

**ANALISIS PREFERENSI DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PRODUK SIRUP BUNGA MAWAR**

(Studi Kasus di UMKM Widoro Asih Kabupaten Nganjuk)

**ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES AND SATISFACTION WITH
ROSE FLOWER SYRUP PRODUCTS**

(Case Study at UMKM Widoro Asih in Nganjuk Regency)

Andrew Setiawan Rusdianto^{1*}, Nidya Shara Mahardika¹, Septianing Tyas K¹

¹Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Universitas Jember

email: andrew.ftp@unej.ac.id

ABSTRACT

Roses contain antioxidants that can ward off free radicals, so roses can be used as food products such as syrup. Syrup basically has a sweet or sour taste, but rose syrup has a characteristic taste, namely sweet astringent. This research was conducted to determine consumer preferences and satisfaction with UMKM Widoro Asih's rose flower syrup products. The objective of the study was to determine the combination of attributes of rose syrup, consumer satisfaction with rose syrup and recommendations for improving rose syrup based on the combination of attributes. Respondents in this research were taken using a purposive sampling technique of 80 respondents and data collection was carried out from March to May 2024. The analytical methods used were conjoint analysis and the Customer Satisfaction Index (CSI). The research results show that consumers of rose syrup are mostly women with an age range of 35-40 years and work as housewives. The combination of rose syrup attributes that consumers like is the sweet astringent taste, pink color, dominant lemon aroma, thin viscosity, price Rp. 15,000-20,000, packaging size 250 ml, and glass bottle packaging type. The level of importance of attributes is based on consumer preferences, there are 3 attributes that have the highest importance, namely the attributes of taste, aroma and viscosity. The level of consumer satisfaction obtained was 73.86% in the satisfied category. Recommendations for improvement given to UMKM Widoro Asih's rose syrup are to reduce the composition of rose extract and replace plastic bottle packaging with glass bottles.

Keywords Customer satisfaction index (CSI), conjoint, consumer preference, consumer satisfaction, rose flower syrup

ABSTRAK

Bunga mawar memiliki kandungan antioksidan yang dapat menangkal radikal bebas, sehingga bunga mawar dapat dimanfaatkan sebagai produk pangan seperti sirup. Sirup pada dasarnya memiliki rasa manis atau asam, akan tetapi sirup bunga mawar memiliki rasa yang ciri khas yaitu sepat manis. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui preferensi dan kepuasan konsumen terhadap produk sirup bunga mawar UMKM Widoro Asih. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kombinasi atribut sirup bunga mawar, kepuasan konsumen terhadap sirup bunga mawar dan rekomendasi perbaikan sirup bunga mawar berdasarkan kombinasi atribut. Responden dalam penelitian ini diambil dengan teknik purposive sampling sebanyak 80 responden dan pengumpulan data dilakukan pada bulan Maret sampai dengan Mei 2024. Metode analisis yang digunakan adalah analisis conjoint dan Customer Satisfaction Indeks (CSI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen sirup bunga mawar sebagian besar berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 35-40 tahun dan bekerja sebagai ibu rumah tangga. Kombinasi atribut sirup bunga mawar yang menjadi kesukaan konsumen adalah rasa sepat manis, warna merah muda, aroma dominan lemon, kekentalan encer, harga Rp. 15.000-20.000, ukuran kemasan 250 ml, dan jenis kemasan botol kaca. Tingkat kepentingan atribut berdasarkan preferensi konsumen, terdapat 3 atribut yang memiliki nilai kepentingan tertinggi yaitu atribut rasa, aroma dan juga kekentalan. Tingkat kepuasan konsumen diperoleh sebesar 73,86% dengan kategori puas. Rekomendasi perbaikan yang diberikan untuk sirup bunga mawar UMKM Widoro Asih adalah

mengurangi komposisi ekstrak bunga mawar dan mengganti kemasan botol plastik dengan kemasan botol kaca.

Kata kunci: *Conjoint, customer satisfaction indeks (CSI), kepuasan konsumen, preferensi konsumen, sirup bunga mawar.*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara agraris dengan banyak tanaman hias. Bunga mawar, juga dikenal sebagai *Rosa hybrida*, adalah salah satu tanaman hias yang banyak dibudidayakan di Indonesia karena nilainya yang tinggi. Desa Ngliman di Kabupaten Nganjuk adalah salah satu tempat di Indonesia di mana bunga mawar banyak dibudidayakan. Bunga mawar adalah bunga yang dapat dimakan, baik segar maupun olahan. Hal ini disebabkan oleh rasa, aroma, dan efek kesehatan bunga edible, termasuk senyawa fitokimia dan efek kesehatannya [1]. Senyawa fitokimia seperti karotenoid, fenolik, flavonoid, antosianin, dan antosianin berfungsi sebagai antioksidan.

UMKM Widoro Asih terinspirasi untuk membuat sirup bunga mawar, yang merupakan produk inovasi ke-35 yang mereka buat karena tidak banyak bunga mawar yang ada di desa Ngliman. Sirup bunga mawar memiliki potensi besar untuk berkembang, tetapi karena belum banyak dikenal oleh konsumen, ia tidak dapat bersaing dengan sirup lainnya. Ini karena rasanya yang manis dan sepat yang membuatnya unik. Sebagai produk baru, sirup bunga mawar memerlukan tahap pengenalan produk untuk mengetahui apakah konsumen menyukai atau puas dengan produk tersebut. Industri harus melakukan analisis preferensi dan kepuasan konsumen untuk mengetahui keinginan konsumen terhadap produk yang mereka jual.

Salah satu komponen dari respons konsumen yang akan memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan produk tertentu adalah preferensi konsumen [2]. Preferensi konsumen dapat didefinisikan sebagai kesukaan, pilihan, atau apa pun yang lebih disukai oleh konsumen. Preferensi konsumen dapat diukur dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai penting setiap fitur yang ada dalam suatu produk. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan hasil dengan harapan mereka. Ini adalah perasaan pelanggan sebagai respons terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi [3].

Pilihan dan kepuasan konsumen terhadap suatu produk didasarkan pada kualitas yang ditawarkan kepada mereka [4]. Preferensi dan kepuasan konsumen menunjukkan tingkat kesukaan dan kepuasan konsumen dari berbagai pilihan produk, dan kualitas produk menjadi pertimbangan konsumen dalam mengkonsumsi produk dan kualitas ini mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli produk. Faktor-faktor seperti rasa, warna, aroma, kekentalan, harga, ukuran kemasan, dan jenis kemasan adalah atribut yang dianalisis [5].

Sangat penting bagi industri untuk melakukan analisis preferensi dan kepuasan pelanggan agar mereka dapat mengetahui bagaimana keinginan pelanggan terhadap produk yang diproduksinya, sehingga dapat dilakukan perbaikan untuk meningkatkan kualitas produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kombinasi sifat sirup bunga mawar yang sesuai dengan preferensi pelanggan, tingkat kepuasan pelanggan, dan rekomendasi untuk perbaikan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah survei yang berlokasi di UMKM Widoro Asih Nganjuk. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap cocok dengan karakteristik yang telah ditentukan. Jumlah responden yang digunakan yaitu sebesar populasi, sehingga didapatkan 100 responden yang merupakan konsumen yang melakukan pembelian atau pernah mengkonsumsi sirup bunga mawar. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Maret hingga Mei 2024. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh melalui wawancara dengan pemilik UMKM Widoro Asih dan data sekunder berupa jurnal serta buku yang berhubungan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, penyebaran kuesioner dan tinjauan pustaka.

Uji reliabilitas dan validitas perlu untuk dilakukan untuk digunakan sebagai pengujian terhadap kuisioner yang dibuat. Validitas dikatakan sesuai jika nilai r hitung $\geq r$ tabel (0,361). Nilai reliabilitas akan dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach alpha* $> 0,60$. Uji validitas pada penelitian ini digunakan untuk menentukan atribut yang akan dianalisis. Penentuan atribut didasarkan pada studi pendahuluan, dan didapatkan atribut rasa, warna, aroma, kekentalan, harga, ukuran, design, jenis dan kepraktisan kemasan, selain itu kemudahan dalam memperoleh produk. Uji validitas dan reliabilitas atribut sirup bunga mawar dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas Atribut Sirup Bunga Mawar

No.	Atribut	Tingkat kepentingan		Tingkat kepuasan	
		R	<i>Cronbach alpha</i>	R	<i>Cronbach alpha</i>
1.	Rasa	0,498	0,644	0,584	0,613
2.	Warna	0,541		0,673	
3.	Aroma	0,709		0,625	
4.	Kekentalan	0,632		0,573	
5.	Harga	0,705		0,485	
6.	Ukuran kemasan	0,605		0,605	
7.	Desain kemasan	0,277		0,263	
8.	Kepraktisan kemasan	0,310		0,295	
9.	Jenis kemasan	0,503		0,568	
10	Kemudahann dalam memperoleh produk	0,289		0,283	

Sumber: Data primer diolah (2024)

Menurut Tabel 1, uji validitas terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan untuk 10 atribut 3 tidak valid karena nilai r hitung $\leq r$ tabel. Dengan demikian, atribut-atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasa, warna, aroma, kekentalan, harga, ukuran kemasan, dan jenis kemasan. Karena nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,6, uji reliabilitas pada tingkat kepentingan dan kepuasan dianggap reliabel. Analisis konjoin, sebuah metode untuk mengukur preferensi konsumen terhadap sebuah produk, digunakan untuk mempelajari preferensi konsumen [6]. Hasil analisis konjoin memberikan penjelasan tentang apa yang menjadi prioritas konsumen dan preferensi mereka. Stimulus yang telah disiapkan diberi rangking untuk melakukan penilaian. Tabel 2 menunjukkan penentuan dan pembagian atribut dan subatribut dari setiap atribut.

Tabel 2. Atribut dan Subatribut (Level) Produk Sirup Bunga Mawar

No.	Atribut	Level	Keterangan level
1.	Rasa	1	Manis
		2	Sepat manis
		3	Asam manis
2.	Warna	1	Merah pekat
		2	Merah muda
3.	Aroma	1	Dominan bunga mawar
		2	Dominan lemon
		3	Kombinasi bunga mawar dan lemon
4.	Kekentalan	1	Encer
		2	Sedikit kental
		3	Kental
5.	Harga	1	15.000 – 20.000
		2	>20.000
6.	Ukuran kemasan	1	250ml
		2	460ml
7.	Jenis kemasan	1	Botol plastik
		2	Botol kaca

Sumber: Data primer diolah (2024)

Proses orthogonal design menghasilkan 16 kartu dari kombinasi 7 atribut dan 17 subatribut (level). Tujuan dari proses ini adalah untuk mendapatkan kombinasi atribut yang paling mungkin berdampak pada preferensi konsumen. Tabel 3 menunjukkan 16 kombinasi sifat sirup.

Tabel 3. Kombinasi Atribut Sirup Bunga Mawar

Rasa	Warna	Aroma	Kekentalan	Harga	Ukuran kemasan	Jenis kemasan
Sepat manis	Merah muda	dominan bunga mawar	Sedikit kental	>20.000	250 ml	Botol plastik
Manis	Merah muda	kombinasi bunga mawar dan lemon	Encer	>20.000	460 ml	Botol plastik
Manis	Merah pekat	dominan lemon	Sedikit kental	>20.000	460 ml	Botol plastik
Asam manis	Merah muda	dominan bunga mawar	Kental	>20.000	460 ml	Botol kaca
Manis	Merah pekat	dominan bunga mawar	Encer	15.000-20.000	250 ml	Botol plastik
Asam manis	Merah pekat	dominan bunga mawar	Encer	>20.000	250 ml	Botol plastik
Manis	Merah muda	kombinasi bunga mawar dan lemon	Encer	>20.000	250 ml	Botol kaca
Sepat manis	Merah pekat	kombinasi bunga mawar dan lemon	Kental	15.000-20.000	460 ml	Botol plastik
Manis	Merah pekat	dominan lemon	Kental	>20.000	250 ml	Botol kaca
Manis	Merah muda	dominan bunga mawar	Kental	15.000-20.000	250 ml	Botol plastik
Sepat manis	Merah muda	dominan lemon	Encer	15.000-20.000	250 ml	Botol kaca
Asam manis	Merah muda	dominan lemon	Encer	15.000-20.000	460 ml	Botol kaca
Sepat manis	Merah pekat	dominan bunga mawar	Encer	>20.000	460 ml	Botol plastik
Manis	Merah muda	dominan bunga mawar	Sedikit kental	15.000-20.000	460 ml	Botol kaca
Manis	Merah pekat	dominan bunga mawar	Encer	15.000-20.000	460 ml	Botol kaca
Asam manis	Merah pekat	kombinasi bunga mawar dan lemon	Sedikit kental	15.000-20.000	250 ml	Botol kaca

Sumber: Data primer diolah (2024)

Tujuan dari metode Customer Satisfaction Index (CSI) adalah untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dengan produksi sirup bunga mawar. Dilakukan penilaian atribut dengan skala likert dari 1 hingga 5. Menghitung faktor pembobotan (WF), pembobotan skor (WS), pembobotan jumlah (WT), dan akhirnya memperkirakan indeks kepuasan adalah bagian dari proses mengidentifikasi CSI. Skala dan interpretasi analisis CSI terdiri dari tidak puas (0% hingga 20%); kurang puas (20% hingga 40%); cukup puas (40% hingga 60%); puas (60% hingga 80%); dan sangat puas (80% hingga 100%) [7]. Metode yang digunakan untuk menghitung indeks kepuasan (CSI) adalah sebagai berikut:

$$CSI = \frac{WT}{HS} \times 100\%$$

Keterangan:

CSI = Indeks kepuasan konsumen

WT = Jumlah pembobotan
 HS = Skala maksimal

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Sirup bunga mawar memiliki pasar tersendiri di mana yang melakukan pembelian sirup bunga mawar terdiri dari konsumen perempuan sebanyak 70 responden (70%) dan konsumen laki-laki sebanyak 30 responden (30%). Konsumen sirup bunga mawar Widoro Asih memiliki rata-rata usia 35 sampai dengan 50 tahun sebanyak 40 responden atau sebesar 40%. Sebagian besar responden sirup bunga mawar Widoro Asih berprofesi sebagai ibu rumah tangga sebanyak 34 responden (34%).

Preferensi Konsumen

Pilihan pelanggan menunjukkan preferensi pelanggan terhadap barang atau jasa tertentu. Individu, produk, dan fitur lingkungan adalah beberapa faktor yang dapat memengaruhi preferensi pelanggan [8]. Tabel 2 menunjukkan nilai utilitas perkiraan analisis konjoin yang digunakan untuk mengevaluasi preferensi konsumen untuk sirup bunga mawar Widoro Asih.

Tabel 2. Hasil Analisis Konjoin Sirup Bunga Mawar Widoro Asih

Atribut	Level Atribut	Utility Estimate
Rasa	Manis	-0,173
	Sepat manis	0,160
	Asam manis	0,013
Warna	Merah pekat	-0,028
	Merah muda	0,028
Aroma	Dominan bunga mawar	-0,151
	Dominan lemon	0,188
	Kombinasi bunga mawar dan lemon	-0,037
Kekentalan	Encer	-0,057
	Sedikit kental	0,159
	Kental	-0,101
Harga	15.000 – 20.000	0,028
	>20.000	-0,028
Ukuran kemasan	250ml	-0,081
	460ml	0,081
Jenis kemasan	Botol plastik	-0,033
	Botol kaca	0,033

Sumber: Data primer diolah (2024)

Nilai estimasi kegunaan, atau nilai kegunaan, level atribut hasil analisis konjoin dapat menunjukkan preferensi konsumen sirup bunga mawar. Nilai kegunaan yang paling tinggi, atau nilai positif, menunjukkan kualitas yang disukai atau dapat diterima oleh pelanggan. Di sisi lain, nilai kegunaan yang paling rendah menunjukkan kualitas yang tidak disukai oleh pelanggan. Untuk atribut rasa, rasa sepat manis memiliki nilai utility tertinggi sebesar 0,160. Rasa manis yang berlebihan menyebabkan rasa eneg, membuat pelanggan lebih suka sirup dengan rasa sepat manis. Tingkat kemanisan yang tinggi dapat menimbulkan persepsi yang tidak baik dan dapat berbahaya bagi kesehatan [9].

Atribut warna, level atribut warna merah muda memiliki nilai *utility* lebih besar dibandingkan dengan yang lainnya. Konsumen mengatakan sirup bunga mawar merah muda lebih manis, lebih segar, dan lebih menarik daripada yang merah pekat. Nilai utility atribut aroma lemon adalah 0,188. Konsumen lebih suka aroma lemon karena memberikan sensasi segar, tetapi aroma mawar tidak disukai karena sering dikaitkan dengan parfume atau produk perawatan daripada produk pangan.

Kekentalan sirup merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi selera konsumen. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi selera konsumen adalah tingkat kekentalan sirup; tingkat sedikit kental memiliki nilai manfaat tertinggi. Konsentrasi gula dan

lama pemasakan juga dapat memengaruhi kekentalan sirup. Kekentalan sirup adalah salah satu kualitas fisik yang dapat memengaruhi kesukaan pelanggan [9]. Sehubungan dengan harga, tingkat atribut antara Rp. 15.000 dan Rp. 20.000 memiliki nilai utilitas tertinggi, yaitu 0,028. Pelanggan lebih suka sirup dengan harga antara Rp. 15.000 dan Rp. 20.000 karena harganya lebih murah dan ramah di kantong. Ukuran kemasan 460 ml lebih disukai oleh pelanggan karena dianggap lebih cocok, dengan nilai utility 0,081 pada level atribut. Konsumen lebih menyukai ukuran kemasan dengan botol volume 460 karena dianggap lebih ideal [10].

Kemasan dengan botol kaca lebih disukai oleh konsumen dengan nilai utility sebesar 0,033, botol kaca lebih disukai oleh konsumen. Ini karena mereka peduli terhadap air, gas, bau, dan bakteri, dan mereka juga inert atau tidak bereaksi atau tidak masuk ke dalam bahan pangan [11]. Analisis konjoin menemukan nilai kepentingan yang dianggap signifikan. Ada nilai tingkat kepentingan, yang menunjukkan seberapa penting setiap fitur bagi konsumen [12]. Fitur dengan nilai tingkat kepentingan tertinggi dianggap paling penting bagi konsumen, sedangkan fitur dengan nilai tingkat kepentingan terendah dianggap kurang penting bagi konsumen. Tabel 3 menunjukkan nilai kepentingan atribut sirup bunga mawar.

Tabel 3. Nilai Tingkat Kepentingan Atribut Sirup Bunga Mawar

Atribut	Importance value
Rasa	21,191
Warna	8,176
Aroma	19,932
Kekentalan	18,206
Harga	11,634
Ukuran_kemasan	10,360
Jenis_kemasan	10,501

Sumber: Data primer diolah (2024)

Tabel 3 menunjukkan bahwa tiga atribut—rasa, aroma, dan kekentalan—memiliki nilai kepentingan tertinggi, yang menunjukkan bahwa konsumen lebih memperhatikan atribut ini daripada atribut lainnya. Nilai kepentingan tertinggi didapat dari analisis konjoin dan menunjukkan bahwa atribut ini lebih diperhatikan oleh konsumen dibandingkan dengan atribut lainnya dan bahwa atribut ini mempengaruhi preferensi konsumen untuk memilih produk yang akan mereka beli. Dengan nilai kepentingan 21,191, atribut rasa paling penting bagi pelanggan. Rasa merupakan faktor utama dalam menentukan kepuasan dan pengalaman sensorik, dan merupakan salah satu faktor yang menentukan seberapa baik pelanggan menerima suatu produk dan memainkan peran penting dalam keputusan pelanggan tentang produk tertentu [13].

Faktor berikutnya yang berada diposisi kedua adalah atribut aroma dengan nilai kepentingan sebesar 19,932. Aroma dapat menjadi daya tarik yang kuat dan mampu merangsang indera penciuman sehingga dapat membangkitkan minat seseorang untuk mengonsumsi produk tersebut. Urutan kepentingan ketiga adalah kekentalan dengan nilai kepentingan 18,206. Atribut 4 diantaranya memiliki nilai kepentingan rendah yang berarti tidak sepenting atribut rasa, aroma dan kekentalan.

Analisis bersama ini menemukan 16 kombinasi atau stimuli untuk atribut produk sirup bunga mawar. Dari 16 kombinasi atribut, kombinasi atribut yang disukai oleh pelanggan dicari. Hasil analisis bersama dapat digunakan untuk menentukan kesukaan pelanggan terhadap kombinasi atribut tersebut. Nilai kegunaan total dari masing-masing kombinasi atribut menunjukkan bahwa dari 16 kombinasi yang dihasilkan, preferensi konsumen terhadap sirup bunga mawar dapat diidentifikasi. Tabel 4 menampilkan hasil perhitungan nilai kegunaan total setiap kombinasi atau stimuli.

Tabel 4. Nilai Kegunaan Total Kombinasi Atribut Sirup Bunga Mawar

Stimuli Kombinasi Atribut	Nilai Kegunaan Total tiap Stimuli Kombinasi
1	0,054
2	-0,219
3	0,166
4	-0,125

5	-0,495
6	-0,365
7	-0,315
8	0,07
9	-0,19
10	-0,483
11	0,299
12	0,248
13	0,01
14	0,005
15	-0,267
16	0,087

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa dari 16 kombinasi yang digunakan, kombinasi 11 merupakan kombinasi atribut yang paling disukai oleh konsumen. Namun jika dibandingkan dengan *output* dari *conjoint*, level atribut kekentalan sirup yang paling disukai oleh konsumen adalah level atribut sedikit kental. Level atribut kekentalan sedikit kental memiliki nilai *utiliti* positif dan paling tinggi dibandingkan dengan level atribut kekentalan encer dan kental dengan nilai *utiliti* sebesar 0,159. Hal tersebut dapat terjadi karena beberapa faktor diantaranya kemungkinan ketika responden memberikan penilaian, responden cenderung memperhatikan atribut ukuran kemasan sirup. Kombinasi atribut yang dihasilkan SPSS 26.0 dengan desain orthogonal mengeluarkan kombinasi dengan pilihan sebagian besar kemasan 460 ml memiliki kekentalan encer, sehingga pada tiap kombinasi dengan kekentalan encer akan secara tidak langsung berpengaruh terhadap penilaian konsumen.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dapat menentukan keputusan untuk membeli kembali atau tidaknya konsumen terhadap suatu produk [14]. Hasil perhitungan indeks kepuasan konsumen terhadap produk sirup bunga mawar tersaji pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Indeks Kepuasan Konsumen

No.	Atribut	Total ke- pentingan	Total ke- puasan	Nilai MIS	Nilai MSS	Nilai WF (%)	Nilai WS
1.	Rasa produk	458	383	4,58	3,83	16,01	61,31
2.	Warna produk	393	383	3,93	3,83	13,74	52,61
3.	Aroma produk	390	372	3,9	3,72	13,63	50,71
4.	Kekentalan produk	392	382	3,92	3,82	13,70	52,34
5.	Harga produk	451	352	4,51	3,52	15,76	55,49
6.	Ukuran kemasan produk	412	343	4,12	3,43	14,40	49,39
7.	Jenis kemasan produk	365	372	3,65	3,72	12,76	47,46
Jumlah				28,61		100,00	
Weighted total (WT)							369,31
<i>Customer Satisfaction Indeks (CSI)</i>					73,86%		

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan hasil penelitian diatas, nilai CSI sirup bunga mawar sebesar 73,86%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara umum konsumen sirup bunga mawar merasa puas. Nilai CSI yang diperoleh tersebut berada pada rentang 60%-80%, hasil tersebut tergolong puas berdasarkan interpretasi skor yang dinyatakan oleh Aritonang (2005) dalam Syukri (2014). Namun dari hasil CSI masih terdapat 26,14% kepuasan konsumen yang masih belum dapat terpenuhi. Hal ini disebabkan karena masih terdapat beberapa atribut yang belum sesuai dengan keinginan konsumen seperti atribut ukuran kemasan dan harga produk. Maka perlu dilakukan

perbaikan berdasarkan preferensi konsumen untuk meningkatkan presentase kepuasan konsumen terhadap sirup bunga mawar.

Rekomendasi Perbaikan Berdasarkan Kombinasi Atribut yang Diperoleh

Berdasarkan hasil yang didapatkan nilai utilitas tertinggi terdapat pada kombinasi atribut ke 11 (rasa sepat manis, warna merah muda, aroma dominan lemon, Kekentalan encer, harga Rp. 15.000-20.000, ukuran kemasan 250 ml, dan jenis kemasan botol kaca), selanjutnya dilakukan perancangan perbaikan kombinasi atribut berdasarkan preferensi konsumen. Adapun rekomendasi perbaikan pada masing-masing atribut sebagai berikut:

1. Atribut rasa
Rekomendasi perbaikan yang diberikan untuk mendapatkan rasa sepat manis yang sesuai dapat dilakukan dengan cara mengurangi penggunaan bunga mawar, karena penggunaan mawar yang berlebihan dapat menghasilkan rasa sirup bunga mawar yang dominan sepat.
2. Atribut warna
Perbaikan yang dapat dilakukan untuk mendapatkan warna merah muda sesuai dengan keinginan konsumen adalah mengkombinasikan antara mawar merah dengan mawar putih, sehingga warna yang dihasilkan tidak terlalu pekat. Selain itu pengaturan lama pemasakan juga dapat menyebabkan warna sirup menjadi pekat, sehingga perlu adanya pengaturan lama pemasakan yang tepat.
3. Atribut aroma
Rekomendasi perbaikan yang diberikan untuk mendapatkan aroma sirup bunga mawar yang dominan lemon adalah dengan menambahkan ekstrak kulit lemon, sehingga mendapatkan aroma sirup bunga mawar yang dominan lemon.
4. Atribut kekentalan
Rekomendasi perbaikan yang diberikan untuk mendapatkan kekentalan yang sesuai dengan keinginan konsumen adalah dengan cara mengatur lama pemasakan.
5. Atribut harga
Rekomendasi perbaikan yang diberikan untuk atribut harga jual adalah dengan cara melakukan perhitungan HPP sehingga mendapatkan harga jual yang sesuai dengan biaya produksi.
6. Atribut ukuran kemasan
Rekomendasi perbaikan terhadap atribut ukuran kemasan dapat dilakukan dengan mempertahankan ukuran kemasan yang telah ada yaitu 250 ml.
7. Atribut jenis kemasan
Rekomendasi perbaikan pada atribut jenis kemasan, pada saat ini kemasan yang digunakan adalah kemasan botol plastik. Botol kaca memiliki sifat inert yang ketika digunakan sebagai kemasan tidak akan melepaskan bahan kimia kedalam produk cair.

KESIMPULAN

Menurut preferensi pelanggan, kombinasi dengan nilai utilitas tertinggi berada di nomor 11. Kombinasi ini memiliki rasa sepat manis, warna merah muda, aroma dominan lemon, kekentalan encer, dan harga berkisar antara 15.000 dan 20.000 rupiah, dan dikemas dalam botol kaca. Rata-rata kepuasan pelanggan adalah 73,86%. Menurunkan jumlah bunga mawar yang digunakan dan mengganti kemasan plastik dengan kaca adalah dua langkah yang dapat dilakukan untuk memperbaiki lingkungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada pemilik UMKM Widoro Asih karena telah bersedia dan memberikan izin untuk digunakan sebagai objek penelitian ini dan terima kasih kepada seluruh pihak yang berkontribusi dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Zheng, J., Meenu, M., & Xu, B. 2019. A systematic investigation on free phenolic acids and flavonoids profiles of commonly consumed edible flowers in China. *Journal of Pharmaceutical and Biomedical Analysis*, 172, 268–277.
- [2] Erinda A., Srikandi Kumadji, & Sunarti. 2016. “Analisis Faktor-Faktor Preferensi Pelanggan dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Terhadap Pelanggan McDonald’s di Indonesia dan Malaysia”. *Jurnal Administrasi Bisnis* 1(30).
- [3] Iriawan, H. 2021. *Manajemen merek & kepuasan pelanggan*. Penerbit NEM.
- [4] Theodory, M., Honi, B., & Sewando, P. T. 2014. Consumer preference for cassava products versus different processing technologies. *Int. J. Innov. Sci. Res*, 2(1), 143-151.
- [5] Nurdin, M. F., Hadayani, H., & Damayanti, L. 2017. Pengaruh preferensi konsumen terhadap pembelian buah apel impor di hypermart Palu Grand Mall. *Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian*, 24(2), 103-112.
- [6] Puspitasari NB dan Hasya A. 2014. Analisis preferensi konsumen terhadap produk CocaCola, Pepsi dan Big Cola di Kota Semarang dengan analisis konjoin. *Seminar Nasional IENACO – 2014*.
- [7] Syukri, S. H. A. 2014. *Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) dan analisis gap pada kualitas pelayanan Trans Jogja*.
- [8] Vidyaningrum A, Sayekti WD, Adawiyah R. 2016. Preferensi dan permintaan konsumen rumah tangga terhadap bihun tapioka di Kecamatan Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis* 4(2): 200- 208.
- [9] Windi Indrawati, A., Bafadal, A., & Taridala, S. A. A. 2017. Persepsi Konsumen Terhadap Sirup Air Kelapa. *Jurnal Sosio Agribisnis*
- [10] Angriva, S., & Sunyigono, A. K. (2020). Persepsi dan preferensi konsumen terhadap produk madu pt kembang joyo. *Agriscience*, 1(1), 186-199.
- [11] Sari P. 2021. Pengaruh Jenis Kemasan Berbeda Terhadap Kualitas Petis Udang Rebon (*Acetes Erythraeus*) Selama Penyimpanan Suhu Kamar.
- [12] A Permadi, R., Sayekti, W. D., & Abidin, Z. 2022. Analisis Preferensi Konsumen Kedai Kopi Di Kota Bandarlampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 10(1), 132-139.
- [13] Suhartini, W. 2022. Analisis sensori varian minuman pala (*Myristica argentea* Warb) yang dikombinasikan dengan ekstrak kopi (*Coffea canephora*) dan ekstrak kayu manis (*Cinnamomum burmannii*). *Communication in Food Science and Technology*, 1(1), 25-34.
- [14] Widyanita, N. W., & Rahanatha, G. B. 2022. Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Produk Pakaian Merek Lanakila di Bali. *E-Jurnal Manajemen*, 11(7), 1277-1296