

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK CEMILAN SEHAT DI BALI

Putu Agus Darma Saputra¹, Yuli Kartika Dewi, S.E., M.M²

Fakultas Manajemen dan Bisnis, Universitas Ciputra, Surabaya

E-mail: agus_darma01@yahoo.co.id¹ yuli.kartika@ciputra.ac.id²

Abstract: *The purpose of this research is to analyze consumer preference for healthy snacks in Bali. Furthermore, this research uses conjoint analysis and nonprobability sampling method that is saturation sample which means all the respondents of this research are all gyms members of Aston Denpasar and Winner Fit Bali. The sample size that is used in this research is 210 people where all the respondents are the members of the aforementioned gyms. Conjoint analysis with SPSS is being used to determine Predictive Accuracy and Importance Value. Then, it is executed by using syntax editor. The result of this research shows that taste is the consumer's primary choice.*

Keywords: *Consumer Preference, Product Attributes, Consumer's Buying Interest*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk meneliti preferensi konsumen terhadap cemilan sehat di Bali. Lalu penelitian ini menggunakan analisis konjoin dan menggunakan metode nonprobability sampling yaitu sampel jenuh yang artinya responden dari penelitian ini merupakan seluruh member gym dari aston Denpasar dan winner fit bali. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 210 orang dimana responden merupakan member dari gym tersebut. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis konjoin dengan SPSS untuk menentukan Predictive Accuracy dan Importance Value lalu di eksekusi menggunakan syntax editor. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Rasa yang menjadi pilihan utama konsumen.

Kata kunci: Preferensi Konsumen, Atribut Produk, Minat beli Konsumen

PENDAHULUAN

Di era yang sekarang ini masalah gizi di Indonesia memasuki masalah gizi ganda. Yang mempunyai arti, masalah gizi kurang yang masih belum juga teratasi, sementara sudah muncul masalah gizi lebih. Kelebihan gizi yang dimaksudkan yaitu obesitas, saat ini obesitas dapat terjadi baik pada anak-anak hingga usia dewasa. Jadi definisi dari obesitas adalah kondisi kronis akibat penumpukan lemak dalam tubuh yang sangat tinggi. Obesitas disebabkan oleh ketidakseimbangan antara jumlah energi yang masuk dengan yang dibutuhkan tubuh untuk berbagai fungsi seperti pertumbuhan fisik. Apabila kondisi ini berlangsung dalam jangka waktu yang lama maka timbul penyakit yang dinamakan obesitas. Pertumbuhan penyakit ini semakin meningkat di dunia. Hal ini tentunya merupakan hal yang serius dan menjadi tugas yang besar dalam mencegah pertumbuhan penyakit kronis di dunia. Penyakit obesitas juga dipicu pertumbuhan industri dan ekonomi, serta perubahan gaya hidup, asupan nutrisi yang semakin banyak dari makanan olahan, atau diet dengan tinggi kalori. Penanganan obesitas ditujukan untuk mencapai dan mempertahankan berat badan yang ideal dan sehat. Untuk mencapai tujuan ini, maka perlu dilakukan perubahan pola makan dan peningkatan aktivitas fisik. (riskesdas 2018)

Naked Cookies merupakan perusahaan yang menjual produk makanan ringan berupa cookies yang sudah berdiri sejak tahun 2015. Naked Cookies menawarkan produk yang cukup berbeda dengan kompetitor yang ada, yaitu produk dengan gula yang rendah yang berfungsi untuk merendahkan kalori dari cookies tersebut. Naked cookies menjual produknya dengan mengikuti gaya hidup konsumen yaitu dengan membuat cookies yang lebih sehat dan rendah kalori dengan mengutamakan komposisi yang sehat dengan takaran gula yang rendah yaitu per 1 kemasan naked cookies yang menghasilkan 294 kcal sampai 350 kcal. Proses pembuatan Naked Cookies menggunakan komposisi yang rendah kalori seperti *Brown Sugar* dan *Palm Sugar*, selain itu Naked Cookies juga menggunakan komposisi yang menyehatkan seperti kacang almond. Naked Cookies memiliki 3 varian rasa yaitu Original, Almond dan Choco Chip. Dari setiap rasa dari Naked Cookies di situ terdapat juga komposisi yang membuat lebih mengenyangkan namun tidak membuat kalori berlebihan seperti contohnya ada *Oats*, *Granola* dan juga *Muesli* sebagai bahan dasar dari cookies Naked Cookies tentunya dari bahan tersebut pastinya membuat produk Naked Cookies menjadi berbeda dari kompetitor lainnya. Untuk ukuran dalam satu kemasan Naked Cookies yaitu 100 gram per kemasan dan untuk harga dari Naked Cookies dari harga Rp. 22.000 – Rp. 28.000.

Dalam berbagai kecenderungan yang terjadi di pasar dan di kalangan konsumen dalam makan-makanan sehat mendorong permintaan produk yang beragam serta perubahan jenis produk yang lebih cepat agar tidak mudah tersaingi oleh kompetitor-kompetitor makanan sehat lainnya. Maka dari itu Naked Cookies berupaya untuk mengeksplorasi preferensi atribut cemilan sehat yang diinginkan oleh para konsumen guna untuk menarik minat beli konsumen. Berdasarkan uraian di atas didapatkan tujuan penelitian yakni menguji preferensi konsumen terhadap atribut produk cemilan sehat di Bali.

KAJIAN PUSTAKA

Preferensi Konsumen

Menurut Kotler & Keller (2016:182) Preferensi konsumen adalah suatu sikap konsumen terhadap satu pilihan merek produk yang terbentuk melalui evaluasi atas berbagai macam merek dalam berbagai pilihan yang tersedia. Agar memenuhi kebutuhan konsumen tentunya dibutuhkan atribut produk yang tepat. Kottler & keller (2016:182) menjelaskan preferensi konsumen menjadi tiga aspek, yaitu kelengkapan, transitivitas, dan kontinuitas. Berdasarkan penjelasan ini maka, indikator dalam

pengukuran preferensi konsumen adalah kelengkapan, transitivitas, dan kontinuitas.

Atribut Produk

Menurut Kotler & Armstrong (2015: 253-254) beberapa atribut yang menyertai dan melengkapi produk (karakteristik atribut produk) adalah kualitas produk (merupakan salah satu saran *positioning* utama untuk pemasar dan memiliki dampak langsung pada kinerja produk), fitur produk (alat persaingan untuk mendiferensiasikan produk perusahaan terhadap produk sejenis yang menjadi persaingan), gaya dan desain produk (gaya dan desain yang baik dan dapat menarik perhatian akan meningkatkan kinerja produk, memotong biaya produksi dan memberikan keunggulan bersaing di pasar sasaran), merek (merupakan nama, istilah, tanda, yang menunjukkan identitas pembuat), kemasan (merupakan produksi wadah atau pembungkus dari sebuah produk), dan label (merupakan penanda sederhana yang ditempelkan pada produk). Berdasarkan penjelasan ini maka, indikator dalam pengukuran atribut produk yaitu kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk, merek, dan label.

Minat Beli Konsumen

Efikasi diri didefinisikan sebagai keyakinan individu akan kemampuan diri mereka untuk menghMenurut Duriyanto (2014) Minat beli adalah keinginan untuk memiliki produk, minat beli akan timbul apabila seorang konsumen sudah terpengaruhi terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk atau informasi seputar produk. Sedangkan menurut Kotler, Bowen dan Makens (2014) minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif. Dalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu pilihan mengenai produk yang hendak di belinya atas dasar merek maupun minat. Menurut Lucas dan Britt (2008:87) ada beberapa indikator yang terdapat pada minat beli konsumen adalah ketertarikan, keinginan dan keyakinan. Berdasarkan definisi ini maka, indikator dalam pengukuran minat beli konsumen adalah ketertarikan, keinginan, dan keyakinan.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini merupakan orang yang memperhatikan tentang makanan sehat dan merupakan *member* dari *gym* winner fit dan aston Denpasar. Jadi di penelitian ini terdapat 210 orang yang merupakan member dari *gym* aston Denpasar dan juga winner fit. Teknik sampling jenuh adalah sampel yang mewakili jumlah populasi jadi dalam menentukan sampel dengan menjadikan semua anggota populasi sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini yaitu orang-orang yang merupakan anggota dari *gym* winner fit dan aston Denpasar. Untuk jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berjumlah 210 orang. 150 orang yang merupakan member dari aston Denpasar dan 60 orang dari member winner fit.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner *offline*. Responden memberi jawaban dalam bentuk skala *likert* dengan lima pilihan yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, cukup setuju, setuju dan sangat setuju.

Metode Analisis Data

Uji Validitas dan Realibilitas

Menurut Sugiyono (2017:125) Validitas menunjukan derajat ketepatan antara data yang

sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji Validitas dan reliabilitas pada data analisis konjoin penelitian ini menerapkan predictive accuracy berdasarkan nilai sig. Kendall's Tau dan Pearson's R.

Uji Analisis Konjoin

Menurut Ghozali (2013:377), menyebutkan bahwa analisis konjoin adalah teknik multivariate yang khusus digunakan untuk memahami bagaimana responden mengembangkan preferensi terhadap suatu produk atau jasa. Menurut Sugiyono (2017:126) menjelaskan bahwa analisis konjoin adalah teknik analisis multivariate yang digunakan untuk dapat memahami preferensi responden dalam mengembangkan suatu produk.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Uji Analisis Konjoin

Pada Tabel 1, *N of Levels* menunjukan level dari setiap atribut penelitian. Adapun varian atribut yang terdiri dari kalori: 294, 320, 350 cal/100gram. Kemudian komposisi: coconut oil dan margarin dan rasa: Original, Almond dan Choco Chip.

Pada Tabel 2, menggambarkan atribut rasa pada Cookies rasa almond yang paling disukai oleh responden dengan nilai *utility estimate* sebesar 0,208. Lalu atribut yang kedua yang paling disukai responden adalah 294 cal/100 gr dengan nilai *utility estimate* sebesar 0,082 dan atribut ketiga adalah komposisi cookies yaitu coconut oil dengan nilai *utility estimate* sebesar 0,055. Lalu untuk atribut yang paling tidak disukai yaitu atribut rasa choco chip dengan nilai *utility estimate* sebesar -0,187.

Pada Tabel 3, menunjukkan bahwa rasa dari cookies merupakan pertimbangan utama konsumen dalam memilih produk cemilan sehat. Hasil tersebut dilihat dari nilai *importance value* yang paling tinggi dengan persentasi 42% dan yang kedua yaitu kalori dengan angka 41% dan yang terakhir yang merupakan pertimbangan konsumen yaitu kadar komposisi dengan persentasi 17%.

Pada Tabel 4, dapat diketahui bahwa hasil korelasi *Pearson's Correlation* dan *Kendall's Tau* saling berkorelasi positif dan memiliki nilai signifikansi masing-masing, *Pearson's Correlation* sebesar 0,009 dan *Kendall's Tau* sebesar 0,027. Nilai tersebut di bawah 0,05 yang menunjukkan bahwa ada korelasi antara *Estimate Variabel* dan *Actual* hasil konjoin dengan pendapat responden.

Pembahasan dan Implikasi Manajerial Pembahasan

Berdasarkan data deskriptif dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini merupakan member gym di aston Denpasar dan winner fit Bali. Atribut produk cemilan sehat yang pertama yaitu kalori. Kalori dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga opsi yaitu 294 kalori, 320 kalori dan 350 kalori per 100 gramnya. Lalu pada atribut yang kedua adalah komposisi yaitu dengan coconut oil dan margarin. Atribut yang ketiga adalah rasa cookies yang terdiri dari rasa original, almond dan choco chip. Hasil analisa dalam tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden lebih cenderung memilih rasa almond. Hal ini menunjukkan bahwa rasa almond yang merupakan pilihan yang paling disukai responden dibandingkan rasa original dan choco chip. Responden beranggapan bahwa rasa almond yang memiliki nutrisi lebih lengkap dan lebih mengenyangkan dibandingkan rasa original dan juga choco chip apalagi dengan di dukungnya untuk saat ini masih jarang ada cookies yang menawarkan produk cookies dengan rasa almond. Lalu untuk atribut kedua yang menjadi pertimbangan responden yaitu kalori, kalori yang menjadi pertimbangan utama para responden yaitu dengan 294 kalori per 100

gramnya. Dengan bagaimanapun para responden menginginkan untuk tetap bisa mengonsumsi cemilan namun tidak menghasilkan kalori yang terlalu besar di dalam tubuh. Untuk atribut ketiga dalam membeli cemilan sehat yaitu dari komposisi. Komposisi yang menjadi pilihan utama para responden adalah dengan menggunakan coconut oil. Peran coconut oil juga penting dalam pembuatan cookies karena coconut oil menghasilkan sedikit kalori dalam cookies tersebut dan tentunya mendapatkan nutrisi yang lebih baik dibandingkan menggunakan margarin. Di dukung di penelitian yang dilakukan oleh Dipika Agrahar-Murugkar (2018) bahwa pentingnya dengan memperhatikan komposisi di cookies yang membuat cookies itu menjadi cookies yang berlabel sehat dan memiliki nutrisi yang baik di dalam cookies tersebut. Lalu dalam peningkatan minat beli di dukung di penelitian yang dilakukan oleh Rheinnadia (2016) bahwa mutu, citra merek, harga dan promosi yang memiliki dampak terhadap minat beli mengenai peran atribut produk cemilan sehat. Lalu dalam segi kalori di dukung di penelitian yang dilakukan oleh Ana Cristina Ferrao (2018) bahwa pentingnya keluar dan masuknya kalori dan memberi referensi tentang pentingnya nutrisi di dalam makanan.

Implikasi Manajerial

Hasil analisa dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi yang diprioritaskan oleh para responden adalah 294 kalori dengan menggunakan coconut oil dan rasa almond. Melalui hasil penelitian analisis konjoin ini, Naked Cookies tahu mengenai preferensi produk yang diminati konsumen dan mampu menganalisa kekurangan dari produk Naked Cookies saat ini. Mengenai hal tersebut Naked Cookies dapat memulai berfokus mengembangkan, memproduksi dan memasarkan produk cemilan sehat yang sesuai dengan keinginan para konsumen yaitu dengan produk cemilan sehat dengan kalori yang rendah, kaya akan nutrisi dan rasa almond.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian preferensi atribut produk cemilan sehat di Bali dapat ditarik kesimpulan pada atribut rasa yang paling diminati oleh para responden yaitu rasa almond yang paling di sukai oleh para responden di bandingkan dengan rasa original dan choco chip. Jadi dari hasil tersebut Naked Cookies akan memproduksi produk dengan rasa almond lebih banyak dibandingkan dengan rasa original dan choco chip. Pada atribut kalori dapat disimpulkan bahwa yang paling di minati oleh parah responden yaitu dengan kalori 294 kalori/100 gr. Maka dari itu Naked Cookies akan membuat cookiesnya memiliki kalori yang rendah dalam 100 gramnya yaitu 294 kalori/100gr. Lalu untuk bagian komposisi yang paling diminati oleh para responden yang menggunakan coconut oil dibandingkan dengan menggunakan margarin. Maka dari itu Naked Cookies akan terus menggunakan coconut oil sebagai bahan dasar pembuatan cookies dan tidak lagi menggunakan margarin sebagai bahan dasar pembuatan cookiesnya.

Saran

Naked Cookies sudah harusnya memperhatikan produk mereka yang sesuai dengan keinginan para konsumennya. Dampak bila para konsumen merasa puas dengan cookies yang di tawarkan oleh Naked Cookies tentunya nanti akan lebih mudah perusahaan Naked Cookies untuk berkembang lagi. Jadi melalui penelitian ini, Naked Cookies menemukan preferensi konsumen dalam memilih produk cemilan sehat yaitu dengan rasa almond dan menggunakan komposisi coconut oil yang menciptakan kalori hanya 294 kalori per 100 gramnya. Lalu selain itu juga Naked Cookies akan menjual produk dengan rasa almond lebih banyak di bandingkan dengan rasa original dan choco chip tentunya dari situ juga

tentunya mengikuti dengan karakter yang sesuai dengan preferensi konsumen dengan tujuan dapat membuat para konsumen merasa puas dan tidak merasa di bohongi dengan cemilan yang berlabel sehat. Jadi penelitian ini juga di harapkan menjadi referensi penelitian selanjutnya. Peneliti selanjutnya juga dapat meneliti lebih jauh tentang atribut produk cemilan sehat yang sesuai dengan preferensi lainnya. Lalu saran ini juga di sampaikan dengan harapan penjual dapat mengetahui secara tepat apa yang di butuhkan dan apa yang di inginkan oleh konsumen tentang cemilan-cemilan yang berlabel sehat.

REFERENSI

- Armstrong, Kotler (2015), *Marketing an Introducting* Prentice Hall twelfth Edition , England : Pearson Education, Inc.
- Dipika Agrahar-Murugkar, Shraddha Dwivedi, Preeti Dixit-Bajpai, Manoj Kumar, (2018) "Effect of natural fortification with calcium and protein rich ingredients on texture, nutritional quality and sensory acceptance of cookies", *Nutrition & Food Science*
- Ferrao, A., Guine, R., Correia, P., Ferreira, M., Cardoso, A., Duarte, J., Lima, J(2018), "Perception towards a healthy diet among a sample of university People in Portugal", *Nutrition & Food Science*, Vol. 48 no. 4, pp.669-688
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS*
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*. 5 thedition.New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta. Hal. 119-121.

LAMPIRAN

Tabel 1 Model Atribut Produk

Model Description		
	N of Levels	Relation to Ranks or Scores
Kalori	3	Discrete
Komposisi	2	Discrete
Rasa	3	Discrete

LAMPIRAN

Tabel 1. Model Atribut Produk

Model Description		
	N of Levels	Relation to Ranks or Scores
Kalori	3	Discrete
Komposisi	2	Discrete
Rasa	3	Discrete

Sumber: Data Diolah

Tabel 2. Pengelohan Nilai Utilitas Atribut

		Utilities	
		Utility Estimate	Std. Error
Kalori	294 cal/100gr	.082	.111
	320 cal/100gr	-.056	.111
	350 cal/100gr	-.026	.111
Komposisi	Coconut Oil	.055	.079
	Margarin	-.055	.079
Rasa	Original	-.021	.111
	Choco Chip	-.187	.111
	Almond	.208	.111
(Constant)		9.500	.079

Sumber: Data Diolah

Tabel 3. Analisis Faktor Kepentingan Relati

Importance Values	
Kalori	40.591
Komposisi	17.344
Rasa	42.064

Averaged Importance Score

Sumber: Data Diolah

Tabel 4. Pengukuran Prediktif dan Ui Signifikansi

Correlations ^a		
	Value	Sig.
Pearson's R	.553	.009
Kendall's tau	.336	.027

a. Correlations between observed and estimated preferences

Sumber: Data Diolah