

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS KEMASAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK PENYEDAP RASA CRUSTANESIA

Yasriani Y.¹⁾, Nia Fitriana¹⁾, Galang Aisa Aditya¹⁾, Abdul Rajab Robi'i²⁾, Liana Putri Nur Anggraeni³⁾, dan Zainal Arifin²⁾

¹⁾Prodi D4 Teknologi Kimia Industri, Politeknik Negeri Samarinda, Jalan Dr. Ciptomangunkusumo, Kampus Gunung Panjang, Samarinda, 75131

²⁾Prodi D3 Petro dan Oleo Kimia, Politeknik Negeri Samarinda, Jalan Dr. Ciptomangunkusumo, Kampus Gunung Panjang, Samarinda, 75131

³⁾Prodi D4 Keuangan dan Perbankan, Politeknik Negeri Samarinda, Jalan Dr. Ciptomangunkusumo, Kampus Gunung Panjang, Samarinda, 75131

E-mail: zainalarifin@polnes.ac.id

Abstract

The potential of shrimp head waste can be used as a raw material for flavouring. Tablet-shaped flavouring innovations are produced and marketed. The purpose of this study was to determine the effect of price, product quality, and packaging quality on buying interest in flavouring from shrimp head waste. The number of samples studied was 35 people. Sampling was done by simple random sampling method. This research data collection method uses a questionnaire measured on a Likert scale. The instrument test in this study used validity and reliability tests. Data analysis was carried out using simple linear regression techniques using the Statistical Program for Social Science (SPSS). Hypothesis testing in this study using the F test and t test. The results of this study indicate that price, product quality, and packaging quality do not have a significant effect on buying interest simultaneously and partially for this flavouring product. So that efforts need to be made in the form of promotions to further introduce this product.

Keywords: *flavouring, packaging quality, price, product quality, purchase intention*

Abstrak

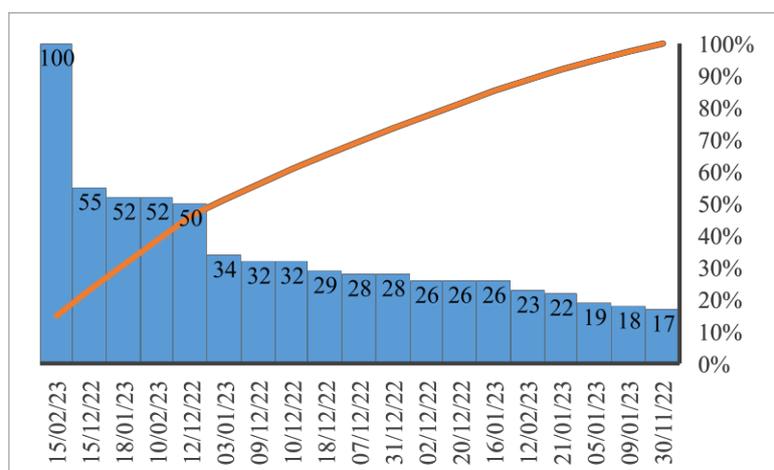
Potensi limbah kepala udang dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku penyedap rasa. Inovasi penyedap rasa berbentuk tablet diproduksi dan dipasarkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas kemasan terhadap minat beli penyedap rasa dari limbah kepala udang. Jumlah sampel yang dipelajari adalah 35 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *simple random sampling*. Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala likert. Uji instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data dilakukan dengan teknik regresi linear sederhana menggunakan Statistical Program for Social Science (SPSS). Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji F dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan harga, kualitas produk, dan kualitas kemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli secara simultan dan parsial produk penyedap rasa ini. Sehingga perlu dilakukan usaha berupa promosi untuk lebih mengenalkan produk ini.

Kata Kunci: *harga, kualitas kemasan, kualitas produk, minat beli, penyedap rasa*

PENDAHULUAN

Penyedap rasa non-MSG dapat diproduksi dari bahan baku hewani maupun nabati. Saat ini penyedap rasa berbasis hewani banyak diproduksi dari ekstrak tulang sapi, ekstrak tulang ayam, daging dan tulang ikan, kulit dan cangkang udang serta kepiting

(Perdani dkk, 2022). Umumnya penyedap rasa dipasaran berbentuk serbuk/bubuk atau blok dan belum ada yang berbentuk tablet. Berdasarkan aplikasi survei statistik Google Trends diperoleh hasil survei dengan topik penyedap rasa di wilayah Kalimantan Timur kurun waktu Desember 2022-Februari 2023 seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Prediksi peluang pasar

Berdasarkan grafik pareto, diprediksi kebutuhan pasar produk tablet penyedap rasa non MSG berbahan baku kepala udang terutama di wilayah Kalimantan Timur semakin meningkat. Sehingga hal tersebut dapat menjadi peluang bisnis yang menarik.

Inovasi penyedap rasa non MSG berbentuk tablet dari kepala udang merupakan produk baru dengan nama produk **crustanesia** yang coba ditawarkan ke pasar. Metode pembuatan penyedap rasa dari kepala udang berbentuk tablet ini telah didaftarkan paten sederhana (No. Permohonan S00202310099). Potensi bahan baku tablet penyedap rasa non MSG berupa limbah kepala udang jenis windu (*tiger black*) sangat besar yang tersebar di beberapa wilayah Kalimantan Timur seperti: Kabupaten Paser, Penajam Paser Utara, Kutai Timur, Kutai Kartanegara, Balikpapan, Bontang dan Berau. Berdasarkan data KKP (2020), diperkirakan produksi udang Kalimantan Timur mencapai 27.505,93 ton pada tahun 2024. Apabila diambil porsi rata-rata kepala udang 42,50% dari bagian dari berat badan, maka diperoleh limbah kepalanya mencapai 11.690,03 ton. Sasaran konsumen produk ini adalah: rumah tangga (50%), restoran dan warung makan (40%), konsumen yang peduli dengan kesehatan (10%).

Memahami pasar sasaran adalah langkah penting dalam merancang strategi pemasaran yang efektif. Pada tulisan ini, segmentasi pasar produk crustanesia diungkap dengan melihat pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas kemasan terhadap minat

beli produk crustanesia. Konsumen akhirnya berminat untuk membeli suatu produk dipengaruhi oleh kualitas yang baik dengan harga yang sesuai dengan budget dan kemasan yang menurut konsumen menarik dan sesuai dengan kualitas dan harga yang diberikan (Kotler dan Keller, 2007; Fauzy dan Rafikasari, 2020; Mubyl, et al., 2021; Melinda et al., 2022). Penelitian ini bukan hanya menambah literatur, tetapi juga memberikan pengetahuan bermanfaat bagi praktisi tentang bagaimana mengoptimalkan penerimaan produk baru berdasarkan umpan balik konsumen. Hasil penelitian ini menambah bidang baru dalam literatur karena menunjukkan bahwa elemen kualitatif adalah komponen penting dalam mengidentifikasi penyebab dibalik preferensi konsumen. Praktisi dapat menggunakan temuan ini untuk meningkatkan desain produk, merinci strategi penerimaan produk yang lebih baik dan merinci strategi penerimaan produk yang lebih baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di wilayah Samarinda. Periode penelitian dilakukan selama bulan Agustus sampai dengan September 2023. Penelitian ini melibatkan individu berusia di atas 18 tahun yang tinggal di wilayah Samarinda dan memiliki ketertarikan pada produk crustanesia sebanyak 35 responden. Berdasarkan hasil wawancara, responden mempunyai kegemaran masak dan/atau suka makan masakan dengan bahan tambahannya yaitu penyedap rasa. Penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling*. Data utama penelitian diperoleh dari kuesioner yang disebarikan secara online melalui Google Form dan offline dengan menggunakan Skala Likert lima poin. Metode analisis data penelitian ini menggunakan uji validitas data, uji reliabilitas data, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Variabel penelitian berupa Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Kualitas Kemasan (X3), dan Minat Beli (Y). Hipotesis yang diajukan adalah (Ghozali, 2018): H1 (produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli), H2 (kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli), dan H3 (kemasan produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji validitas diketahui semua pertanyaan dari Harga (X1) sebanyak 3 buah, Kualitas produk (X2) sebanyak 5 buah, Kualitas kemasan (X3)

sebanyak 5 buah, dan Minat beli (Y) sebanyak 4 buah dinyatakan valid ($r_{hitung}=0,464-0,922 > r_{tabel}=0,344$). Semua variabel reliabel di angka $0,579-0,901$ (nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,50$). Hasil nilai uji normalitas menunjukkan nilai *asympt.sig (2-tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$ yang berarti data terdistribusi normal, dengan nilai VIF ketiga variabel independen ($1,659-2,544 < 10,00$) yang menunjukkan bahwa penelitian ini terbebas dari adanya multikolinieritas.

Hasil pengujian utama yaitu pengujian hipotesis menggunakan uji regresi berganda, diketahui bahwa nilai korelasi ($R=0,195$) menunjukkan hubungan yang lemah antara harga, kualitas produk, dan kualitas kemasan terhadap minat beli. Dengan nilai koefisien regresi pada variabel independen sebesar $0,195$, menunjukkan bahwa sebesar $19,5\%$ minat beli dipengaruhi oleh ketiga variabel independen, sedangkan sisanya sebesar $80,5\%$ dijelaskan oleh variabel lain selain variabel independen dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa nilai signifikansi F yaitu $0,078 > 0,05$ yang artinya semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Secara terpisah (parsial), pengaruh harga memiliki nilai $t_{hitung} 0,488 < 1,96$ dengan nilai probabilitas $0,629 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa hipotesis H1 ditolak yaitu harga produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat membeli. Hal ini senada dengan hasil penelitian Wardani (2015) yang menyatakan harga tidak berpengaruh signifikan. Pada umumnya konsumen akan memilih harga termurah suatu barang. Namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen akan memilih produk tanpa memperhatikan harganya. Dalam penelitian ini konsumen cenderung menilai produk crustanesia memiliki harga yang terjangkau dan berada pada harga yang bersaing dan cenderung memiliki minat beli yang tinggi.

Adapun kualitas produk memiliki nilai $t_{hitung} 0,947 < 1,96$ dengan nilai probabilitas $0,351 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa hipotesis H2 ditolak yaitu kualitas produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat membeli. Hal ini menyimpulkan bahwa minat beli konsumen tidak mengalami perubahan meskipun kualitas produk mengalami perubahan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadiya dan Wahyuningsih (2020). Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2021) berbanding terbalik yang menyatakan bahwa kualitas berpengaruh terhadap minat beli.

Selanjutnya pengaruh kualitas kemasan memiliki nilai t hitung $0,769 < 1,96$ dengan nilai probabilitas $0,351 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa hipotesis H3 ditolak yaitu kualitas kemasan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat membeli. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Hidayat dan Febriyanto (2022), namun bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauzy dan Rafikasari (2020), Mubyl et al. (2021), dan Melinda et al. (2022).

SIMPULAN

Hasil uji F dan uji t yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan kualitas kemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk crustanesia. Berdasarkan hasil penelitian ini, perlu dilakukan usaha berupa promosi untuk lebih mengenalkan produk crustanesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, A.G. 2021. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Sabana Desa Waru Induk di Perumahan Grand Parung, Kabupaten Bogor). *Humanis*. 1(2):173-189.
- Fauzy, N.E.N., dan Rafikasari, E.F. 2020. PENGARUH HARGA, KEMASAN, KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA PADA PRODUK “LE MINERALE”. *Jurnal Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan*. 20(02):266-284.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, T. dan Febriyanto. 2022. Pengaruh Kemasan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada UKM Maleo Lampung. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*. 2(4):1020-1032.
- KKP. 2020. *Produksi Budi Daya Udang di Indonesia*. URL: <https://kkp.go.id/brsdm/sosek/artikel/39265-produksi-budi-daya-udang-di-indonesia>. Diakses tanggal 10 Februari 2022.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid I. Terj. Benyamin Molan. Jakarta.

- Melinda, R. Yusuf, M., Nurrahman. 2022. Hubungan Kualitas, Harga Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tulang Muda Sapi Sinar. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*. Vol. 5:350-362.
- Mubyl, M. dan Saskia, A.L. 2021. Desain Kemasan, Kualitas Produk, dan Harga dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen By. Uwibama. *Jurnal Mirai Manajemen*. 6(3):112-115.
- Nadiya, F.H. dan Wahyuningsih, S. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*. Vol. 3:1096-1104.
- Perdani, C.G., Mawarni, R.R., Mahmudah, L., Gunawan, S. 2022. Prinsip-prinsip bahan tambahan pangan yang memenuhi syarat halal: alternatif penyedap rasa untuk industri makanan halal. *Halal Riset*. 2(2):96-111.
- Wardani, H.S. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Muslim pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.