

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah beberapa kesimpulan yang dapat diambil:

- a. Responden menilai tingkat kepentingan atribut dengan urutan dari yang paling tinggi hingga rendah yaitu: kesegaran, higienisitas / kebersihan produk, rasa susu yang enak, kelengkapan kandungan gizi, kekentalan / kemurnian susu, kelengkapan informasi pada produk, kemudahan memperoleh, volume produk, variasi pilihan rasa, aroma khas susu, kepraktisan dalam konsumsi produk, harga produk, kandungan bahan pengawet, desain kemasan, promo penjualan, sumber peternakan, warna produk, dan ketenaran merek.
- b. Berdasarkan konsumen lama, atribut yang penting namun memiliki kinerja rendah (masuk dalam kuadran I) yaitu kelengkapan kandungan gizi, kelengkapan informasi pada produk, dan kemudahan memperoleh.
- c. Berdasarkan minat calon konsumen, atribut yang penting namun memiliki kinerja rendah (masuk dalam kuadran I) yaitu aroma khas dan kelengkapan informasi pada produk.
- d. Berdasarkan perbandingan produk produk kompetitor dengan susu pasteurisasi Rawaseneng atribut yang penting namun memiliki kinerja rendah (masuk dalam kuadran I) yaitu variasi pilihan rasa, volume kelengkapan kandungan gizi, kelengkapan informasi pada produk, dan kepraktisan dalam konsumsi.
- e. Secara umum produk susu pasteurisasi Rawaseneng memiliki potensi pasar yang baik di sekolah, universitas dan di gereja karena diminati oleh responden namun pasar yang paling potensial bagi susu pasteurisasi Rawaseneng adalah pada konsumen usia sekolah.
- f. Berdasarkan kelima sumber data, urutan potensi pasar dari yang tertinggi hingga terendah adalah SMA Santa Maria Yogyakarta, Gereja Santo Yohanes Rasul Pringwulung, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, Gereja Santo Yusuf Padokan dan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- g. Produk susu pasteurisasi Rawaseneng pada saat ini menurut penilaian konsumen lama dan calon konsumen masih memiliki aroma yang kurang sedap, memiliki informasi produk yang kurang lengkap, kurang memiliki variasi pilihan

rasa, tidak terdapatnya keterangan kandungan gizi, dan dirasa kurang praktis sehingga perlu perbaikan dengan cara sebagai berikut:

- i. Menghilangkan aroma yang mengganggu konsumen.
  - ii. Menambahkan informasi komposisi produk, saran penyimpanan, keterangan volume, dan izin dari BPOM.
  - iii. Menambah jumlah varian rasa dengan memperhatikan varian rasa yang sedang diminati konsumen.
  - iv. Memberikan informasi kelengkapan gizi secara tertulis maupun secara lisan.
  - v. Mempermudah konsumen dalam konsumsi produk.
- h. Harga yang dibebankan untuk memperoleh susu pasteurisasi Rawaseneng dianggap sudah wajar bagi konsumen.
- i. Responden menilai produk susu pasteurisasi dapat dijual lebih banyak di kantin/koperasi sekolah dan universitas pada hari kerja (Senin hingga Jumat), menjual di toko (*reseller*), menjual produk di gereja pada akhir minggu (Sabtu dan Minggu), layanan pesan antar, dan penjualan pada *online shop*.
- j. Merek produk susu pasteurisasi Rawaseneng masih belum banyak dikenal oleh masyarakat sehingga perlu dilakukan kegiatan promosi dengan cara: memanfaatkan promosi dengan media sosial, mengikuti bazar makanan dan minuman, dan memberikan produk uji coba (*tester*) untuk menarik minat pembelian.

## 6.2. Saran

Pada penelitian ini terdapat beberapa saran yang dapat membantu pada penelitian selanjutnya sebagai berikut:

- a. Pada penelitian potensi pasar ini hanya dilakukan pada sekolah, universitas dan gereja. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan lingkup yang lebih besar seperti toko dan minimarket sehingga didapatkan penilaian kepuasan konsumen dan strategi pemasaran secara umum untuk menambah strategi yang sudah didapatkan pada saat ini.
- b. Kategori usia pada penelitian selanjutnya perlu lebih detail agar dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih detail terhadap potensi pasar dan karakter produk yang diminati setiap kelompok usia.
- c. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan tindak lanjut dari usulan yang diberikan karena pada penelitian ini belum terdapat analisa dari

dampak usulan strategi yang diberikan sehingga pada akhirnya dapat di jadikan arahan bagi objek penelitian dalam menerapkan usulan strategi tersebut.



## DAFTAR PUSTAKA

- Apriliyani, M. W. dan Apriliyanti, M. W. (2018). Kualitas fisik dan sensoris produk susu pasteurisasi pada suhu dan waktu transportasi dalam distribusi pemasaran. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Hasil Ternak*. 10.21776/ub.jitek.2018.013.01.5.
- Dewi, S. K. (2018). Analisis kepuasan pelanggan dengan menggunakan integrasi importance performance analysis dan model kano. (Skripsi). Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Malang
- Engel, J.F, Roger D.B, dan Paul W.M. (1995). Perilaku konsumen. Jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Hasibuhan, M. A. (2012). Analisis kepuasan konsumen susu pasteurisasi umkm Milkfood Barokah. (Skripsi). Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi Dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor
- Heryanto, I. (2018). *Path analysis menggunakan SPSS dan Excel*. Bandung: Informatika Bandung
- Irsad, Z. (2010). Analisis marketing mix (product, price, promotion, dan place) yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna operator ESIA. (Skripsi). Program Studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah.
- Kementerian Pertanian. (2018). Outlook susu: komoditas pertanian sub sektor peternakan. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2008). Prinsip – prinsip pemasaran Edisi 12. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2017). *Principles of marketing seventeenth edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. dan Keller. K. L. (2008), Manajemen pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Meutia, N., Rizalsyah, T., Ridha, S. dan Sari, M. K. (2016). Residu antibiotika dalam air susu segar yang berasal dari peternakan di wilayah Aceh besar. *Jurnal Ilmu Ternak*, Juni 2016, Vol.16. No.1.

- Narjono, A. I. (2012). Atribut produk sebagai dasar keputusan pembelian susu. *Jurnal Ekonomi* Vol. 5.
- Rahman, A. (2008). Analisis kepuasan konsumen produk susu ultra milk. (Skripsi). Program Studi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Sevillia, A dan Rachmawati, I. (2016). Pengaruh 4p (product, price, promotion & place) bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk susu zee di kota bekasi. (Skripsi). Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom
- Suprpto, D. A., Nurmalina, R., Fahmi, I. (2014). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk susu bubuk pertumbuhan. *Jur. Ilm. Kel. & Kons.*, Mei 2014, p : 113-122
- Tjiptono, F. (2008). Strategi pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, F dan Chandra, G. (2011). Service, quality, & satisfaction, Edisi 3. Yogyakarta: Andi.

## Lampiran 1 Hasil Kuesioner Atribut

### KUESIONER ATRIBUT PRODUK SUSU PASTEURISASI RAWASENENG

Saya Sebastiano Vivaldi W dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sedang melaksanakan penelitian untuk Tugas Akhir dalam studi saya sebagai mahasiswa Teknik Industri. Terima kasih atas partisipasi Anda menjadi salah satu responden yang suka rela mengisi kuesioner ini. Saya sangat menghargai kejujuran Anda dalam pengisian kuesioner ini. Atas bantuan dan kerja sama yang telah diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Berikan tanda silang (X) pada pilihan jawaban Anda:

#### A. Profil Responden

1. Nama : ..... (bila tidak keberatan)
2. Jenis Kelamin : a. Laki – laki  
b. Perempuan
3. Berapa usia Anda?
  - a.  $\leq$  19 Tahun
  - b. 20 – 25 Tahun
  - c. 26 – 30 Tahun
  - d. 31 – 35 Tahun
  - e. 36 – 40 Tahun
  - f. 41 – 45 Tahun
  - g. 46 – 50 Tahun
  - h. 51 – 55 Tahun
  - i. 56 – 60 Tahun
  - j. 61 – 65 Tahun
  - k. > 65 Tahun
4. Apa Pekerjaan Anda sekarang?
  - a. Pelajar/mahasiswa
  - b. Pegawai swasta
  - c. Wiraswasta/pengusaha
  - d. Ibu rumah tangga
  - e. Lainnya, .....
5. Berapa rata-rata pengeluaran Anda per bulan?
  - a. < Rp 1.000.000
  - b. Rp 1.000.001 - 2.000.000
  - c. Rp 2.000.001 - 3.000.000
  - d. Rp 3.000.001 - 4.000.000
  - e. > Rp 4.000.000
6. Siapa yang mengonsumsi produk Susu Pasteurisasi Rawaseneng yang Anda beli?
  - a. Pribadi
  - b. Anak
  - c. Orang Tua

- d. Lainnya, .....
7. Berapa ukuran kemasan/volume Susu Pasteurisasi Rawaseneng yang biasa Anda beli?
- 1000 ml
  - 500 ml
  - 250 ml

**B. Evaluasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja pada Atribut Produk**

**1. Tingkat Kepentingan**

Bandingkan setiap atribut produk dalam tabel tentang faktor pertimbangan Anda dalam membeli produk susu cair dalam kemasan, kemudian berilah tanda *checklist* (✓) pada tabel yang tersedia mengenai tingkat kepentingan atribut tersebut dibandingkan dengan atribut lain dalam keputusan pembelian produk susu cair dalam kemasan menurut Anda.

**Tingkat Kepentingan Produk Susu Cair dalam Kemasan**

No.	Atribut Produk	Tingkat Kepentingan			
		Sangat Tidak Penting	Tidak Penting	Penting	Sangat Penting
1	Rasa susu yang enak				
2	Aroma khas susu				
3	Variasi Pilihan Rasa				
4	Volume / Isi Produk				
5	Desain Kemasan				
6	Kesegaran (Susu yang baru)				
7	Kelengkapan Kandungan Gizi				
8	Kekentalan / Kemurnian Susu				
9	Kelengkapan Informasi pada Produk				
10	Ketenaran Merek				
11	Kepraktisan dalam Konsumsi Produk				
12	Warna Produk				
13	Higienisitas / Kebersihan Produk				
14	Kandungan Bahan Pengawet				
15	Harga Produk				
16	Promo Penjualan				
17	Kemudahan Memperoleh				
18	Sumber Peternakan				

## 2. Tingkat Kinerja

Berilah **penilaian kinerja** Susu Pasteurisasi Rawaseneng yang sudah pernah Anda konsumsi dengan memberikan tanda *checklist* (✓) pada tabel sesuai dengan Atribut yang sudah tertera pada tabel:

### Tingkat Kinerja Produk Susu Pasteurisasi Rawaseneng

No.	Atribut Produk	Tingkat Kinerja			
		Sangat Tidak Baik	Tidak Baik	Baik	Sangat Baik
1	Rasa susu yang enak				
2	Aroma khas susu				
3	Variasi Pilihan Rasa				
4	Volume / Isi Produk				
5	Desain Kemasan				
6	Kesegaran (Susu yang baru)				
7	Kelengkapan Kandungan Gizi				
8	Kekentalan / Kemurnian Susu				
9	Kelengkapan Informasi pada Produk				
10	Ketenaran Merek				
11	Kepraktisan dalam Konsumsi Produk				
12	Warna Produk				
13	Higienisitas / Kebersihan Produk				
14	Kandungan Bahan Pengawet				
15	Harga Produk				
16	Promo Penjualan				
17	Kemudahan Memperoleh				
18	Sumber Peternakan				

## C. Kritik dan Saran

Apa kritik dan saran Anda untuk produk Susu Pasteurisasi Rawaseneng?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

~ Terima Kasih Sudah Berpartisipasi ~

## Lampiran 2 Hasil Kuesioner Minat

### KUESIONER MINAT PASAR PRODUK SUSU PASTEURISASI RAWASENENG

Saya Sebastiano Vivaldi W dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sedang melaksanakan penelitian untuk Tugas Akhir dalam studi saya sebagai mahasiswa Teknik Industri. Terima kasih atas partisipasi Anda menjadi salah satu responden yang suka rela mengisi kuesioner ini. Saya sangat menghargai kejujuran Anda dalam pengisian kuesioner ini. Atas bantuan dan kerja sama yang telah diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Berikan tanda silang (X) pada pilihan jawaban Anda:

#### A. Profil Responden

1. Nama : ..... (bila tidak keberatan)
2. Jenis Kelamin : a. Laki – laki  
b. Perempuan
3. Berapa usia Anda?
  - l. ≤ 19 Tahun
  - m. 20 – 25 Tahun
  - n. 26 – 30 Tahun
  - o. 31 – 35 Tahun
  - p. 36 – 40 Tahun
  - q. 41 – 45 Tahun
  - r. 46 – 50 Tahun
  - s. 51 – 55 Tahun
  - t. 56 – 60 Tahun
  - u. 61 – 65 Tahun
  - v. > 65 Tahun
4. Apa Pekerjaan Anda sekarang?
  - f. Pelajar/mahasiswa
  - g. Pegawai swasta
  - h. Wiraswasta/pengusaha
  - i. Ibu rumah tangga
  - j. Lainnya, .....
5. Berapa rata-rata pengeluaran Anda per bulan?
  - f. < Rp 1.000.000
  - g. Rp 1.000.001 - 2.000.000
  - h. Rp 2.000.001 - 3.000.000
  - i. Rp 3.000.001 - 4.000.000
  - j. > Rp 4.000.000
6. Apakah Anda sudah pernah mengonsumsi susu pasteurisasi sebelumnya?
  - e. Pernah
  - f. Tidak

## **B. Tingkat Kepentingan Atribut**

Bandingkan setiap atribut produk dalam tabel tentang faktor pertimbangan Anda dalam membeli produk susu cair dalam kemasan, kemudian berilah tanda *checklist* (✓) pada tabel yang tersedia mengenai tingkat kepentingan atribut tersebut dibandingkan dengan atribut lain dalam keputusan pembelian produk susu cair dalam kemasan menurut Anda.

### **Tingkat Kepentingan Produk Susu Cair dalam Kemasan**

No.	Atribut Produk	Tingkat Kepentingan			
		Sangat Tidak Penting	Tidak Penting	Penting	Sangat Penting
1	Rasa susu yang enak				
2	Aroma khas susu				
3	Variasi Pilihan Rasa				
4	Volume / Isi Produk				
5	Desain Kemasan				
6	Kesegaran (Susu yang baru)				
7	Kelengkapan Kandungan Gizi				
8	Kekentalan / Kemurnian Susu				
9	Kelengkapan Informasi pada Produk				
10	Ketenaran Merek				
11	Kepraktisan dalam Konsumsi Produk				
12	Warna Produk				
13	Higienisitas / Kebersihan Produk				
14	Kandungan Bahan Pengawet				
15	Harga Produk				
16	Promo Penjualan				
17	Kemudahan Memperoleh				
18	Sumber Peternakan				

### C. Penilaian Konsumen

Berilah tanda *checklist* (✓) pada kolom yang tersedia untuk mengetahui tingkat kesetujuan Anda pada setiap pernyataan yang tersedia.

Keterangan:

**STS= Sangat Tidak Setuju**

**TS = Tidak Setuju**

**S = Setuju**

**SS = Sangat Setuju**

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya berminat membeli susu Pasteurisasi Rawaseneng karena rasanya yang enak				
2	Saya berminat membeli susu Pasteurisasi Rawaseneng karena memiliki aroma khas				
3	Saya berminat membeli susu Pasteurisasi Rawaseneng karena memiliki banyak varian rasa				
4	Saya berminat membeli susu Pasteurisasi Rawaseneng karena volume/isi produk yang beragam				
5	Saya berminat membeli susu Pasteurisasi Rawaseneng karena desain kemasan yang baik				
6	Saya berminat membeli susu Pasteurisasi Rawaseneng karena memiliki kandungan gizi yang lengkap				
7	Saya berminat membeli susu Pasteurisasi Rawaseneng karena kekentalan/kemurnian susu tanpa ditambah air				
8	Saya berminat membeli susu Pasteurisasi Rawaseneng karena memiliki informasi produk yang lengkap				
9	Saya berminat membeli susu Pasteurisasi Rawaseneng karena mereknya terkenal				
10	Saya berminat membeli susu Pasteurisasi Rawaseneng karena praktis untuk dikonsumsi				
11	Saya berminat membeli susu Pasteurisasi Rawaseneng karena warna produk yang menarik				
12	Saya berminat membeli susu Pasteurisasi Rawaseneng karena tidak mengandung bahan pengawet				
13	Saya berminat membeli susu Pasteurisasi Rawaseneng karena memiliki harga yang pantas				

#### **D. Penilaian Kompetitor**

Berilah tanda *checklist* (✓) pada kolom yang tersedia untuk mengetahui tingkat kesetujuan Anda pada setiap pernyataan yang tersedia.

Keterangan:

**STS** = Sangat Tidak Setuju

**TS** = Tidak Setuju

**S** = Setuju

**SS** = Sangat Setuju

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Terdapat produk susu pasteurisasi lain yang memiliki rasa yang lebih enak				
2	Terdapat produk susu pasteurisasi lain yang memiliki aroma yang khas				
3	Terdapat produk susu pasteurisasi lain yang memiliki varian rasa lebih banyak				
4	Terdapat produk susu pasteurisasi lain yang memiliki volume/isi produk yang lebih beragam				
5	Terdapat produk susu pasteurisasi lain yang memiliki desain kemasan lebih baik				
6	Terdapat produk susu pasteurisasi lain yang memiliki kandungan gizi yang lebih lengkap				
7	Terdapat produk susu pasteurisasi lain yang lebih kental atau murni karena tidak ditambah dengan air				
9	Terdapat produk susu pasteurisasi lain yang memiliki informasi pada produk yang lebih lengkap				
9	Terdapat produk susu pasteurisasi lain yang memiliki merek yang lebih terkenal				
10	Terdapat produk susu pasteurisasi lain yang lebih praktis untuk dikonsumsi				
11	Terdapat produk susu pasteurisasi lain yang memiliki warna yang lebih menarik				
12	Terdapat produk susu pasteurisasi lain yang tidak mengandung bahan pengawet				
13	Terdapat produk susu pasteurisasi lain yang memiliki harga lebih pantas				

**E. Pemasaran Produk**

1. Menurut Anda, bagaimana cara promosi dan pemasaran yang tepat untuk produk Susu Pasteurisasi Rawaseneng?
  - Dapat dibeli di kantin / koperasi
  - Dapat dibeli di Gereja
  - Online Shop
  - Ikut dalam bazar makanan dan minuman
  - Layanan Pesan Antar
  - Promosi dengan media sosial
  - Di jual di toko-toko (Reseller)
  - Lainnya, .....
2. Berapa ukuran kemasan/volume Susu Pasteurisasi Rawaseneng yang berminat Anda beli?
  - d. 1000 ml
  - e. 500 ml
  - f. 250 ml
  - g. Lainnya, .....
3. Berapa harga yang pantas untuk Susu Pasteurisasi Rawaseneng berukuran 1000 ml?
  - a. Rp 18.000 – 19.000
  - b. Rp 19.001 – 20.000
  - c. Rp 20.001 – 21.000
4. Berapa harga yang pantas untuk Susu Pasteurisasi Rawaseneng berukuran 500 ml?
  - a. Rp 9.000 – 10.000
  - b. Rp 10.001 – 11.000
  - c. Rp 11.001 – 12.000
5. Berapa harga yang pantas untuk Susu Pasteurisasi Rawaseneng berukuran 250 ml?
  - a. Rp 6.000 – 7.000
  - b. Rp 7.001 – 8.000
  - c. Rp 8.001 – 9.000

**F. Kritik dan Saran**

Apa kritik dan saran Anda untuk produk Susu Pasteurisasi Rawaseneng?

.....

.....

.....

.....

.....

~ Terima Kasih Sudah Berpartisipasi ~

