Cochran Q Test* yang bertujuan untuk mencari tahu tentang atribut produk yang dipertimbangkan dalam mengkonsumsi gel cincau hitam impor secara keseluruhan melalui lima kali tahap pengujian. Lima tahap pengujian *Cochran Q Test* dengan menggunakan SPSS menghasilkan tujuh atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih gel cincau hitam impor, antara lain ialah kualitas kemasan, daya tahan, rasa,

merek, jaminan halal tertera pada produk, tanpa bahan pengawet, dan ketersediaan tanggal kadaluarsa. Pengujian atribut dengan menggunakan *Cochran Q Test* menyisihkan empat atribut untuk dibuang, yaitu atribut komposisi, volume, harga, serta bentuk kemasan.

Atribut komposisi produk merupakan atribut pertama yang harus disisihkan. Hal ini dikarenakan atribut ini memiliki nilai Ya paling rendah. Atribut komposisi merupakan salah satu atribut yang tidak dijadikan pertimbangan oleh konsumen dalam mengkonsumsi produk gel cincau hitam impor karena kebanyakan konsumen sudah mengetahui bahwa gel cincau hitam terbuat dari daun cincau hitam. Selain itu, tidak semua konsumen mengerti dan memahami mengenai bahan tambahan yang dicantumkan dalam kemasan. Sehingga banyak konsumen mengabaikannya.

Atribut kedua yang harus disisihkan ialah atribut volume produk. Volume produk menjadi salah satu atribut yang tidak dipertimbangkan konsumen karena volume yang disajikan untuk tiap kemasan merupakan volume standar untuk minuman kemasan sejenisnya.

Atribut ketiga yang harus disisihkan ialah atribut harga. Atribut harga menjadi salah satu atribut yang tidak dipertimbangkan konsumen dalam mengkonsumsi gel cincau hitam impor karena harganya yang terjangkau, sehingga konsumen mengabaikan atribut tersebut. Selain itu, harga yang ditawarkan juga seimbang dengan kualitas yang akan mereka peroleh.

Atribut terakhir yang harus disisihkan ialah atribut bentuk kemasan. Hampir sama dengan atribut harga, atribut bentuk kemasan menjadi salah satu atribut yang tidak dipertimbangkan dalam mengkonsumsi karena bentuk kemasannya yang tidak menarik dan cenderung sama dengan kemasan minuman kaleng lainnya.

Pengujian atribut dengan menggunakan metode *Cochran Q Test* pada produk lokal maupun produk impor menghasilkan tujuh atribut berbeda yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengkonsumsi kedua produk tersebut. Pada produk lokal, diketahui bahwa atribut harga, kualitas kemasan, daya tahan, rasa, jaminan halal, tanpa bahan pengawet, serta ketersediaan tanggal kadaluarsa menjadi pertimbangan tersendiri bagi konsumen dalam mengkonsumsi produk gel

cincau hitam lokal. Sedangkan untuk produk gel cincau hitam impor diketahui bahwa kualitas kemasan, daya tahan, rasa, merek, jaminan halal, tanpa bahan pengawet dan ketersediaan tanggal kadaluarsa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengkonsumsi produk impor.

5.4. Analisis Kepuasan Konsumen Gel Cincau Hitam Lokal dan Impor

5.4.1. Tingkat Kesesuaian Kinerja dan Kepentingan

Tingkat kinerja atribut mengukur seberapa baik atribut produk tersebut bagi konsumen. Proses pengukuran kinerja atribut dimulai dengan pengisian kuisioner dimana didalamnya terdapat pertanyaan mengenai kondisi atribut pada produk gel cincau hitam. Kondisi atribut tersebut dibagi menjadi lima skala yang mampu menginterpretasikan pandangan atau persepsi konsumen terhadap kinerja atribut, yaitu tidak baik, kurang baik, cukup baik, baik, dan sangat baik. Sedangkan tingkat kepentingan mengukur seberapa penting keberadaan atribut tersebut bagi konsumen, yang juga dibagi menjadi lima skala, antara lain tidak penting, kurang penting, cukup penting, serta sangat penting. Tingkat kesesuaian merupakan perbandingan antara rata-rata kinerja dengan rata-rata kepentingan. Hasil yang diperoleh dari perhitungan kesesuaian antara kinerja dan kepentingan merupakan skor yang menunjukkan besaran persentase kesesuaian antara harapan dengan yang dirasakan konsumen selama ini. Menurut Sihombing (2006) *dalam* Indriwinangsih dan Sudaryanto (2010), jika persentase berada pada kisaran 80%-100% berarti telah sesuai antara persepsi dengan harapan. Sedangkan apabila nilai persentase berada pada kisaran > 100% berarti nilai persepsi melebihi nilai harapan. Hal ini mengindikasikan bahwa kinerja atribut dinilai konsumen sudah sesuai harapan sehingga konsumen sudah puas dengan atribut pada produk tersebut.

Berdasarkan analisis tingkat kesesuaian pada produk gel cincau hitam lokal, diketahui bahwa terdapat tiga atribut dengan persentase diatas persentase rata-rata, yaitu atribut tanpa bahan pengawet sebesar 77,22%, atribut kualitas kemasan sebesar 75,44% dan atribut ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk sebesar 80,75%. Atribut yang memiliki kisaran persentase dibawah 80% masih

perlu diperbaiki lagi walaupun nilai persentasenya masih diatas nilai persentase rata-rata.

Sedangkan untuk atribut harga produk, daya tahan, rasa, serta jaminan halal pada produk masih memiliki persentase tingkat kesesuaian dibawah persentase rata-rata dimana nilai persentase rata-rata ialah sebesar 74,11%. Hal ini mengindikasikan bahwa kinerja atribut belum sesuai dengan harapan konsumen sehingga masih perlu dilakukan perbaikan. Secara singkat, persentase tingkat kesesuaian untuk masing-masing atribut produk tercantum dalam tabel dibawah dengan perhitungan rata-rata kinerja dan kepentingan dilampirkan pada Lampiran 6.

Tabel 14. Tingkat Kesesuaian Kinerja dan Kepentingan Gel Cincau Hitam Lokal.

No	Atribut	Kinerja (X)	Rata-rata Kinerja	Kepentingan (Y)	Rata-rata Kepentingan	Tingkat Kesesuaian
1	Harga Produk	124	3,1	174	4,35	71,26
2	Kualitas kemasan	129	3,22	171	4,27	75,44
3	Daya tahan	124	3,1	175	4,37	70,86
4	Rasa	130	3,25	182	4,55	71,43
5	Jaminan halal tertera ada produk	130	3,25	181	4,52	71,82
6	Tanpa bahan pengawet	139	,47	180	4,5	77,22
7	Ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk	151	3,77	187	4,67	80,75
	Rata – rata	**-**	**3,31**	**-**	**4,46**	**74,11**

Sumber : Data Primer, 2013 (diolah).

Perbedaan nilai yang cukup besar ditunjukkan dengan perolehan persentase rata-rata tingkat kesesuaian pada gel cincau hitam impor sebesar 89,98%, selisih 15,87% lebih besar dibanding persentase rata-rata tingkat kesesuaian gel cincau hitam lokal. Tabel 15 menunjukkan tingkat kesesuaian untuk masing-masing atribut pada produk gel cincau hitam impor, dimana diketahui bahwa terdapat dua atribut yang memiliki persentase tingkat kesesuaian diatas 100%, yakni kualitas kemasan sebesar 100,60% dan atribut merek sebesar 105,71%. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja atribut sudah memenuhi harapan

konsumen dan konsumen puas terhadap kinerja atribut tersebut. Selain itu, terdapat dua atribut yang memiliki tingkat kesesuaian diatas persentase rata-rata, yaitu atribut daya tahan dan ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk. Selebihnya, terdapat tiga atribut yang masih memiliki tingkat kesesuaian dibawah persentase rata-rata, terutama atribut jaminan halal dengan persentase tingkat kesesuaian yang paling rendah, yaitu 67,76%. Hal ini mengindikasikan bahwa atribut ini harus diperbaiki jauh lebih baik lagi.

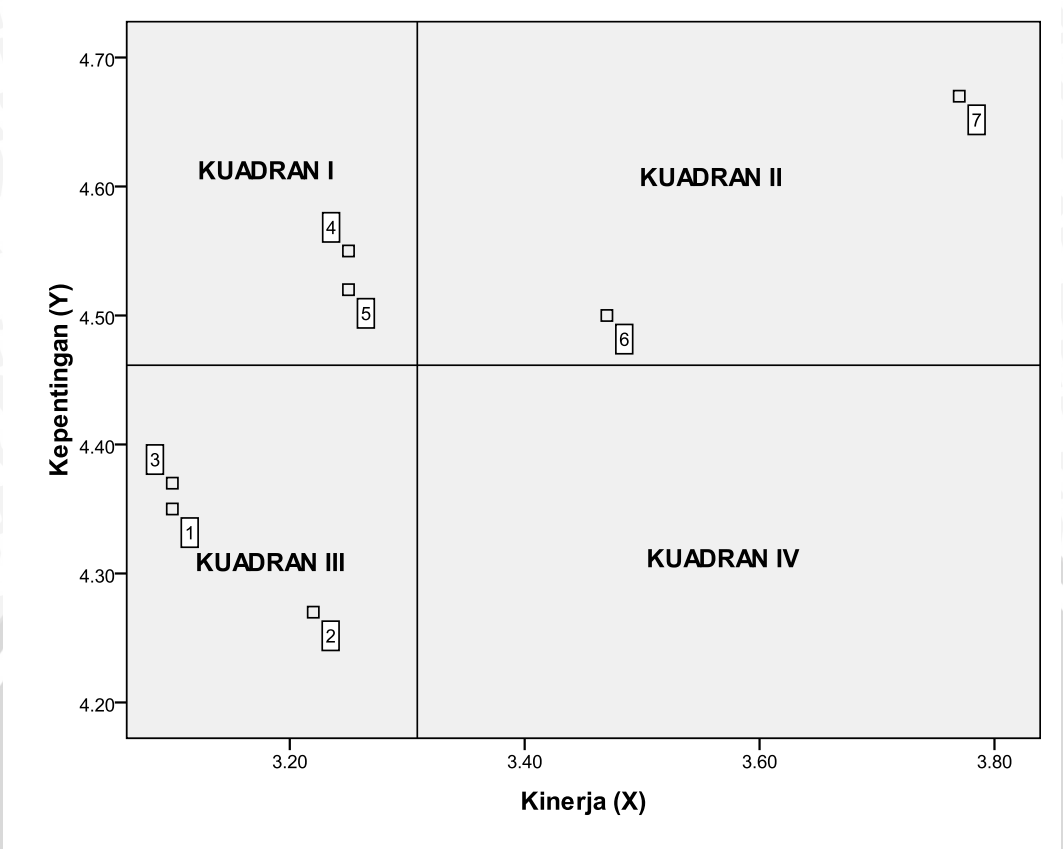
Tabel 15. Tingkat Kesesuaian Kinerja dan Kepentingan Gel Cincau Hitam Impor.

No	Atribut	Kinerja (X)	Rata-rata Kinerja	Kepentingan (Y)	Rata-rata Kepentingan	Tingkat Kesesuaian
1	Kualitas kemasan	167	4,17	166	4,15	100,60
2	Daya tahan	155	3,87	165	4,12	93,94
3	Rasa	155	3,87	176	4,4	88,07
4	Merek	148	3,7	140	3,5	105,71
5	Jaminan halal tertera ada produk	124	3,1	183	4,57	67,76
6	Tanpa bahan pengawet	139	3,47	179	4,47	77,65
7	Ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk	175	4,37	182	4,55	96,15
	Rata- rata		**3,80**		**4,25**	**89,98**

Sumber : Data Primer, 2013 (diolah).

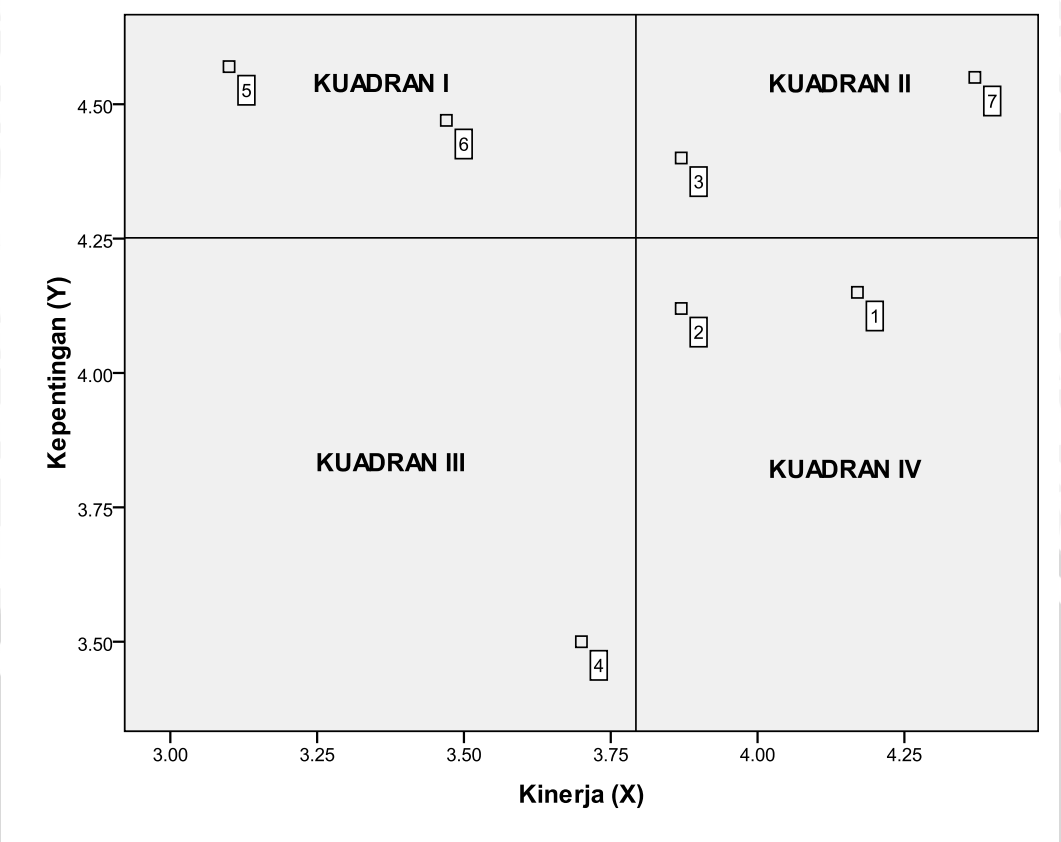
5.4.2. Diagram Kartesius

Diagram kartesius digunakan untuk mengetahui posisi masing-masing atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen, apakah terletak pada posisi yang harus diperbaiki atau terletak pada posisi yang harus dipertahankan (Supranto, 2006). Diagram kartesius dibagi menjadi empat kuadran dimana tiap kuadran menunjukkan kondisi serta tindakan yang harus dilakukan terhadap atribut tersebut. Titik-titik pada diagram kartesius diperoleh dari nilai rata-rata kinerja maupun rata-rata kepentingan, sedangkan garis pembatas kuadran diperoleh dari rata-rata kinerja maupun kepentingan secara keseluruhan. Berikut diagram kartesius untuk produk gel cincau hitam lokal dan gel cincau hitam impor.



Gambar 4. Diagram Kartesius IPA Gel Cincau Hitam Lokal

Keterangan :
1. Harga produk
2. Kualitas kemasan
3. Daya tahan
4. Rasa
5. Jaminan halal tertera pada produk
6. Tanpa bahan pengawet
7. Ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk



Gambar 5. Diagram Kartesius IPA Gel Cincau Hitam Impor

Keterangan :
1. Kualitas kemasan
2. Daya tahan
3. Rasa
4. Merek
5. Jaminan halal tertera pada produk
6. Tanpa bahan pengawet
7. Ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk

Diagram kartesius pada Gambar 4 serta 5 menunjukkan posisi masing-masing atribut pada empat kuadran, sedangkan untuk interpretasi dari masing-masing kuadran akan dijelaskan pada penjelasan berikut:

1. Kuadran I atau Prioritas Utama

Kuadran I atau prioritas utama memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen, namun kinerjanya masih belum sesuai dengan harapan. Pada diagram kartesius gel cincau hitam lokal, terdapat tiga atribut yang tergolong dalam kuadran I, atribut tersebut ialah rasa, dan jaminan halal.

a. Rasa

Atribut rasa menjadi penting karena mayoritas konsumen memilih produk makanan atau minuman karena rasanya. Sebagai atribut yang dianggap penting oleh konsumen, kenyataannya kinerja atribut masih belum bisa memenuhi harapan konsumen. Dalam hal ini, atribut rasa memiliki skor rata-rata kinerja sebesar 3,25 dan rata-rata kepentingan sebesar 4,55, dan dibuktikan dengan posisinya yang terletak pada kuadran I.

Atribut rasa pada setiap produk menjadi penting karena banyak konsumen memilih untuk mengutamakan kualitas. Rasa yang melekat pada produk gel cincau hitam lokal bagi kebanyakan konsumen masih sedikit agak pahit, dan hal itu pula yang terkadang menjadi salah satu alasan bagi konsumen untuk tidak menyukainya. Namun, hal ini tidak terjadi pada produk gel cincau hitam impor yang justru memiliki rasa yang lebih baik dibandingkan dengan produk gel cincau hitam impor. Pernyataan tersebut sesuai dengan yang disampaikan oleh beberapa responden, salah satunya ialah bu lilik. Beliau cenderung menyukai produk gel cincau hitam impor daripada produk gel cincau hitam lokal. Banyak pertimbangan, namun salah satu yang terpenting ialah rasa. Sehingga agar dapat lebih memuaskan konsumen, maka salah satu solusi ialah memperbaiki kinerja rasa produk lokal itu sendiri.

b. Jaminan halal tertera pada produk

Sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, menjadi sangat wajar ketika kehalalan pangan yang dikonsumsi masyarakat menjadi hal penting yang perlu diperhatikan. Bila ditinjau dari segi agama, haram halalnya makanan telah diatur dalam kitab suci agama Islam, yakni Al Qur'anul Kariim. Seiring dengan perkembangan teknologi, ternyata peraturan-peraturan yang ada pada agama Islam yang mengharamkan makanan tertentu, dimana dalam hal ini ialah karena bahan bakunya, terbukti secara empiris memberikan dampak buruk bagi kesehatan. Contoh paling sederhana ialah daging babi, yang apabila dikonsumsi mampu menyebarkan 25 jenis peyakit pada konsumennya. Perkembangan teknologi memberikan dampak positif terhadap keamanan pangan, namun disisi lain teknologi juga berperan terhadap timbulnya zat-zat sintetik yang merupakan turunan dari bahan pangan haram yang dicampur dengan zat-zat kimia

sehingga sulit diteliti oleh masyarakat awam. Hal itulah yang semakin menjadikan atribut jaminan halal penting dicantumkan dalam tiap produk yang dikonsumsi. LPPOM Majelis Ulama Indonesia merupakan pihak yang berwenang untuk memberikan jaminan halal pada tiap produk. Atribut jaminan halal memiliki skor rata-rata kinerja sebesar 3,18 dan rata-rata kepetingan sebesar 4,43. Hal ini menunjukkan bahwa atribut jaminan halal penting bagi konsumen, namun kinerjanya dianggap belum baik. Anggapan kinerja yang belum baik ini dikarenakan label halal tidak disertakan pada produk.

Apabila pada produk gel cincau hitam lokal terdapat tiga atribut yang terletak pada kuadran I, lain halnya dengan produk gel cincau hitam impor. Area kuadran I pada produk gel cincau hitam impor ditempati oleh dua atribut, yang mana atribut tersebut ialah jaminan halal tertera pada produk dan atribut tanpa bahan pengawet.

a. Jaminan halal tertera pada produk

Sama halnya dengan produk gel cincau hitam lokal, atribut jaminan halal pada produk gel cincau hitam impor juga menempati kuadran I dengan skor rata-rata kinerja sebesar 3,1 dan rata-rata kepentingan sebesar 4,57. Keaneka ragaman bahan pangan yang beredar masa kini menjadikan konsumen harus selektif dalam memilih produk, terutama produk impor. Walaupun dinegara asal produk tersebut halal dikonsumsi, namun bisa jadi berbeda dengan di Indonesia. Oleh karena itu, atribut jaminan halal dari LPPOM MUI harus disertakan sebagai upaya untuk menjamin keamanan pangan.

b. Tanpa bahan pengawet

Atribut tanpa bahan pengawet menempati kuadran I dengan skor rata-rata kepentingan sebesar 3,47 dan rata-rata kinerja sebesar 4,47. Atribut ini dianggap penting bagi konsumen namun kinerjanya masih belum memenuhi harapan konsumen. Produk gel cincau hitam impor yang memiliki kemasan berbentuk kaleng dianggap oleh sebagian konsumen mengandung bahan pengawet. Menurut beberapa responden, dimana salah satunya ialah bu Kholifah, persepsi negatif terhadap suatu produk terlanjur tertanam dalam pemikiran konsumen, dimana pandangan mereka terhadap produk yang terkemas secara baik ataupun modern

dan diproduksi secara massal pasti menggunakan bahan pengawet dan cenderung tidak alami.

2. Kuadran II atau Pertahankan Prestasi

Kuadran II merupakan wilayah dimana atribut berada pada posisi yang memuaskan, sehingga kinerja atribut perlu dipertahankan. Indikator memuaskan diperoleh dari kesesuaian antara tingkat rata-rata kinerja dengan tingkat rata-rata kepentingan konsumen terhadapatribut tersebut. Pada produk gel cincau hitam lokal, terdapat satu atribut yang terletak pada kuadran II, yaitu atribut tanpa bahan pengawet dan ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk.

a. Tanpa bahan pengawet

Atribut tanpa bahan pengawet menempati kuadran II dengan skor rata-rata kinerja sebesar 3,47 dan rata-rata kepentingan sebesar 4,5. Keberadaan atribut ini pada kuadran II menunjukkan bahwa kepentingan konsumen terhadap atribut ini sudah terpenuhi oleh kinerjanya yang juga baik. Hal ini ditunjukkan oleh keterangan tanpa bahan pengawet yang terdapat pada kemasan.

b. Ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk

Atribut ketersediaan tanggal kadaluarsa menempati kuadran II dengan skor rata-rata kinerja sebesar 3,77 dan rata-rata kepentingan sebesar 4,67. Keberadaan atribut ini dalam kuadran II menunjukkan bahwa konsumen sudah puas dengan kinerja atribut ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk, selain itu kinerja atribut ini juga harus dipertahankan.

Bagi konsumen, atribut ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk merupakan satu-satunya atribut yang dianggap penting dan memiliki kinerja yang baik. Hal ini disebabkan oleh penempatan tanggal kadaluarsa pada produk yang sudah baik, sehingga dengan mudah terlihat oleh konsumen. Kinerja yang sudah baik ini perlu untuk dipertahankan atau bahkan semakin ditingkatkan kinerjanya.

Bagi produk impor, terdapat dua atribut yang terletak pada kuadran II, antara lain ialah atribut rasa dan atribut ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk.

a. Rasa

Atribut rasa menjadi salah satu atribut terpenting yang mempengaruhi konsumen dalam mengkonsumi tiap produk makanan atau minuman. Kepentingan

yang tinggi akan atribut rasa tidak hanya terjadi pada produk gel cincau hitam lokal, namun juga pada produk gel cincau hitam impor. Hal yang membedakan akan dua produk tersebut ialah apabila produk gel cincau hitam lokal masih memiliki kinerja yang belum baik, maka produk gel cincau hitam impor memiliki kinerja yang sudah baik. Kepentingan konsumen terhadap atribut rasa gel cincau hitam impor telah diimbangi oleh kinerja rasa yang dinilai sudah baik dan perlu dipertahankan kinerjanya. Hal ini menempatkan atribut rasa pada kuadran II dengan skor rata-rata kinerja sebesar 3,87 dan skor rata-rata kepentingan sebesar 4,44.

Rasa yang melekat pada produk gel cincau hitam impor dianggap lebih baik daripada produk gel cincau hitam lokal karena rasa pada gel cincau hitam impor tidak pahit seperti produk gel cincau hitam lokal. Faktanya, rasa yang seperti inilah yang lebih disukai oleh konsumen, sehingga dimasa yang akan datang diharapkan produsen gel cincau hitam lokal mampu membuat rasa gel cincau hitam yang lebih baik, yakni yang tidak pahit, atau mungkin tidak ber-rasa.

b. Ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk

Sama halnya dengan produk gel cincau hitam lokal, atribut ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk gel cincau hitam impor juga terletak pada kuadran II. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata kinerja atribut sudah sesuai dengan rata-rata kepentingan atribut sehingga konsumen pun puas dengan atribut tersebut. Tanggal kadaluarsa produk gel cincau hitam impor secara jelas tertera dibagian bawah kaleng. Atribut ini menempati kuadran II dengan skor rata-rata kinerja sebesar 4,37 dan skor rata-rata kepentingan sebesar 4,55.

Keberadaan tanggal kadaluarsa pada produk dianggap sudah baik karena produk gel cincau hitam impor menyediakan bagian tersendiri untuk meletakkan tanggal kadaluarsa, yakni di bagian bawah kaleng. Hal ini memudahkan konsumen, yang salah satunya ialah bu Yulia, untuk mengetahui tanggal kadaluarsa serta memudahkan konsumen untuk membacanya. Andai saja tanggal kadaluarsa diletakkan pada bagian sisi kaleng yang lain maka tanggal kadaluarsa akan sulit terbaca karena bertumpukan dengan desain background pada produk.

3. Kuadran III atau Prioritas Rendah

Atribut yang terletak di kuadran III merupakan atribut yang dinilai kurang penting pengaruhnya terhadap konsumen. Kinerja dari atribut yang terletak di kuadran III pun tidak terlalu baik atau biasa-biasa saja. Peningkatan kinerja terhadap atribut yang terletak pada kuadran ini perlu ditinjau ulang sebab pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan konsumen sangat kecil. Pada produk gel cincau hitam lokal terdapat dua jenis atribut yang termasuk dalam kuadran III, yaitu atribut harga, kualitas kemasan, serta daya tahan.

a. Harga

Atribut harga memiliki skor rata-rata kinerja sebesar 3,1 dan skor rata-rata kepentingan sebesar 4,35. Berdasarkan tingkat kepentingannya, atribut harga tidak terlalu penting bagi konsumen, begitu pula tingkat kinerjanya pun tidak terlalu baik. Hal ini dikarenakan harga yang dipatok oleh produsen masih cukup mahal dan belum sesuai dengan produk yang ditawarkan.

b. Kualitas kemasan

Kemasan merupakan elemen dari lingkungan produk yang untuknya pemasar menanamkan uang lebih dari 50 milyar dolar per tahun (Peter dan Olson, 2000). Kualitas kemasan produk gel cincau hitam lokal memiliki skor rata-rata kinerja sebesar 3,22 dan rata-rata kepentingan sebesar 4,27. Bagi konsumen, kualitas kemasan bukan merupakan hal yang penting, namun juga tidak disertai oleh kinerja yang baik dari produsen. Kualitas kemasan produk gel cincau hitam lokal yang terbuat dari bahan plastik menjadikan produk belum cukup terlindungi oleh bahan kemasan tersebut. Bahan kemasan yang terbuat dari plastik menjadikan produk rentan terhadap kerusakan yang mungkin terjadi. Volume produk yang cukup banyak seharusnya menjadikan peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan kualitas kemasan yang lebih baik. Dengan volume produk yang banyak menjadikan produk tidak akan habis dalam sekali konsumsi, hal tersebutlah yang dapat dijadikan peluang oleh produsen dalam membuat kualitas kemasan yang lebih baik.

c. Daya tahan

Daya tahan merupakan salah satu atribut yang penting bagi produk makanan ataupun minuman, tidak terkecuali bagi produk gel cincau hitam lokal

karena berkaitan dengan masa konsumsi produk tersebut. Atribut daya tahan memiliki skor rata-rata kinerja sebesar 3,1 dan rata-rata kepentingan sebesar 4,37. Penilaian ini jauh dari harapan konsumen yang menjadikan daya tahan sebagai atribut yang penting. Hal ini disebabkan oleh daya tahan produk gel cincau hitam lokal yang tidak lama, terutama setelah kemasan dibuka hanya bertahan hingga tiga hari. Selain itu, dalam proses penyimpanan gel cincau hitam lokal juga membutuhkan lemari pendingin untuk membantu memperpanjang daya tahan produk.

Mengingat kepentingan konsumen akan atribut daya tahan yang cukup tinggi, maka produsen harus melakukan evaluasi sehingga produk gel cincau hitam lokal dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Salah satu solusinya ialah produsen dapat mengemas gel cincau hitam dalam bentuk kemasan yang lebih baik, bisa dalam bentuk kemasan plastik kedap udara atau bisa juga dalam bentuk kemasan kaleng seperti inovasi yang telah ditempuh produsen gel cincau hitam impor, sehingga daya tahan produk dapat lebih baik.

Berbeda halnya dengan produk gel cincau hitam lokal, atribut pada produk gel cincau hitam impor yang terletak pada kuadran III hanya satu, yaitu atribut merek.

a. Merek

Atribut merek menempati kuadran III dengan skor kinerja sebesar 3,7 dan skor kepentingan sebesar 3,5. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kinerja yang diberikan oleh produsen masih belum baik, namun dari sisi lainnya atribut ini dianggap tidak terlalu penting oleh konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen tidak menganggap penting merek produk yang mereka konsumsi, dengan kata lain tidak fanatik terhadap sebuah merek, masih banyak atribut lain yang dianggap penting oleh konsumen. Sedangkan untuk kinerja yang belum baik menunjukkan bahwa merek produk masih belum terlalu menarik, sehingga produsen bisa saja mengganti merek tersebut dengan merek yang jauh lebih menarik.

4. Kuadran IV atau berlebihan

Atribut yang terletak pada kuadran IV merupakan atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen namun memiliki kinerja yang sangat baik sehingga seringkali dianggap berlebihan. Pada produk gel cincau hitam lokal, tidak terdapat

atribut yang dinilai konsumen berlebihan, sedangkan untuk produk gel cincau hitam impor terdapat dua atribut yang berada pada kuadran IV, antara lain ialah kualitas kemasan dan daya tahan.

a. Kualitas kemasan

Kualitas kemasan menempati kuadran IV dengan skor rata-rata kepentingan sebesar 4,15 dan rata-rata kinerja sebesar 4,17. Keberadaan atribut kualitas kemasan pada kuadran IV menunjukkan bahwa atribut kualitas kemasan bukan merupakan atribut yang penting bagi konsumen, walaupun kinerjanya sudah baik. Tidak hanya bagi konsumen gel cincau hitam impor, bagi konsumen gel cincau hitam lokal pun kualitas kemasan tidak menjadi hal yang berpengaruh pada kepuasan konsumen. Hal yang membedakan ialah pada gel cincau hitam lokal kualitas kemasan merupakan salah satu atribut yang memiliki kinerja tidak terlalu baik. Kualitas kemasan gel cincau hitam impor dapat digolongkan sebagai kualitas kemasan sangat baik. Hal ini dikarenakan bahan baku kemasan terbuat dari kaleng stainless yang juga melindungi produk dari berbagai macam kondisi seperti benturan. Dengan begitu, maka produk yang akan dikonsumsi pun aman dan tidak akan mudah rusak. Namun, skor kepentingan konsumen terhadap atribut kualitas kemasan gel cincau hitam impor ternyata masih dibawah rata-rata, yaitu sebesar 4,07.

b. Daya tahan

Daya tahan menempati kuadran IV dengan skor rata-rata kinerja sebesar 3,87 dan skor rata-rata kepentingan sebesar 4,12. Hal ini menunjukkan bahwa daya tahan menjadi salah satu faktor yang tidak terlalu penting bagi konsumen gel cincau hitam impor, namun kinerjanya dinilai baik oleh konsumen. Kinerja atribut daya tahan yang dinilai baik oleh konsumen dilihat dari seberapa lama produk tersebut dapat dikonsumsi, baik sebelum kemasan dibuka maupun setelah kemasan dibuka. Sebelum kemasan dibuka, produk dapat disimpan dimanapun (tanpa mempertimbangkan temperatur ruangan), sedangkan untuk kemasan yang telah dibuka, produk dapat disimpan dalam lemari pendingin.

5.4.3. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen

Tingkat kepuasan konsumen dapat diukur menggunakan Indeks Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction Index*) yang diperoleh dengan membagi total tertimbang (*Weighted Total*) dengan lima skala CSI. Analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan terhadap produk gel cincau hitam lokal maupun impor. Terdapat tiga komponen penting dalam perhitungan *Customer Satisfaction Index*, yakni faktor pembobot (*Weighting Factor*) yang diperoleh dari pembagian rata-rata skor kepentingan (*Mean Importance Score*) dengan total rata-rata skor kepentingan, skor tertimbang (*Weighted Score*) yang diperoleh dari perkalian antara rata-rata skor kinerja (*Mean Satisfaction Score*) dengan *Weighting Factor*, dan yang terakhir ialah *Weighted Total* yang merupakan penjumlahan *Weighted Score* pada seluruh atribut.

Tabel 16. *Customer Satisfaction Index* Produk Gel Cincau Hitam Lokal

No	Atribut	Rata-rata Skor Kepentingan (MIS)	Faktor Pembobot (WF)	Rata - rata Skor Kinerja (MSS)	Nilai Tertimbang (WS)
1	Harga Produk	4,35	0,14	3,1	0,43
2	Kualitas kemasan	4,27	0,14	3,22	0,44
3	Daya tahan	4,37	0,14	3,1	0,43
4	Rasa	4,55	0,15	3,25	0,47
5	Jaminan halal tertera ada produk	4,52	0,14	3,25	0,47
6	Tanpa bahan pengawet	4,5	0,14	3,47	0,5
7	Ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk	4,67	0,15	3,77	0,56
	TOTAL	31,23	1		3,31
CSI					66,27%

Sumber : Data Primer, 2013 (diolah).

Pada produk gel cincau hitam lokal, diperoleh nilai CSI sebesar 66,27%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen berada pada kriteria puas, walaupun nilai tersebut menempati posisi bawah pada rentang nilai kriteria "puas", yakni antara 0,66-0,80. Meskipun telah memperoleh kriteria "puas" dari konsumen, perlu dilakukan peningkatan kinerja terhadap produk gel cincau hitam lokal. Apalagi bila dibandingkan dengan skor CSI pada produk gel

cincau hitam impor yang jauh lebih baik, yaitu sebesar 75,80%. Skor pada masing-masing produk tercantum pada Tabel 16 serta Tabel 17.

Skor CSI produk gel cincau hitam lokal yang sebesar 66,27% menunjukkan bahwa terdapat 33,73% harapan konsumen yang belum terpenuhi. Oleh karena itu, produsen –produsen lokal perlu mempelajari kembali dan menganalisis tentang atribut-atribut pada produk gel cincau hitam lokal. Atribut yang memiliki skor rata-rata kinerja dibawah skor *Weighted Total* merupakan atribut yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan kinerjanya, sehingga diperoleh lima atribut tersebut ialah harga produk, kualitas kemasan, daya tahan, rasa, serta jaminan halal pada produk.

Apabila dibandingkan dengan produk gel cincau hitam impor, maka harapan konsumen yang belum terpenuhi lebih sedikit dibandingkan dengan gel cincau hitam lokal, yakni sebesar 24,2%. Dari ketujuh atribut gel cincau hitam impor, hanya terdapat tiga atribut yang memiliki skor dibawah *Weighted Total*, yaitu merek, jaminan halal tertera pada produk serta tanpa bahan pengawet. Empat atribut yang memiliki skor diatas *Weighted Total*, yaitu kualitas kemasan, daya tahan, rasa, serta ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk dapat dijadikan bahan pembelajaran sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja atribut produk gel cincau hitam lokal. Keempat atribut tersebut dapat dijadikan bahan pembelajaran bagi produk gel cincau hitam lokal karena kesesuaian atribut antara kedua jenis produk tersebut. Atribut tersebut antara lain ialah kualitas kemasan, daya tahan, rasa, serta ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk. Karena kinerja atribut ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk gel cincau hitam lokal sudah baik dan memiliki skor diatas skor rata-rata, maka atribut ini tidak perlu dibandingkan dengan atribut yang sama pada produk gel cincau hitam impor. Sehingga terdapat tiga atribut yang dapat dibandingkan untuk masing-masing produk. Berikut nilai *Customer Satisfaction Index* Gel Cincau Hitam Impor yang tersaji pada Tabel 17.

Tabel 17. *Customer Satisfaction Index* Produk Gel Cincau Hitam Impor

No	Atribut	Rata-rata Skor Kepentingan (MIS)	Faktor Pembobot (WF)	Rata - rata Skor Kinerja (MSS)	Nilai Tertimbang (WS)
1	Kualitas kemasan	4,15	0,14	4,17	0,58
2	Daya tahan	4,12	0,14	3,87	0,54
3	Rasa	4,4	0,11	3,87	0,57
4	Merek	3,5	0,12	3,7	0,43
5	Jaminan halal tertera ada produk	4,57	0,15	3,1	0,48
6	Tanpa bahan pengawet	4,47	0,15	3,47	0,52
7	Ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk	4,55	0,15	4,37	0,67
	TOTAL	29,76	1		3,79
	CSI				75,80%

Sumber : Data Primer, 2013 (diolah).

Atribut yang memiliki skor kinerja rendah yang pertama ialah kualitas kemasan. Menurut Peter dan Olson (1996) kemasan dapat memberikan keunggulan relatif bagi produk didalamnya. Dalam hal ini, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pembungkus saja, namun Peter dan Olson (1996) mengemukakan bahwa dalam kemasan terdapat empat sasaran yang perlu dipertimbangkan, yang pertama ialah kemasan harus melindungi produk disepanjang perjalanannya melalui saluran distribusi hingga mencapai sasarannya. Kedua, kemasan harus ekonomis dan tidak menambahkan biaya yang tidak dibutuhkan pada produk. Ketiga, kemasan harus memungkinkan konsumen menyimpan dan menggunakannya dengan mudah. Keempat, kemasan secara efektif dapat digunakan untuk mempromosikan produk kepada konsumen. Kualitas kemasan berpengaruh penting terhadap sasaran pertama dan sasaran ketiga, dimana pada sasaran pertama berkaitan dengan upaya perlindungan produk sepanjang saluran distribusi, sedangkan pada sasaran ketiga berkaitan dengan penyimpanan produk. Kinerja kualitas kemasan gel cincau hitam lokal dinilai konsumen masih belum terlalu baik. Hal ini dikarenakan bahan baku kemasan yang berupa plastik tipis, dan didukung pula dengan kenyataan bahwa masih belum memenuhi sasaran pengemasan pertama dan ketiga yang telah dikemukakan oleh Peter dan Olson. Dengan menggunakan kemasan plastik tipis maka tingkat resiko kerusakan pada produk akan semakin besar, khususnya ketika

proses pendistribusian produk dan proses penyimpanan produk. Walaupun dari sisi pengeluaran biaya produksi, kemasan yang terbuat dari bahan plastik dianggap lebih menguntungkan produsen karena cenderung lebih ekonomis, namun produsen tetap harus mengutamakan kepentingan konsumen. Sebagai upaya untuk menjaga kualitas produk agar tetap baik, maka produsen harus mempertimbangkan penggunaan kemasan yang berkualitas lebih baik, yang mana mampu melindungi produk dari kerusakan serta memberikan kemudahan bagi konsumen dalam proses penyimpanannya. Hal ini berbeda dengan strategi produk yang ditetapkan oleh produsen gel cincau hitam impor. Kualitas kemasan produk gel cincau hitam impor telah dirancang khusus untuk memenuhi kepentingan konsumen. Strategi produk melalui pengemasan yang baik pada produk memberikan keunggulan tersendiri pada produk, yaitu resiko kerusakan pada produk dapat diminimalisir sedapat mungkin, proses penyimpanan yang mudah, kemasan yang menarik serta menampung informasi yang dibutuhkan oleh konsumen. Opini konsumen ini sesuai dengan empat sasaran pengemasan oleh Peter dan Olson yang telah dikemukakan sebelumnya.

Atribut daya tahan menjadi salah satu faktor yang harus diperbaiki produsen gel cincau hitam lokal karena daya tahan produk yang tidak lama. Setelah kemasan dibuka maka produk harus selalu disimpan dalam lemari pendingin dan harus segera dikonsumsi. Apabila lewat dari tiga hari, maka rasa pada produk akan berubah dan semakin lama akan menjadi basi. Hal tersebut menjadi salah satu alasan konsumen dalam memberikan penilaian terhadap kinerja produk. Kualitas serta jenis kemasan pada produk juga turut menentukan daya tahan produk. Apabila kemasan terbungkus dengan rapat dan kedap udara, maka daya tahan produk pun akan semakin baik. Terlepas dari penggunaan bahan pengawet atau tidak, produk gel cincau hitam impor yang menerapkan penggunaan kemasan berkualitas baik akan cenderung memiliki daya tahan lebih lama daripada produk gel cincau hitam lokal yang hanya dikemas oleh plastik tipis secara sederhana.

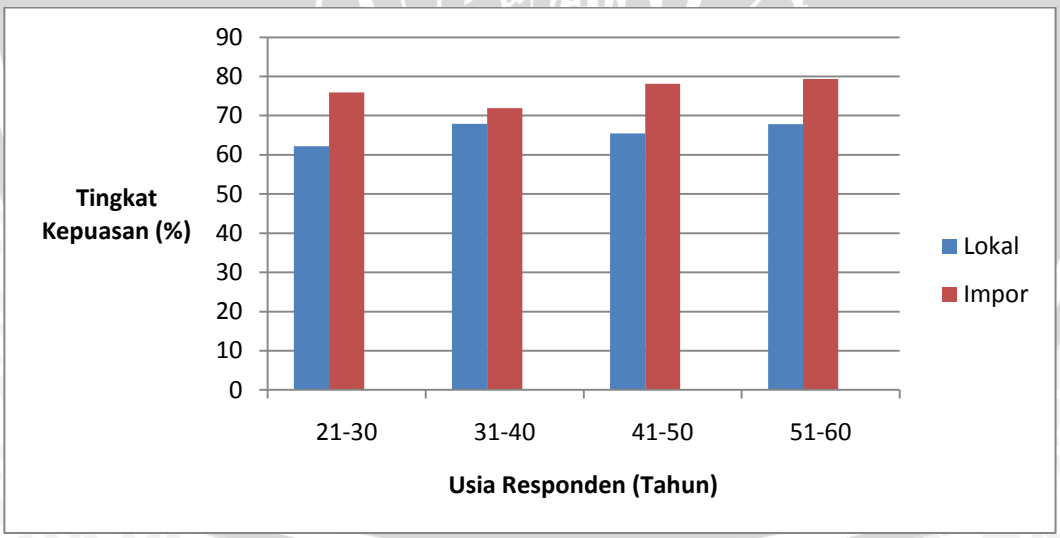
Atribut rasa bisa dijadikan pertimbangan perbaikan bagi produsen gel cincau hitam lokal mengingat produk cincau hitam lokal yang tidak memiliki rasa dan cenderung pahit, berbeda dengan produk cincau hitam impor yang tidak pahit.

Namun rasa dari gel cincau hitam yang pahit ternyata tidak ditemui oleh seluruh konsumen, terdapat beberapa konsumen yang tidak merasakan pahit karena mencuci gel cincau hitam dengan air panas terlebih dahulu. Hal tersebut tidak seharusnya dialami oleh konsumen, oleh karena itu yang harus dilakukan oleh produsen lokal ialah antara membuat rasa produk menjadi lebih baik atau memberikan edukasi kepada konsumen tentang cara mengantisipasi rasa pahit tersebut, baik melalui media massa ataupun melalui pencantuman cara pengolahan di kemasan produk.

5.4.4. Profil Keseluruhan Responden Pada Tiap Tingkat Kepuasan Konsumen

1. Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Usia Responden

Usia konsumen merupakan salah satu penyebab adanya perbedaan pada selera konsumen. Penelitian terhadap karakteristik responden berdasarkan usia bertujuan untuk mengetahui pada rentang usia berapa saja konsumen mengkonsumsi produk gel cincau hitam lokal ataupun gel cincau hitam impor. Gambar 6 berikut menunjukkan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan rentang usia responden.



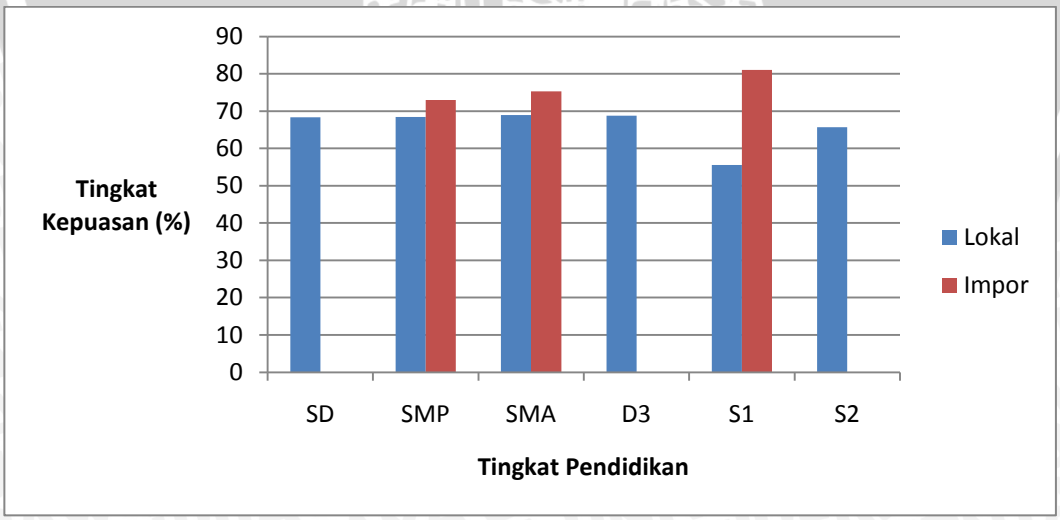
Gambar 6. Persentase Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Golongan Usia Responden Gel Cincau Hitam Lokal dan Impor.

Gambar diatas menunjukkan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan golongan usia responden, sedangkan perhitungan dapat dilihat pada Lampiran 7 Berdasarkan gambar tersebut, dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen gel

cincau hitam lokal untuk tiap golongan usia cenderung stabil dan tidak ada peningkatan ataupun penurunan yang signifikan, tingkat kepuasan konsumen berada pada persentase 60 - 70%. Sedangkan untuk produk gel cincau hitam impor, kepuasan tertinggi terdapat pada golongan konsumen usia 51-60. Pergerakan grafik pada gel cincau hitam impor cenderung naik turun, namun masih berada di kisaran persentase 70 – 80%, lebih tinggi dari produk gel cincau hitam lokal. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa golongan usia tidak mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, hanya saja apabila dibandingkan antara produk gel cincau hitam lokal dan impor, konsumen gel cincau hitam impor secara keseluruhan memiliki tingkat kepuasan lebih tinggi.

2. Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Latar belakang pendidikan akan mempengaruhi cara berpikir seseorang terhadap keputusan seseorang untuk mengkonsumsi produk. Semakin tinggi tingkat pendidikan responden maka semakin banyak informasi yang diperoleh, sehingga akan mempengaruhi sudut pandang responden sebagai konsumen. Tingkat pendidikan responden dalam penelitian ini cukup beragam, dimana terdapat responden dengan pendidikan terakhir mulai dari SD – S2. Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada gambar berikut ini.

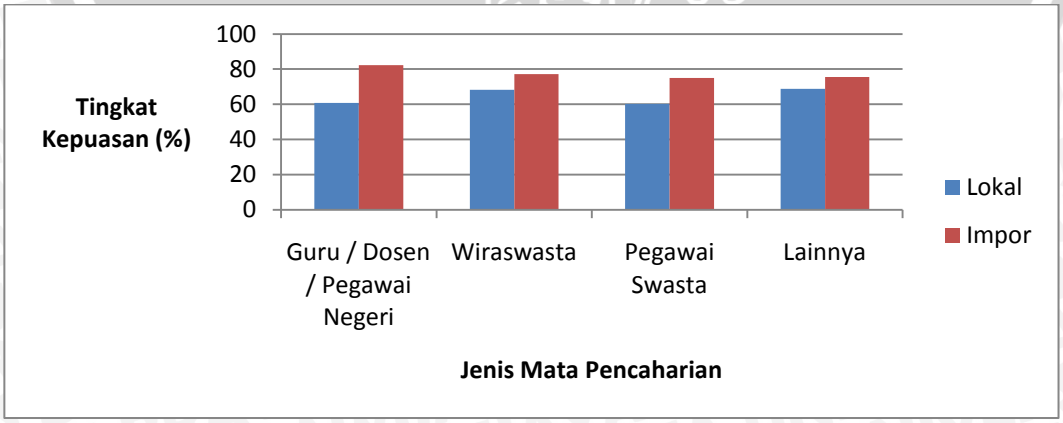


Gambar 7. Persentase Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden Gel Cincau Hitam Lokal dan Impor.

Gambar diatas menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap produk lokal dari berbagai tingkat pendidikan konsumen cenderung tidak stabil, terdapat peningkatan persentase tingkat kepuasan dari jenjang SD ke D3, namun terjadi penurunan kembali hingga tingkat pendidikan S2. Sebaran konsumen produk gel cincau hitam lokal cenderung merata, mulai dari tingkat SD hingga S2. Untuk produk gel cincau hitam impor, sebaran konsumen hanya terdapat pada tingkat pendidikan SMP, SMA, serta S1. Hal ini dikarenakan tidak ada konsumen gel cincau hitam impor di lokasi penelitian yang berpendidikan SD, D3, serta S2. Namun pada produk gel cincau hitam impor terdapat peningkatan persentase kepuasan pada masing-masing golongan tingkat pendidikannya, dimana semakin tinggi tingkat pendidikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen untuk produk gel cincau hitam lokal tidak dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, namun pada gel cincau hitam impor tingkat pendidikan mempengaruhi seberapa besar kepuasan konsumen.

3. Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Mata Pencaharian

Mata pencaharian yang dimiliki seseorang mencerminkan bagaimana kondisi lingkungan kerja seseorang serta bagaimana kebutuhan seseorang tersebut akan suatu produk. Jenis mata pencaharian seseorang mampu mempengaruhi keputusan pembelian ataupun konsumsi akan suatu produk. Berikut tingkat kepuasan konsumen berdasarkan jenis mata pencaharian yang dapat dilihat pada gambar berikut ini.

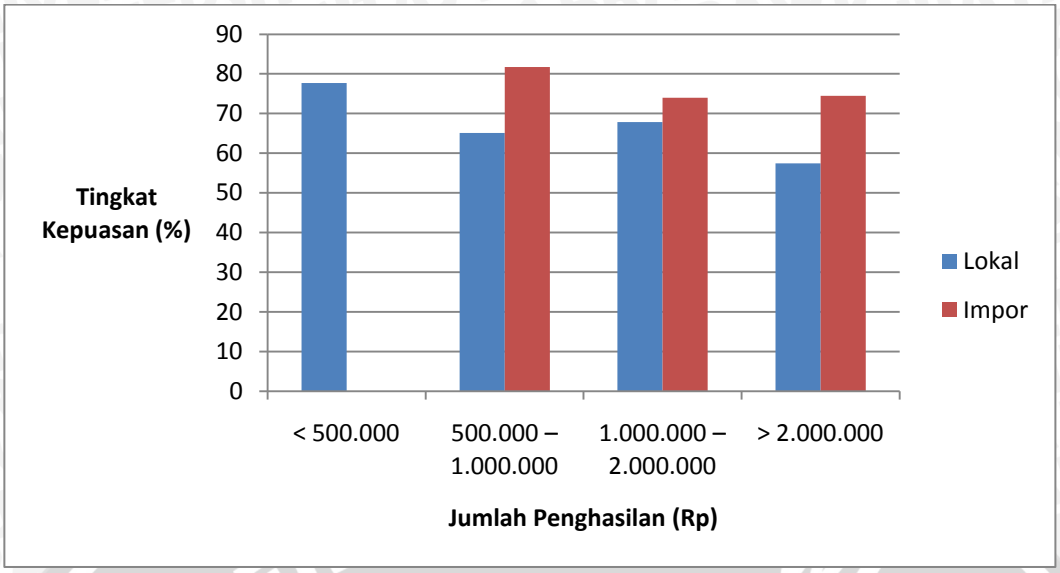


Gambar 8. Persentase Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Jenis Mata Pencaharian Responden Gel Cincau Hitam Lokal dan Impor.

Tingkat kepuasan tertinggi produk gel cincau hitam lokal terdapat pada golongan lainnya, yang juga mencakup golongan ibu rumah tangga biasa. Secara keseluruhan, tidak terdapat pola tertentu yang menunjukkan dampak jenis mata pencaharian pada kepuasan konsumen gel cincau hitam lokal karena pergerakan tingkat kepuasannya yang tidak stabil. Lain halnya dengan produk gel cincau hitam lokal, terdapat penurunan pada tingkat kepuasan produk gel cincau hitam impor, dimana nilai tertinggi dimiliki oleh guru/dosen/pegawai negeri sedangkan nilai terendah terletak pada golongan lainnya. Hal ini bisa saja disebabkan oleh lingkungan kantor atau perusahaan konsumen yang turut memberikan sumbangsih pada kepuasannya terhadap produk gel cincau hitam impor, seperti teman kantor yang juga merupakan konsumen produk tersebut. Berdasarkan penjabaran diatas, dapat disimpulkan bahwa pada gel cincau hitam lokal, jenis mata pencaharian tidak mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk tersebut, namun untuk produk gel cincau hitam impor kepuasan konsumen dipengaruhi oleh jenis mata pencaharian konsumen yang ditunjukkan oleh pola pada gambar diatas.

4. Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penghasilan Konsumen

Tingkat penghasilan merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam pembentukan pola konsumsi konsumen. Tingkat penghasilan juga menjadi patokan kesejahteraan masing-masing konsumen, yang pada akhirnya juga mampu mempengaruhi selera tiap konsumen. Konsumen yang berpenghasilan tinggi akan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi produk-produk yang berkualitas baik pula. Berikut tingkat kepuasan konsumen berdasarkan penghasilan konsumen yang dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 9. Persentase Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penghasilan Responden Gel Cincau Hitam Lokal dan Impor

Gambar diatas masih menunjukkan pergerakan tingkat kepuasan yang sama dengan gambar-gambar sebelumnya, yakni tingkatan kepuasan konsumen yang cenderung stabil, baik untuk produk gel cincau hitam lokal maupun impor. Pada produk gel cincau hitam lokal tingkat kepuasan tertinggi terdapat pada golongan konsumen berpenghasilan dibawah Rp 500.000,-, sedangkan tingkat kepuasan terendah terdapat pada golongan penghasilan lebih dari Rp 2.000.000,-. Sebaran persentase kepuasan konsumen yang naik turun juga terjadi pada produk gel cincau hitam impor, dimana tingkat kepuasan tertinggi terdapat pada konsumen berpenghasilan Rp 500.000,- hingga Rp 1.000.000,- dan yang terendah pada konsumen berpenghasilan Rp 1.000.000,- hingga Rp 2.000.000,-. Sedangkan untuk konsumen berpenghasilan tinggi, yakni lebih dari Rp 2.000.000,- memiliki tingkat kepuasan konsumen yang cukup tinggi. Pada grafik diatas tidak terdapat peningkatan kepuasan konsumen gel cincau hitam impor untuk konsumen berpenghasilan dibawah Rp 500.000,-. Hal ini dikarenakan tidak ada konsumen gel cincau hitam impor yang berpenghasilan dibawah Rp 500.000,- pada lokasi penelitian. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen gel cincau hitam lokal maupun impor tidak dipengaruhi oleh besarnya penghasilan.