

BAB III METODOLOGI

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian telah dilakukan di Kota Medan, Sumatera Utara. Metode penelitian terbagi menjadi dua yaitu secara *online* dengan melakukan penyebaran kuesioner pada beberapa group medan di *Facebook* dan penelitian secara *offline* pada dua *cluster* tempat yang berbeda. Kedua *cluster* itu adalah Pasar Raya Tradisional MMTTC dan *Transmart Carrefour Plaza Medan Fair*. Penelitian telah dilaksanakan pada bulan Juli 2022.

3.2. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kuantitatif dikarenakan data penelitian berupa angka-angka dan menganalisis statistik (Luhukay and Baramuli, 2016). Untuk mengetahui apakah pasar mau menerima jetan atau tidak dilakukan pengujian pasar yang didalamnya terdapat uji produk. Sehingga penelitian ini digolongkan sebagai penelitian pemasaran. Dari pengujian tersebut penelitian ini disebut sebagai *Marketing research*. *Marketing research* merupakan perencanaan, pengumpulan data, hingga analisis data yang dilakukan secara sistematis oleh perusahaan terkait kelayakan produk atau layanan yang akan diluncurkan (Mulyani 2017). Kegiatan riset pasar ini dilakukan secara langsung dengan calon konsumen.

3.3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini terbagi menjadi dua, bertujuan untuk membantu proses analisis yaitu:

- a. Data primer yaitu data yang dikumpulkan melalui *survey* lokasi pada objek penelitian yang mencerminkan kebenaran sesuai dengan kondisi faktual (Hamid and Susilo, 2015). Sumber data primer dalam penelitian dikumpulkan dari penyebaran kuesioner pada responden. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* dan *offline* yang mencakup identitas responden, tingkat kesukaan, dan minat pembelian hingga pengujian organoleptik (rasa dan warna) pada jahe instan.
- b. Data sekunder yaitu merupakan data yang dikumpulkan dan disusun dari penelitian-penelitian terdahulu yang diterbitkan oleh instansi terkait (Situmorang and Lufti, 2014). Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari beberapa sumber terkait yaitu badan pusat statistik dan tempat usaha terkait data perusahaan berupa data penjualan jahe instan, sejarah usaha, visi misi usaha, struktur organisasi, proses pembuatan produk jahe instan hingga pemasaran jahe instan. Sumber data sekunder juga dapat diperoleh dari hasil penelitian seperti skripsi, jurnal, dan internet yang dapat mendukung penelitian ini mengenai segmentasi dan bauran pemasaran.

3.4. Metode Penentuan Responden

Penulis menggunakan metode *Non Probabilistik* dalam menentukan responden hal tersebut disebabkan belum diketahuinya jumlah populasi konsumen usaha Jetan yang artinya tidak random. Metode *Non Probabilistik* merupakan teknik penentuan sampel yang memungkinkan semua responden terpilih sebagai sampel yang tidak sama besar (Jasmalinda, 2021). Menurut Fityan Mizfar and Aldon Sinaga (2015) *non probabilistik* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang

atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Pada penelitian *offline* digunakan metode *quota cluster sampling*, hal tersebut dikarenakan adanya keterbatasan biaya pada penelitian. *Quota cluster sampling* merupakan pengambilan sampel berdasarkan pada area sampling yang dituju (Prabowo, 2017). Menurut Mortigor Afrizal Purba (2019) *quota cluster sampling* adalah teknik *sampling* yang digunakan dengan cara memilih sejumlah responden dari sejumlah wilayah tertentu sampai batas data yang diinginkan terpenuhi. Pada teknik ini jumlah populasi tidak diperhitungkan. Menurut Aloysius Rangga Aditya et. al. (2021) penggunaan teknik *quota cluster sampling* pada penelitian disebabkan adanya keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga yang tersedia. Sehingga dari hal tersebut penelitian dapat dilakukan dengan cara meneliti sebagian elemen-elemen populasi. *Quota cluster sampling* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berada pada 2 tempat area yang berbeda yaitu Pasar Raya Tradisional MMTC (pasar tradisional) dan *Transmart Carrefour Plaza Medan Fair* (pasar modern di lokasi modern). Pemilihan kedua tempat ini dikarenakan tempat berdekatan dengan peneliti dan mudah untuk dijangkau sehingga diharapkan pemilihan dua tempat ini dapat mewakili ekonomi yang berbeda. Subjek penelitian berjumlah 130, yaitu 30 responden Pasar Raya Tradisional MMTC (pasar tradisional) dan 100 responden pada *Transmart Carrefour Plaza Medan Fair* (pasar modern di lokasi modern).

Pada penelitian *online* digunakan metode *purposive quota sampling* berfungsi sebagai metode pengambilan data yang dilandasi beberapa pertimbangan tertentu dengan pembatasan tertentu. Peneliti melakukan pengambilan data menggunakan media *Facebook* khususnya pada kawasan kota Medan yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada beberapa grup medan seperti jual beli barang bekas Medan, tribun Medan, dan lain-lain. Media *Facebook* dipilih berdasarkan pertimbangan yang telah dilakukan diantaranya yaitu *Facebook* merupakan salah satu jejaring internet yang berfungsi sebagai alat komunikasi secara jarak jauh, media *Facebook* mencakup beberapa grup dalam suatu wilayah, dan pada umumnya media ini memiliki pengguna yang cukup banyak.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian (Supriyatna and Maria, 2018). Menurut Wahidmurni (2017) metode pengumpulan data yang umum digunakan dalam suatu penelitian adalah wawancara dan observasi. Menurut Thalha Alhamid dan Budur Anufia (2019) terdapat beberapa metode pengumpulan data yang dapat digunakan dalam penelitian yaitu wawancara, observasi, dan angket atau kuesioner. Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, dan observasi. Dalam pengumpulan data dari objek penelitian, penulis menggunakan metode-metode sebagai berikut:

3.5.1. Kuesioner

Menurut Aloysius Rangga Aditya Nalendra (2019) kuesioner merupakan alat pengumpulan data dengan metode *survey* untuk memperoleh opini dari responden. Menurut Isti Pujihastuti (2010) kuesioner dapat didistribusikan kepada responden melalui beberapa cara yaitu langsung oleh peneliti (mandiri), dikirim lewat pos (*mailquestionair*), dan dikirim melalui komputer misalnya surat elektronik (*email*) dan melalui media sosial seperti *Facebook*. Kuesioner atau angket pada penelitian ini terbagi menjadi menjadi 2 yaitu *online* dan *offline*. Pada kuesioner atau angket secara

offline peneliti menggunakan cara langsung (mandiri). Hal tersebut dikarenakan responden *relative* dekat dan penyebarannya tidak terlalu luas dan hanya tertuju pada tempat yang dituju saja.

Pada kuesioner atau angket secara *online* peneliti menggunakan kuesioner yang dikirim melalui komputer melalui media sosial *Facebook*. Hal tersebut dikarenakan penggunaan media sosial hanya membutuhkan biaya yang sedikit dengan daya jangkauan responden yang lebih luas serta dengan waktu yang terbilang singkat.

3.5.1.1. Online

Pada penelitian *online* penulis menggunakan kuesioner atau sejumlah daftar pertanyaan yang telah disediakan sebelumnya untuk responden jahe instan/minuman herbal. Kuesioner ini berisikan pertanyaan-pertanyaan terkait segmentasi dan bauran pemasaran jahe instan. Peneliti menggunakan *semantic scale* dikarenakan peneliti menggambarkan konsep atas objek melalui penilaian pada suatu set kata sifat atau fase dan penelitian ini menggunakan skala yang terdiri dari 7 polar untuk mengetahui bauran pemasaran dan segmentasi jahe instan pada usaha Jetan. Hal ini senada dengan penelitian Scott M. Smith (2012) menyatakan bahwa *semantic scale* merupakan sebuah prosedur penilaian. Responden diminta untuk menggambarkan konsep atau objek melalui penilaian pada suatu set kata sifat atau fase bipolar, dengan pengukuran yang dihasilkan untuk mengasumsikan skala interval yang pasti. Skala diferensial *semantic scale* terdiri dari 7 polar.

Skala tersebut adalah sebagai berikut:

- 1= Sangat Tidak Setuju Sekali (STSS)
- 2= Sangat Tidak Setuju (STS)
- 3= Tidak Setuju (TS)
- 4= Biasa Saja (BS)
- 5= Setuju (S)
- 6= Sangat Setuju (SS)
- 7= Sangat Setuju Sekali (SSS)

Penggunaan skala *semantic* 1 sampai 7 bertujuan untuk memperjelas posisi Jetan berada dimana sehingga penggunaan 7 polar yang digunakan akan semakin mendetailkan hasil penelitian yang dilakukan.

Skala *semantic* digunakan untuk menetapkan secara bipolar apakah responden menyetujui atau tidaknya terkait variabel yang ditanyakan. Bipolar yang digunakan terdiri dari 2 level. Jika responden tidak menyetujui terkait variabel yang ditanyakan maka responden hanya perlu memilih angka 1, 2, dan 3 berdasarkan tingkat ketidaksetujuannya. Sebaliknya jika responden menyetujui terkait variabel yang ditanyakan, responden hanya perlu memilih angka dari 5, 6, dan 7 berdasarkan tingkat persetujuan responden terhadap segmentasi konsumen dan bauran pemasaran.

3.5.1.2. Offline

Pada penelitian *offline* penulis menggunakan angket atau kuesioner dari sejumlah pertanyaan yang telah disediakan sebelumnya untuk responden terkait rasa dan warna jahe instan pada 3 formula yang diberikan. Menurut Amruddin et. al. (2021) angket merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berisi pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden. Pada penelitian *offline* peneliti menggunakan panca indra responden. Hal tersebut bertujuan agar responden dapat merasakan secara langsung produk yang ditawarkan. Menurut Annisa Safira Riski

(2016) panca indra merupakan suatu alat yang bekerja pada tubuh manusia sesuai dengan keinginan atau insting secara konstan agar dapat berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya.

Panca indra yang digunakan yaitu indra penglihat (mata) dan indra pengecap (lidah) digunakan untuk melihat warna dan merasakan jahe instan seperti apa yang disukai atas pembagian 3 perbandingan sampel jahe instan yang akan disajikan peneliti kepada responden. Peneliti juga memberikan daftar pertanyaan menggunakan *semantic scale* dikarenakan peneliti menggambarkan konsep atas objek melalui penilaian pada suatu set kata sifat dan penelitian ini menggunakan skala yang terdiri dari 7 polar untuk mengetahui rasa dan warna seperti apa yang disukai oleh responden pada 3 formula yang disajikan (Scott, 2012).

Skala tersebut adalah sebagai berikut:

- 1= Sangat Tidak Suka Sekali (STSS)
- 2= Sangat Tidak Suka (STS)
- 3= Tidak Suka (TS)
- 4= Biasa Saja (BS)
- 5= Suka (S)
- 6= Sangat Suka (SS)
- 7= Sangat Suka Sekali (SSS)

Penggunaan skala *semantic* 1 sampai 7 bertujuan untuk memperjelas posisi Jetan berada dimana sehingga penggunaan 7 polar yang digunakan akan semakin mendetailkan hasil penelitian yang dilakukan.

Skala *semantic* digunakan untuk menetapkan secara bipolar apakah responden menyukai atau tidaknya terkait formula yang ditawarkan. Bipolar yang digunakan terdiri dari 2 level. Jika responden tidak menyukai terhadap formula yang diberikan maka responden hanya perlu memilih angka 1, 2, dan 3 berdasarkan tingkat ketidaksukaannya. Sebaliknya jika responden menyukai formula yang diberikan, responden hanya perlu memilih angka dari 5, 6, dan 7 berdasarkan tingkat kesukaan konsumen terhadap warna dan rasa produk jahe instan.

3.5.2. Observasi

Secara umum, observasi merupakan cara atau metode menghimpun keterangan atau data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan (Mania, 2008). Menurut Ida Bagus Gde Pujaastawa (2016) observasi (pengamatan) merupakan salah satu cara pengumpulan informasi mengenai objek atau peristiwa yang bersifat kasat mata atau dapat dideteksi dengan panca indra. Pada penelitian ini metode observasi digunakan untuk melihat situasi usaha dan situasi tempat penelitian.

3.5.3. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab secara lisan yang berlangsung 1 arah. Menurut Herdayati and Syahrial (2016) wawancara adalah metode pengambilan data yang dilakukan dalam bentuk komunikasi langsung antar peneliti dan responden. Komunikasi berlangsung secara tatap muka dalam bentuk tanya jawab terkait rasa dan warna jahe instan seperti apa yang disukai berdasarkan 3 formula yang ditawarkan. Pada penelitian ini wawancara responden

digunakan sebagai bantuan untuk mengisi kuesioner *offline* bagi konsumen penelitian organoleptik.

3.6. Variabel Penelitian

Data yang dikumpul meliputi atribut:

3.6.1. Segmentasi Pasar Demografis

- a. Jenis kelamin, dinyatakan dengan apa jenis kelamin dari responden
- b. Umur, dinyatakan dengan berapa usia dari responden
- c. pendidikan, dinyatakan dengan apa pendidikan terakhir dari responden
- d. Pendapatan, dinyatakan dengan berapa penghasilan perbulan dari responden
- e. Pekerjaan, dinyatakan dengan apa pekerjaan dari responden
- f. Status pernikahan, dinyatakan dengan apa status pernikahan dari responden
- g. Suku, dinyatakan dengan apa suku dari responden

3.6.2. Segmentasi Pasar Geografis

- a. Jarak konsumen, dinyatakan dengan produk mudah diperoleh

3.6.3. Segmentasi Pasar Psikografis

- a. Pengetahuan, dinyatakan dengan jahe instan berkhasiat, jahe instan sebagai produk herbal, jahe instan sebagai produk alami, jahe instan menyehatkan, jahe instan menyembuhkan, dan banyak merek yang dikenal selain jahe instan Jetan.
- b. Manfaat, dinyatakan dengan pandangan responden berdasarkan manfaat jahe instan.
- c. Gaya Hidup, dinyatakan dengan pentingnya olahraga, pentingnya konsumsi herbal, dan sering konsumsi herbal bagi konsumen.

3.6.4. Bauran Pemasaran Produk

- a. Kemasan, dinyatakan dengan pentingnya desain kemasan dan kemasan bagi konsumen yaitu kemasan *standing pouch* transparan (250 g), kemasan *standing pouch kraft paper* (250 g), kemasan kotak isi 6 *sachet* (6 gelas penyajian), *sachet* 1 gelas sajian (26 g), dan toples kaca (500 g).
- b. Warna, dinyatakan dengan warna dari formula berapa yang disukai oleh konsumen.
- c. Cita Rasa, dinyatakan dengan rasa dari formula berapa yang disukai oleh konsumen.
- d. Daya Tahan, dinyatakan dengan pentingnya daya tahan jahe instan bagi konsumen.
- e. Izin produk, dinyatakan dengan pentingnya registrasi produk dan izin produk jahe instan bagi konsumen.

3.6.5. Bauran Pemasaran Harga

Atribut dalam bauran pemasaran yang meliputi harga terdiri dari:

- a. Harga yang dapat diterima konsumen, dinyatakan dalam pandangan daya beli konsumen berdasarkan kemasan yang ditawarkan yaitu kemasan *standing pouch* transparan (250 g), kemasan *standing pouch kraft paper* (250 g), kemasan kotak isi 6 *sachet* (20 g/*sachet*), kemasan 1 gelas penyajian (26 g), dan toples kaca (500 g).

3.6.6. Bauran Pemasaran Tempat

Atribut dalam bauran pemasaran yang meliputi tempat terdiri dari:

- a. Warung, dinyatakan dengan lokasi paling terjangkau bagi konsumen dalam memperoleh jahe instan adalah warung.
- b. Minimarket, dinyatakan dengan lokasi paling terjangkau bagi konsumen dalam memperoleh jahe instan adalah minimarket.
- c. Supermarket, dinyatakan dengan lokasi paling terjangkau bagi konsumen dalam memperoleh jahe instan adalah supermarket.
- d. Pasar tradisional, dinyatakan dengan lokasi paling terjangkau bagi konsumen dalam memperoleh jahe instan adalah pasar tradisional
- e. Toko *online*, dinyatakan dengan lokasi paling terjangkau bagi konsumen dalam memperoleh jahe instan adalah toko *online*.

3.6.7. Bauran Pemasaran Promosi

Atribut dalam bauran pemasaran yang meliputi promosi terdiri dari:

- a. Iklan Tv, dinyatakan dengan harapan konsumen dalam memperoleh informasi jahe instan adalah iklan tv.
- b. Iklan Surat Kabar, dinyatakan dengan harapan konsumen dalam memperoleh informasi jahe instan adalah iklan surat kabar.
- c. *Brosur*, dinyatakan dengan harapan konsumen dalam memperoleh informasi jahe instan adalah *brosur*.
- d. Pameran atau *Bazar*, dinyatakan dengan harapan konsumen dalam memperoleh informasi jahe instan adalah pameran dan *bazar*.
- e. Penawaran Langsung, dinyatakan dengan harapan konsumen dalam memperoleh informasi jahe instan adalah penawaran langsung.
- f. *WhatsApp*, dinyatakan dengan harapan konsumen dalam memperoleh informasi jahe instan adalah *WhatsApp*.
- g. *Instagram*, dinyatakan dengan harapan konsumen dalam memperoleh informasi jahe instan adalah *Instagram*.
- h. *Facebook*, dinyatakan dengan harapan konsumen dalam memperoleh informasi jahe instan adalah *Facebook*
- i. *Youtube*, dinyatakan dengan harapan konsumen dalam memperoleh informasi jahe instan adalah *Youtube*.
- j. Informasi Teman atau Keluarga, dinyatakan dengan harapan konsumen dalam memperoleh informasi jahe instan adalah informasi teman atau keluarga.

3.7. Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dikarenakan peneliti melakukan identifikasi fenomena yang tidak terdokumentasi atau mendiagnosis kebutuhan dunia nyata atas kebijakan (intervensi) sehingga hasil penelitian yang didapatkan akan lebih jelas (Scott, 2012). Analisis deskriptif bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan (menggambarkan) *trend* dan variasi dalam populasi (pendapat objek yang dituju sebagaimana mestinya) yang berguna untuk membuat ukuran baru fenomena kunci (Zellatifanny and Mudjiyanto, 2018). Analisis pada penelitian ini akan mendeskripsikan tentang:

- a. Desain kemasan seperti apa yang disukai.
- b. Warna produk seperti apa yang disukai.
- c. Cita rasa seperti apa yang disukai.
- d. Seberapa penting daya tahan produk.
- e. Seberapa penting izin departemen kesehatan.

- f. Seberapa penting jaminan produk.
- g. berapa harga yang dapat diterima.
- h. Seberapa terjangkau lokasi warung.
- i. Seberapa terjangkau lokasi toko kelontong.
- j. Seberapa terjangkau lokasi supermarket.
- k. Seberapa terjangkau lokasi minimarket
- l. Seberapa terjangkau lokasi pasar.
- m. Seberapa sering memperoleh informasi dari iklan radio.
- n. Seberapa sering memperoleh informasi dari iklan surat kabar.
- o. Seberapa sering memperoleh informasi dari *brosur*.
- p. Seberapa sering memperoleh informasi dari pameran/*bazar*.
- q. Seberapa sering memperoleh informasi dari *WhatsApp*.
- r. Seberapa sering memperoleh informasi dari *Instagram*.
- s. Seberapa sering memperoleh informasi dari *Facebook*.
- t. Seberapa sering memperoleh informasi dari *Youtube*.
- u. Seberapa sering memperoleh informasi dari penawaran langsung.

Analisis ini juga akan mendeskripsikan segmentasi konsumen seperti apa yang minat terhadap jahe instan. Analisis deskriptif digunakan untuk menjawab keempat tujuan pada tugas akhir diantaranya yaitu untuk mengetahui jahe instan seperti apa yang diminati oleh konsumen, untuk menguraikan pandangan konsumen terhadap jahe instan, untuk menguraikan setiap bauran pemasaran Jetan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk jahe instan, untuk menguraikan setiap segmentasi konsumen Jetan terhadap keputusan pembelian pada produk jahe instan. Pada penelitian ini data tidak dapat diolah secara keseluruhannya. Hal tersebut dikarenakan data tidak lengkap.

3.8. Alat Analisis Data

Penelitian ini menggunakan aplikasi analisis data pada *Microsoft Excel* Penggunaan *Microsoft excel* dalam penelitian ini akan difokuskan pada pengolahan dan analisis data hasil penelitian. Untuk mengambil kesimpulan data diolah guna memperoleh nilai rata-rata, rata kumulatif, dan *modus*.

Data yang telah diperoleh berdasarkan skala *semantic* 1 sampai 7 sesuai dengan jumlah responden yang ditentukan, selanjutnya digolongkan berdasarkan jenis variabel yang diteliti. Kemudian data *semantic scale* diolah dengan menghitung akumulasi skor yang disampaikan setiap responden sehingga diperoleh nilai rata-rata kumulatif.

3.9. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini diambil dari rata-rata dan rata-rata kumulatif yang digunakan untuk menganalisis pertanyaan terkait keterjangkauan jarak, pengetahuan konsumen akan produk (khasiat, herbal, alami, menyehatkan, menyembuhkan, dan banyak merek yang dikenal), kemasan, kualitas produk, warna jahe, cita rasa jahe, tempat pembelian jahe, dan informasi memperoleh produk jahe instan.

Kesimpulan juga diambil dari *modus* atau kecenderungan dari hasil penelitian yang digunakan untuk menilai segmentasi demografis khususnya jenis kelamin, kelompok usia, pekerjaan, tingkat pendidikan terakhir, pendapatan, status sosial, dan suku. Serta untuk menilai harga yang dapat diterima oleh konsumen.

BAB IV

DESAIN DAN PEMBUATAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1. Sejarah Usaha Jetan

Usaha Jetan merupakan usaha yang beroperasi dalam bidang kuliner berbasis pengolahan minuman herbal instan dengan bahan utama jahe. Jetan merupakan usaha kelompok yang dikembangkan oleh mahasiswa Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia pada tahun 2019. Lokasi usaha terletak di Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia, Jl. Wirakauri, Laut Dendang, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, 20371.

Jetan adalah *venture* yang menjalankan usaha dengan nama produk “ Tradisi”. Nama ini dipilih untuk mempermudah masyarakat dalam mengingat produk serta menimbulkan rasa cinta masyarakat terhadap minuman herbal. Jetan terbentuk berdasarkan riset pasar yang telah dilakukan oleh mahasiswa didasari pada karakteristik dan pengetahuan masyarakat terkait minuman fungsional peningkat daya tahan tubuh.

Hasil riset tersebut menunjukkan bahwa 40 orang masyarakat yang ingin hidup sehat namun, terhalang dengan ketersediaan minuman herbal yang ada. Hal tersebut disebabkan karena masyarakat masih sulit dalam menemukan minuman herbal praktis. Selain itu, ditemukan juga minuman herbal yang beredar di pasaran telah menggunakan bahan tambahan lain sehingga rasa yang dihasilkan tidak sesuai. Berdasarkan ulasan tersebut Jetan membuka usaha berbasis herbal dalam bentuk minuman jahe instan.

Saat ini produksi jahe instan masih dalam skala kecil, sehingga Jetan hanya beroperasi jika mendapatkan pesanan dan untuk pemasarannya masih di lingkungan sekitar usaha. Usaha Jetan saat ini melakukan penjualan minuman jahe instan kepada masyarakat umum yaitu laki-laki dan perempuan dengan rentan usia 17 tahun sampai 65 tahun. Hal tersebut dikarenakan usia 17 tahun sampai 65 tahun sangat rentan untuk melakukan aktivitas begadang akibat pekerjaan yang menumpuk dan daya tahan tubuh sering menurun sehingga dengan mengkonsumsi jahe instan konsumen akan dapat meningkatkan imun tubuh (Dewati and Saputro, 2020). Konsumen Jetan memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa, pegawai swasta, wirausaha, ibu rumah tangga, dan pensiunan/tidak bekerja dengan status pernikahan konsumen belum menikah dan menikah. Menurut Dwi Nurul Izzhati et. al. (2022) konsumen jahe instan memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga dan wiraswasta dengan status menikah. Menurut Defitasari et. al. (2022) konsumen minuman herbal didominasi bekerja sebagai pegawai swasta dengan status menikah dan belum menikah. Target kedepannya Jetan dapat memperluas pemasaran hingga ke beberapa Kabupaten/Kota yang ada di Sumatera Utara.

4.1.2. Visi Misi Usaha Jetan

Adapun visi dan misi yang dimiliki Jetan, yaitu :

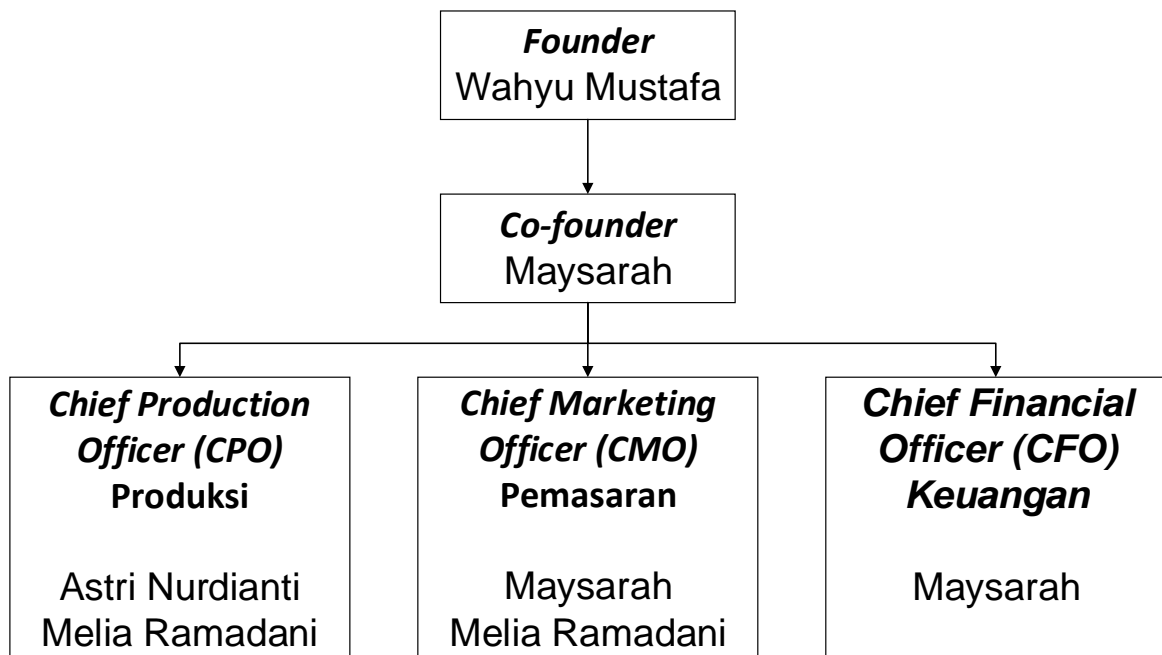
a. VISI

Menjadi perusahaan minuman herbal bermutu dan mampu memberikan alternatif solusi dalam upaya meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat dengan menghasilkan produk-produk herbal alami nusantara yang berkualitas, praktis, ekonomis, dan aman untuk dikonsumsi.

b. MISI

- 1) Menjadi perusahaan minuman herbal berkualitas dengan tetap melestarikan herbal nusantara dalam meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat.
- 2) Mengembangkan produk-produk berbahan dasar herbal alami nusantara dengan menciptakan inovasi baru yang berkualitas tinggi, harga terjangkau, dan aman untuk dikonsumsi.

4.1.3. Struktur Organisasi Usaha Jetan



Gambar 3. Struktur Organisasi
Sumber: Jetan

4.1.4. Logo Usaha Jetan

Logo Jetan terdiri dari : tulisan “JETAN”, gambar secangkir minuman hangat, gambar jahe, dan tulisan “ SEHAT ALAMI”. Logo ini didesain sejak tahun 2019 bertujuan sebagai identitas dari produk yang dijual. Berikut ulasannya:

- a. Jahe instan adalah produk pangan berbentuk serbuk, terbuat dari ekstrak jahe yang ditambahkan bahan lainnya. Tulisan jahe instan melambangkan produk yang diproduksi berbentuk herbal dengan memberikan kesan praktis dan efisien. Konsumen tidak lagi melakukan perebusan untuk mendapatkan minuman herbal melainkan hanya melakukan penyeduhan dan minuman siap disajikan.
- b. Gambar jahe mengartikan bahwa produk berasal dari hasil pertanian yang berbahan dasar jahe asli.
- c. Jetan adalah singkatan dari jahe instan yang merupakan simbol atau ikon nama produk. Nama Jetan dipilih untuk mempermudah masyarakat dalam mengingat produk serta memberikan rasa cinta masyarakat terhadap produk herbal.
- d. Secangkir minuman hangat melambangkan produk berbentuk minuman yang memiliki sifat menghangatkan tubuh dan sangat tepat untuk dikonsumsi saat hujan dan masuk angin.
- e. Sehat alami mengartikan produk terbuat dari bahan alami pilihan tanpa bahan kimia yang bertujuan untuk menyehatkan.



Gambar 4. Logo Usaha Jetan
Sumber: Jetan

4.2. Pengertian Minuman Jahe Instan

Minuman jahe instan merupakan olahan ekstrak jahe yang dikristalkan dengan cara direbus menggunakan air, gula, kayu manis, serai, dan cengkeh. Menurut Utami Ratna Swari (2021) dengan mengkonsumsi ekstrak jahe dalam bentuk minuman dapat meningkatkan imunitas tubuh dalam melawan berbagai virus. Hal tersebut dikarenakan kandungan senyawa bioaktif yang terkandung dalam rimpang jahe dapat memperbaiki sistem imun sehingga sangat bermanfaat bagi kesehatan dalam meningkatkan daya tahan tubuh.

Menurut Romario Dion and Susiana Purwantisari (2020) minuman serbuk instan merupakan jamu yang berbentuk serbuk atau granula yang biasa dibuat dari gula dan rempah-rempah yang dicampur menjadi satu atau tanpa penambahan bahan makanan dan bahan lain. Menurut Gatut Ari Wrdani et. al. (2021) minuman jahe instan merupakan serbuk kering yang memiliki kadar air sekitar 10 sampai 20 % dan kadar gula tinggi yaitu > 100 %. Kondisi ini dapat memungkinkan jahe instan dapat disimpan

dalam waktu yang lama karena tidak dapat ditumbuhi mikroba sehingga sebagian masyarakat banyak beralih pada minuman instan.

Menurut Deivy Andhika Permata dan Kusuma Sayuti (2016) masyarakat cenderung lebih menyukai produk pangan yang berbentuk instan. Terdapat 2 faktor yang menyebabkan masyarakat menyukai minuman instan yaitu minuman ini menawarkan kepraktisan dalam penyajiannya dan tidak terdapat serbuk kasar atau ampas bila diminum (Tupamahu, 2014). Menurut Indri Pratiwi and Nadya Moeliono (2015) hasil riset *Wings Food* menemukan bahwa potensi pembelian produk minuman instan di Indonesia cukup tinggi dengan pertumbuhan minuman instan siap saji di tahun 2015 diprediksi naik 15%. Kriteria minuman serbuk instan yang baik antara lain mempunyai rasa, bau, warna, dan kenampakan yang sebanding dengan produk segar, memiliki karakteristik nutrisi serta mempunyai stabilitas penyimpanan yang baik.

Jahe instan dapat digunakan sebagai minuman berenergi karena mengandung vitamin A dan niacin. Minuman berenergi termasuk salah satu suplemen makanan yang terdiri dari komponen *multivitamin*, *makronutrien* (karbohidrat, protein), *taurin* dengan atau tanpa kafein. Minuman berenergi mengandung sumber energi dari *sukrosa* (gula) atau *maltodextrin*. Minuman berenergi juga mengandung vitamin-vitamin yang terlibat dalam metabolisme tubuh guna menghasilkan energi (Sukmawati and Merina, 2019).

Jahe instan yang diproduksi oleh Jetan menggunakan bahan-bahan alami diantaranya jahe (*Zingiber officinale*), gula pasir (*sukrosa*) serai (*cymbopogon citratus*), kayu manis (*cinnamomum burmannii*), dan cengkeh (*syzygium aromaticum*). Alasan jetan menggunakan bahan-bahan ini adalah selain ketersediaan bahan di Indonesia tinggi, kelima bahan tersebut juga mengandung senyawa yang berguna bagi tubuh diantaranya senyawa *gingerol*, *terpenoid*, *alkaloid*, *sinamaldehyd*, dan lain-lain. Minuman jahe instan umumnya dikonsumsi dalam keadaan hangat, sehingga penyajiannya memerlukan wadah yang harus tetap panas (Siagian et. al., 2017). Jahe instan dapat dikonsumsi setiap saat baik pada cuaca dingin, maupun daya tahan tubuh sedang menurun. Jahe instan juga dapat menjadi minuman disaat begadang.



Gambar 5. Minuman Jahe Instan
Sumber: Jetan

4.3. Bahan Baku Jahe Instan

Dalam proses produksi jahe instan, pelaku usaha harus mempertimbangkan komponen bahan baku yang akan digunakan seperti jenis dan sifat bahan baku, apakah sesuai dengan suhu yang digunakan dalam produksi, dan dapat dicampur menggunakan bahan tambahan maupun lain sebagainya. Tujuan dalam pemilihan bahan baku yang sesuai kriteria adalah agar pelaku usaha bisa seefisien mungkin menggunakan bahan baku dan dapat menghemat biaya atas beban yang dikeluarkan karena bahan baku tersebut.

Menurut Budi Nugroho (2014) hal-hal yang perlu diperhatikan dalam dalam memilih bahan baku adalah sebagai berikut:

- a. Mudah didapatkan
Saat merencanakan produksi, pelaku usaha harus memastikan bahwa bahan baku yang akan digunakan mudah didapatkan di pasaran. Pastikan jika bahan baku yang digunakan memiliki komponen pengganti lain di pasaran agar proses produksi dapat berjalan dengan lancar.
- b. Efisiensi bahan
Prinsip ekonomi dalam berbisnis, usahakan biaya yang dikeluarkan dalam pembelian bahan baku sekecil mungkin agar produk dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Dengan komponen dan spesifikasi yang sama, pelaku usaha dapat menjual dengan harga yang cukup bersaing.
- c. Spesifikasi bahan
Saat melakukan pemilihan bahan baku, pelaku usaha harus mengetahui kekuatan dari bahan baku yang digunakan dan siapa *supliernya*. Hal tersebut dikarenakan dalam pengecekan dan penyesuaian suatu produk tergantung dengan kualitas bahan baku yang digunakan.
- d. Kekuatan bahan baku
Pelaku usaha harus mengetahui jenis bahan baku yang digunakan. Hal tersebut dikarenakan untuk menghasilkan suatu produk jadi siap jual memerlukan bahan baku yang memiliki kualitas baik agar produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen.

4.3.1. Jahe Gajah (*Zingiber officinale var. officinale*)

Jahe (*Zingiber officinale*) adalah tanaman rempah yang berasal dari Asia Selatan (Redi, 2019). Jahe termasuk kedalam rempah yang digunakan atau diperdagangkan dalam bentuk segar, kering ataupun dalam bentuk produk olahan. Jahe terbagi menjadi 3 jenis berdasarkan bentuk, ukuran, dan warna yaitu jahe putih kecil (*Zingiber officinale var. Amarum*), jahe merah (*Zingiber officinale var. rubrum*) jahe gajah (*Zingiber officinale var. Offinale*). Jahe yang digunakan dalam pembuatan jahe instan pada usaha Jetan adalah jahe gajah (*Zingiber officinale var. Offinale*). Umumnya jahe digunakan sebagai bumbu masakan, bahan baku minuman penghangat tubuh, dan obat-obatan. Menurut Fathiyatul Rokhmah (2020) secara genetik jahe gajah mempunyai rimpang yang lebih gemuk, sehingga mengandung banyak nutrisi atau cadangan makanan.

Jahe gajah mengandung berbagai *fitokimia* dan *fitonutrien*. Beberapa zat yang terkandung dalam jahe adalah minyak atsiri 2 sampai 3%, pati 20 sampai 60%, *oleoresin*, damar, asam organik, asam malat, asam oksalat, *ginger*, *gingeron*, minyak damar, *flavonoid*, *polifenol*, *alkaloid* dan *mucilago* (Alwani and Wiwin, 2017). Kandungan zat yang terkandung dalam jahe gajah memiliki khasiat yang besar untuk kesehatan. Menurut Sutarto et. al. (2022) jahe merupakan bahan obat herbal yang berkhasiat untuk meredakan batuk dan radang tenggorokan, menurunkan kadar kolesterol jahat, meredakan sakit kepala, mengatasi rematik, menurunkan berat badan,

menjaga kesehatan jantung, mengatasi rematik, menjaga kesehatan jantung, mengatasi mual dan masalah pencernaan, mencegah radang usus, meningkatkan sistem kekebalan tubuh, dan menyembuhkan penyakit asma.

Jahe yang digunakan dalam pembuatan jahe instan memiliki kulit mulus yang menandakan bahwa jahe masih dalam keadaan segar dan ukuran jahe yang digunakan tidak terlalu besar serta berwarna gelap (tua) memiliki aroma yang lebih kuat. Hal tersebut dikarenakan jahe yang berkualitas baik akan mengeluarkan aroma dan rasa pedas yang maksimal (Gardjito, 2013).



Gambar 6. Jahe Gajah (*Zingiber Officinale* Var. *Offinale*)
Sumber: Jetan

4.2.2. Serai (*Cymbopogon citratus*)

Serai (*Cymbopogon citratus*) merupakan tumbuhan suku rumput-rumputan tegak, menahun dan mempunyai perakaran yang sangat dalam dan kuat. Serai dimanfaatkan sebagai bumbu dapur untuk mengharumkan makanan dan sebagai pengobatan tradisional. Menurut Putri Erlyn (2016) ekstrak daun dan batang serai mengandung *saponin*, *flavonoid*, *polifenol*, *alkaloid*, dan antibakteri terhadap *Escherichia* dan *Staphylococcus aureus*. Menurut Yedi Herdiana et. al. (2016) kandungan dari serai yang utama adalah minyak atsiri dengan komponen sitronelal 32 sampai 45 %, *geraniol* 12 sampai 18%, *citronellol* 11 sampai 15%, *geranil asetat* 3 sampai 8%, *sironelal asetat* 2 sampai 4%, *sitral*, *kavikol*, *eugenol*, *kadinen*, *vanillin*, *limonene*, *kamfen*. Minyak serai mengandung 3 komponen utama yaitu *sitronelal*, *citronellol* dan *geraniol*. Menurut Linda Tamara et. al. (2017) serai memiliki berbagai khasiat untuk pengobatan diantaranya dapat menyembuhkan sakit kepala, batuk, nyeri lambung, diare, penghangat badan, penurun panas, dan dapat juga dijadikan sebagai bahan pengusir nyamuk.

Serai yang digunakan dalam pembuatan jahe instan memiliki batang berwarna kuning pucat hingga hijau cerah serta batang serai segar tampak kancang dan relatif berat dengan aroma yang segar dan harum (Ariyani, 2017). Hindari menggunakan serai yang memiliki batang memar dan ringan hal tersebut merupakan tanda serai sudah kering dan tidak bisa disimpan lama dan cenderung tidak beraroma.



Gambar 7. Serai (*Cymbopogon Citratus*)
Sumber: Jetan

4.3.3. Gula Pasir (Sukrosa)

Gula pasir merupakan serbuk kristal berwarna putih dan memiliki rasa manis. Gula pasir terbuat dari sari air batang pohon tebu yang berfungsi sebagai peningkat cita rasa dan aroma, memperbaiki sifat-sifat fisik, sebagai pengawet, memperbaiki sifat-sifat kimia, sekaligus sebagai sumber kalori bagi tubuh (Karunia, 2013). Menurut Lamere et. al. (2021) gula pasir mengandung suatu molekul yang disebut dengan sukrosa, yaitu suatu molekul gula disakarida yang dalam kondisi asam akan dipecah menjadi bentuk gula lebih sederhana, yaitu glukosa dan fruktosa dalam jumlah yang sama banyaknya. Menurut Dedy Anwar (2019) gula pasir mengandung sukrosa 97 %, gula reduksi 1,24 %, kadar air 0,61 %, dan senyawa organik bukan gula 0,7 %.

Gula pasir yang digunakan dalam pembuatan jahe instan berwarna kuning gading yang memiliki rasa manis lebih alami dibandingkan dengan gula pasir berwarna putih (Mahda et. al., 2014).



Gambar 8. Gula Pasir (*Sukrosa*)
Sumber: Jetan

4.3.4. Kayu Manis (*Cinnamomum burmanii*)

Kayu manis (*Cinnamomum burmanii*) merupakan tanaman yang kulit batang, serta dahannya dapat digunakan sebagai bahan rempah-rempah. Kulit kayu manis dapat digunakan langsung dalam bentuk asli atau bubuk, minyak atsiri, dan oleoresin (Susanti, 2013). Kayu manis yang paling baik dan banyak digunakan di Indonesia sebagai bahan tambahan pembuatan makanan maupun minuman adalah jenis *Cinnamomum burmanii blume*. Kayu manis jenis ini banyak terdapat di Sumatera Barat dan Jambi yang memiliki warna kuning kemerahan. Hal tersebut dikarenakan kandungan senyawa minyaknya lebih banyak dan aroma pada kayu manis ini lebih semerbak. Menurut Zaki Mubarak (2016) kayu manis mengandung senyawa kimia berupa *alkaloid, saponin, tannin, polifenol, flavonoid, kuinon, triterpenoid*.

Menurut Noviano B. Reppi et. al. (2016) manfaat konsumsi kayu manis antara lain dapat menurunkan kolesterol, menurunkan kadar gula darah, anti jamur, anti virus, anti parasite, antiseptik, dan sebagai antibakteri. Kayu manis yang digunakan dalam pembuatan jahe instan memiliki warna kuning kemerahan. Hal ini dikarenakan pada warna tersebut minyak yang terkandung pada kayu manis lebih banyak dan memiliki aroma lebih semerbak (Prasetya and Ngadiwiyana, 2006). Batang kayu manis yang bagus, tidak berlubang atau rusak agar aromanya harum dan tajam. Kayu manis yang baik memiliki aroma yang masih segar, manis dan sedikit pedas.



Gambar 9. Kayu Manis (*Cinnamomum burmanii*)
Sumber: Jetan

4.3.5. Cengkeh (*Syzygium aromaticum*)

Cengkeh (*Syzygium aromaticum*) termasuk kedalam suku *Myrtaceae* yang banyak ditanam di beberapa negara sebagai penghasil minyak atsiri. Berdasarkan hasil penelitian Henny Prianto et. al. (2013) isolasi minyak atsiri dalam bunga cengkeh mengandung *eugenol* 81,2 %, *trans-kariofilen* 3,92 %, *alpha-humulene* 0,45 %, *eugenol asetat* 12,43 %, *caryophyllene* 0,25 % dan *tri moxi asetofenon* 0,53 %. Pemanfaatan bunga cengkeh dimanfaatkan dalam menyembuhkan berbagai macam penyakit seperti rematik, asam urat tinggi, batuk, masuk angin, gangguan lambung, nyeri dada dan perut serta sakit gigi. Khasiat bunga cengkeh dalam menyembuhkan penyakit disebabkan oleh adanya pemisahan kandungan kimia dari serbuk bunga, tangkai bunga dan daun cengkeh yang menunjukkan bahwa serbuk bunga dan daun cengkeh mengandung *saponin, tannin, alkaloid, glikosida, dan flavonoid* (Wahyulianingsih et. al., 2016). Cengkeh yang digunakan dalam pembuatan jahe instan memiliki ukuran besar dengan warna coklat kemerahan atau hitam pekat (tua) (Wahyuningtyas, 2017). Selain

itu cengkeh yang digunakan dalam keadaan kering sehingga aroma pada cengkeh lebih kuat.



Gambar 10. Cengkeh (*Syzygium Aromaticum*)
Sumber: Jetan

4.4. Proses Produksi Jahe Instan

Proses produksi merupakan segala aktivitas dalam produksi yang menggabungkan dari satu bagian ke bagian lain. Melalui proses produksi, akan menambah nilai dan kegunaan suatu barang dimata konsumen. Proses produksi juga memungkinkan perusahaan untuk menjual produk jadi dengan biaya lebih tinggi. Usaha Jetan memiliki 4 tahapan penting dalam proses produksi jahe instan yaitu tahapan persiapan, tahapan pemasakan, tahapan pengemasan, dan tahap pemasaran. Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan dalam tahap persiapan.

4.4.1. Tahap Persiapan Alat

Tahapan persiapan adalah kegiatan dalam mempersiapkan alat dan bahan baku yang digunakan dalam pembuatan produk sehingga ketika pelaksanaan dapat berjalan dengan lancar tanpa ada kekurangan bahan maupun lainnya.

4.4.1.1. Alat Yang Digunakan Dalam Pembuatan Jahe Instan

- a. Kompor gas dan perlengkapannya : digunakan sebagai alat pemanas dalam proses pengolahan jahe instan dengan menggunakan cairan gas di dalam tabung sehingga energi panas dari tabung dapat mengalirkan api yang nantiya akan ditempatkan pada sumbu kompor.
- b. Wajan tembaga berukuran 30 cm : digunakan sebagai wadah ekstrak jahe dan bahan lainnya dalam proses pemasakan. Wajan yang dipilih berbahan dasar dari tembaga agar pada saat kristalisasi tidak terjadi kelengketan ataupun kegosongan pada wajan.
- c. Pengaduk spatula berukuran 38 cm : digunakan sebagai alat pengaduk dalam proses pemasakan agar mempermudah tenaga kerja dalam pengadukan ekstrak yang sudah kental (kristalisasi)
- d. Saringan : digunakan untuk memisahkan bahan yang tidak diinginkan seperti memisahkan ampas dan ekstrak jahe. Saringan juga digunakan dalam penyaringan serbuk jahe instan yaitu memisahkan bongkahan kasar jahe instan dengan serbuk halus jahe instan.
- e. Talenan: digunakan sebagai alas dalam perajangan bahan baku agar mempermudah dalam proses pemotongan bahan.

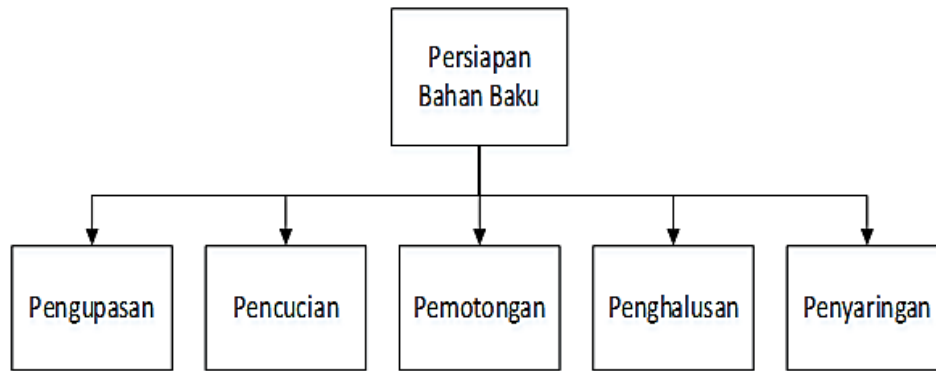
- f. Pisau : digunakan sebagai alat pengupasan dan pemotongan bahan baku. Pisau yang digunakan oleh Jetan terdiri dari 2 ukuran pisau yang berbeda yaitu pisau dapur (kecil) dan pisau pemotong daging (besar). Pemilihan ukuran pisau bertujuan supaya mendapatkan hasil pengupasan dan pemotongan bahan yang baik
- g. Baskom : digunakan sebagai wadah pada bahan saat proses pengupasan, pencucian, pemotongan, dan penyaringan. Baskom yang digunakan memiliki 3 ukuran yang berbeda yaitu, baskom ukuran kecil, baskom ukuran sedang, dan baskom ukuran besar.
- h. Timbangan : digunakan sebagai alat pengukur berat bahan yang digunakan pada penimbangan bahan mentah, penimbangan jahe instan jadi, dan penimbangan jahe instan yang akan dikemas. Timbangan yang digunakan Jetan adalah timbangan duduk berwarna oren.
- i. Sendok : digunakan sebagai alat penekan pada proses penyaringan dan digunakan sebagai alat penyendok jahe instan pada proses pengisian jahe instan kedalam kemasan.
- j. Blender : digunakan sebagai alat penghalus bahan jahe dan serai menjadi bubuk. Blender yang digunakan adalah blender turbo dengan kecepatan 1 atau 2 supaya mempercepat proses penghalusan bahan.
- k. Keranjang : digunakan sebagai wadah penyimpanan produk jahe instan yaitu ketika jahe instan telah siap dilakukan pengemasan produk akan dimasukkan kedalam keranjang.



Gambar 11. Alat Pembuatan Jahe Instan
Sumber: Jetan

4.4.2. Tahap Persiapan Bahan

Proses pembuatan jahe instan terdiri dari 5 jenis bahan baku herbal alami diantaranya yaitu jahe (1 kg), serai (3 g), gula (1 kg), kayu manis (2 batang), cengkeh (5 batang), dan air secukupnya. Pada proses penyiapan bahan terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui supaya bahan yang akan digunakan digunakan dapat masuk ke tahap selanjutnya diantaranya yaitu:



Gambar 12. Alur Persiapan Bahan Baku
Sumber: Jetan

4.4.2.1. Pengupasan

Pengupasan merupakan proses dalam tahap persiapan bahan baku agar didapatkan bahan pangan yang siap untuk diproses pada tahap selanjutnya. Pengupasan memiliki tujuan yang sangat penting, yaitu untuk menghilangkan kulit atau penutup luar buah atau sayur. Hal ini dilakukan untuk mengurangi dan meminimalisir terjadinya kontaminasi dan memperbaiki penampakan. Pengupasan jahe harus dilakukan dengan cermat agar daging buah tidak ikut terbang karena hal tersebut akan mengakibatkan berkurangnya berat awal pada bahan baku. Tujuan pengupasan adalah untuk membuang bagian-bagian luar yang tidak dapat dimakan dan tidak diinginkan, seperti kulit, dan bagian-bagian lainnya (Rohmat, 2021).

Pengupasan jahe pada Jetan dilakukan secara manual menggunakan tangan. Pengupasan secara manual biasanya dilakukan menggunakan alat berupa pisau biasa atau *stainless steel* agar mendapatkan hasil akhir yang baik. Menurut Mukhamad Khumaidi Usman et. (2021) pisau *stainless steel* mengandung bahan anti karat yang bertujuan untuk menghindari perubahan warna gelap pada jahe yang dilakukan pengupasan.



Gambar 13. Proses Pengupasan Jahe dan Serai
Sumber: Jetan

4.4.2.2. Pencucian

Proses pencucian jahe dan serai dilakukan pada air mengalir yang bersih dengan tujuan untuk menghilangkan kotoran secara merata sehingga jahe dan serai yang akan digunakan sebagai bahan baku utama dalam pengolahan menjadi bersih dari tanah dan mikroorganisme lainnya yang menempel pada bahan (Arnold et. al, 2013). Kebersihan bahan dilihat dari air yang telah digunakan pada proses pencucian yaitu dengan melihat secara langsung apakah air yang telah digunakan dalam mencuci bahan sudah bersih atau masih dalam keadaan kotor (Farissa, 2018).



Gambar 14. Proses Pencucian Jahe dan Serai
Sumber: Jetan

4.4.2.3. Pemotongan

Pemotongan adalah proses pemisahan benda padat menjadi 2 atau lebih, dengan menggunakan benda tajam melalui aplikasi gaya yang terarah (Sari, 2012). Alat yang digunakan untuk memotong adalah pisau. Pada umumnya setiap benda yang tajam mampu memotong bahan yang memiliki tingkat kekerasan lebih rendah (Pandio et. al., 2021). Proses pemotongan jahe dan serai dilakukan setelah proses pencucian. Pemotongan jahe dan bertujuan untuk mempermudah dalam proses pengilingan sehingga tidak memakan banyak waktu.



Gambar 15. Proses Pemotongan Jahe dan Serai
Sumber: Jetan

4.4.2.4. Penghalusan

Penghalusan merupakan proses mengubah bahan besar menjadi bahan kecil dengan tingkat kehalusan bubuk yang diinginkan. Penghalusan jahe dan serai menggunakan alat blender dengan menambahkan air secukupnya untuk mempermudah penghalusan. Menurut Dessy Agustina Sari et. al. (2021) penggunaan blender dalam proses penghalusan dapat mempersingkat waktu. Selain menggunakan alat blender, penghalusan juga dapat menggunakan parutan. Namun, penggunaan bahan ini dapat memakan waktu yang cukup lama dalam proses pamarutan jahe dan serai. Pada proses pamarutan memerlukan ketelitian, karena jahe dan serai yang dihasilkan haruslah benar-benar halus dan menjadi bubuk agar dapat dilakukan tahapan selanjutnya.



Gambar 16. Proses Penghalusan Jahe dan Serai
Sumber: Jetan

4.4.2.5. Penyaringan

Proses penyaringan merupakan proses pemisahan antara ampas dan ekstrak sari (Rahayoe, 2018). Proses penyaringan dilakukan menggunakan tapisan kelapa dan sendok. Penyaringan ekstrak dilakukan secara manual dengan menuangkan bubuk jahe dan serai kedalam saringan. Selanjutnya dilakukan penekanan menggunakan sendok bertujuan untuk mempercepat pemerasan pada bubuk serta menghindari terjadinya panas pada tangan. Tapisan kelapa terbuat dari bahan plastik sedangkan sendok terbuat dari bahan besi. Penyaringan juga dapat menggunakan kain serbet tipis sehingga air dapat mengalir dengan mudah dan terpisah dari ampas jahe dan serai.



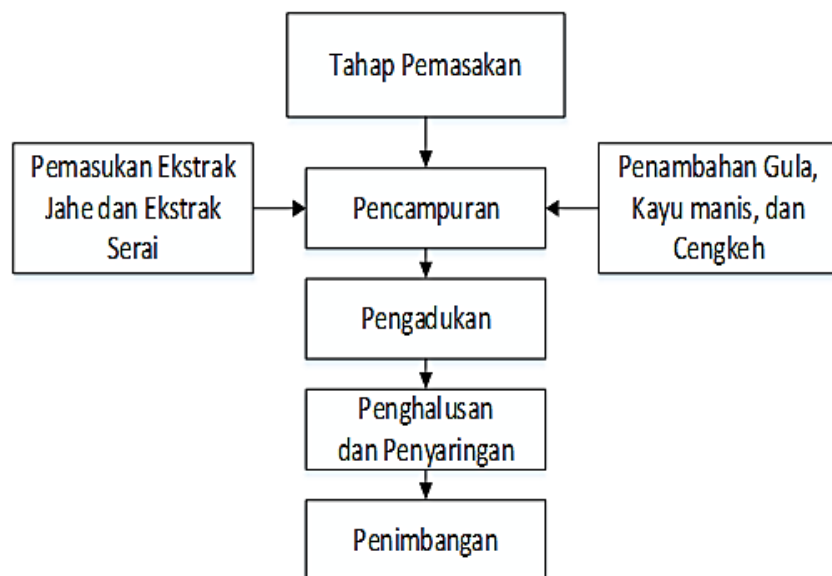
Gambar 17. Proses Penyaringan Jahe dan Serai
Sumber: Jetan

4.4.3. Tahap Pemasakan Jahe Instan

Pengolahan adalah suatu proses pengubahan bentuk dari bahan mentah menjadi olahan setengah jadi maupun produk siap saji yang dapat langsung dikonsumsi serta memiliki nilai gizi. Menurut Erna Wiganti and Melisa Devi Safitri (2021) pengolahan makanan adalah sebuah proses mengolah bahan mentah menjadi suatu menu yang bisa disajikan dan memiliki kualitas untuk dijual. Pengolahan pada makanan/minuman sangat penting dilakukan karena memiliki manfaat yang banyak yaitu bisa untuk meningkatkan kualitas makanan, menambah aroma makanan, warna, bentuk, dan tekstur bahan makanan.

Menurut Saraswati et. al. (2021) terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam proses pemasakan jahe diantaranya yaitu :

- a. Keberadaan pati atau amilum pada ekstrak jahe dan serai dapat mempengaruhi proses terbentuknya kristalisasi pada gula yaitu dapat memperlambat proses kristalisasi bahkan dapat menyebabkan karamelisasi. Sehingga sebelum melakukan pemasakan, perlu dilakukan dekantasi atau pengendapan pati.
- b. Suhu pemanasan dapat mempengaruhi proses terbentuknya kristalisasi pada larutan. Penggunaan suhu yang terlalu tinggi akan mempercepat kristalisasi dan memungkinkan terjadinya kegosongan. Sehingga penggunaan suhu yang rendah sangat dianjurkan dalam pemasakan jahe instan.
- c. Pengadukan sangat mempengaruhi hasil dari jahe instan. Pengadukan harus terus dilakukan selama proses pemasakan. Pada saat proses kristalisasi sedang berlangsung pemberhentian pengadukan akan mengakibatkan terjadinya penggumpalan pada bagian dasar wajan yang akan mengakibatkan kegosongan.



Gambar 18. Alur Pemasakan
Sumber: Jetan

4.4.3.1. Pencampuran Bahan

Menurut Ni Komang Ayu Artiningsih et. al. (2021) pencampuran merupakan proses mencampurkan satu atau lebih bahan dengan menambahkan satu bahan ke bahan lainnya. Ekstrak jahe dan serai dimasukkan kedalam wajan yang telah diletakkan diatas kompor yang menyala. Pada saat pemasakan ditambahkan gula pasir dan tak

lupa ditambahkan bahan lain seperti kayu manis, dan cengkeh sebagai penguat aroma rasa pada jahe instan bubuk. Air perasan dimasak menggunakan api sedang tetapi, ketika cairan sudah mulai pekat seperti membentuk kristal pada pinggir wajan pemasakan menggunakan api kecil.



Gambar 19. Proses Pencampuran Ekstrak Jahe dan Bahan Tambahan
Sumber: Jetan

4.4.3.2. Pengadukan

Selama proses pemasakan berlangsung pengadukan dilakukan secara terus menerus agar tidak terjadi penggumpalan di tengah wajan. Pengadukan harus lebih cepat dan pengadukan tidak boleh terhenti sampai proses selesai. Ketika cairan tidak lagi terlihat segera matikan api namun, pengadukan harus tetap berlangsung sampai butiran jahe tidak lagi panas. Menurut Amirah Mustarin et. al. (2021) selama pemasakan berlangsung pengadukan harus dilakukan secara terus-menerus hingga larutan berubah tekstur menjadi kental dan berwarna kecoklatan.



Gambar 20. Proses Pengadukan
Sumber: Jetan

Setelah proses pengadukan selesai maka jahe instan yang dihasilkan akan berbentuk bongolan-bongolan kecil dengan tekstur kasar dalam keadaan benar-benar kering. Intensitas kadar air yang terkandung pada jahe instan mempengaruhi tingkat kekeringan jahe dan umur simpan jahe. Sehingga dalam proses pembuatan jahe pengadukan harus terus dilakukan untuk mendapatkan jahe instan yang diinginkan. Pengadukan akan diberhentikan apabila jahe instan yang diperoleh sudah benar-benar

kering. Jahe instan merupakan bahan kering dengan kadar air sekitar 10 sampai 20%, Kondisi ini memungkinkan jahe instan dapat disimpan lama. Hal tersebut dikarenakan kebanyakan mikroba tidak dapat tumbuh pada jahe instan. Menurut penelitian Widyanti (2021) standar kering terbaik jahe instan berada pada kadar air 10,05% bb (berat basah) dengan suhu pemasakan 60 sampai 88°C. Menurut Ngatirah and Ari Dewi (2020) bubuk jahe instan memiliki kadar air sekitar 10%.



Gambar 21. Keadaan Kering Jahe Instan
Sumber: Jetan

4.4.3.3. Penghalusan Dan Penyaringan

Penghalusan serbuk jahe instan merupakan proses dalam memperkecil bongkahan jahe instan menjadi butiran halus. Penghalusan dilakukan menggunakan blender dengan tingkat kecepatan 1. Menurut Dessy Agustina Sari et. al. (2021) penghalusan bertujuan untuk memperkecil gumpalan jahe yang membongkah menjadi serbuk halus. Setelah dilakukan penghalusan proses selanjutnya adalah penyaringan. Penyaringan merupakan proses pemisahan serbuk kasar dan serbuk halus jahe instan. Alat yang digunakan adalah saringan atau ayakan.



Gambar 22. Proses Penghalusan dan Penyaringan
Sumber: Jetan

4.4.3.3. Penimbangan

Serbuk jahe instan yang didapatkan setelah penyaringan dilakukan proses penimbangan. Penimbangan dilakukan agar didapatkan bahan dengan ukuran yang tepat dan cermat. Menurut Ambok Pangiuk (2019) kegiatan penimbangan bertujuan untuk mendapatkan nilai suatu besaran massa. Penimbangan akhir pengolahan jahe instan dilakukan untuk mengetahui hasil dari proses pemasakan jahe, serai, dan gula pada tahap awal. Hasil yang diperoleh dari pemasakan jahe instan dengan takaran diantaranya jahe (1 kg), serai (3 g), gula (1 kg), kayu manis (2 batang), cengkeh (5 batang), dan air secukupnya adalah sebanyak 1,5 kg.

Pada tahap ini produk jahe instan sudah dapat dilakukan pengkonsumsian akan tetapi tidak dapat dikonsumsi secara langsung, melainkan jahe instan harus dilakukan penyeduhan menggunakan air panas agar serbuk dapat larut. Jahe instan juga dapat dinikmati menjadi minuman dingin sesuai dengan selera penikmat. Namun sebelum itu, untuk menarik konsumen dalam pembelian, jahe instan harus dikemas sedemikian rupa agar konsumen tertarik untuk membeli.



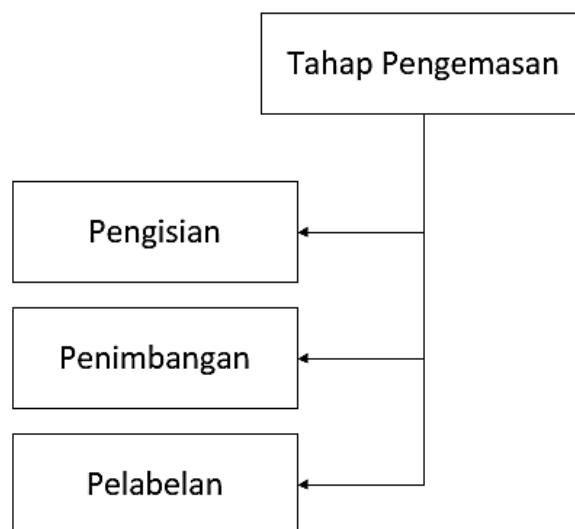
Gambar 23. Proses Penimbangan
Sumber: Jetan

4.4.4. Tahap Pengemasan

Pengemasan merupakan kegiatan dalam membungkus produk menggunakan wadah atau pembungkus yang dapat membantu mencegah atau mengurangi terjadinya kerusakan-kerusakan pada bahan yang dikemas/dibungkus.

Menurut Muhammad Nur (2009) terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam proses pengemasan diantaranya yaitu :

- a. Bahan pengemas menjadi faktor penting dikarenakan bahan pembuat pengemas yang tepat dapat menjaga kualitas dan umur simpan produk. Penggunaan bahan pengemas harus sesuai dengan sifat bahan yang dikemas (Nur, 2009). Kemasan *standing pouch* merupakan kemasan yang cocok digunakan untuk produk instan. Hal tersebut dikarenakan kemasan ini mampu menahan bahan dari kerusakan fisik, kimia, dan *mikrobiologis* (Akbar and Karyantina, 2020). Kemasan *standing pouch* memiliki daya tarik visual yang bisa ditampilkan pada permukaannya (Widyamurti, 2018).
- b. Cara pengemasan dan labeling : cara pengemasan dan labeling yang baik sangat diperlukan dalam menentukan kualitas suatu produk makanan (Elburdah et. al., 2020). Produk jahe instan harus dibungkus menggunakan teknik pengemasan yang tepat agar tidak terdapat udara yang masuk pada produk supaya produk terhindar dari kerusakan. Teknik pengemasan yang baik dapat melindungi produk dari potensi kerusakan yang dapat mengganggu fungsi produk tersebut.



Gambar 24. Alur Proses Pengemasan Jahe Instan
Sumber: Jetan

4.4.4.1. Pengisian

Pengisian jahe instan merupakan kegiatan pemasukan bahan ke dalam kemasan yang telah disediakan dengan mengikuti tata cara pengemasan. Menurut Purwiyatno Hariyadi (2020) pengisian bahan ke dalam wadah harus dilakukan sedemikian rupa agar tidak terlalu banyak udara yang masuk ke dalam wadah. Sehingga dapat menjamin keamanan dan mutu produk. Pengisian bahan dianjurkan tidak terlalu penuh dan harus menyisakan ruang kosong di bagian atas kemasan agar mempermudah penutupan kemasan. Setelah dilakukan pengisian serbuk jahe instan langkah selanjutnya adalah

pengecekan kemasan kembali agar pengemasan yang dilakukan benar-benar tertutup rapat untuk menghindari adanya kontaminasi dari luar.



Gambar 25. Proses Pengisian
Sumber: Jetan

4.4.4.2. Penimbangan

Penimbangan merupakan kegiatan menimbang suatu bahan sesuai berat yang diinginkan. Menurut Agustin Zul Karnaen (2007) penimbangan merupakan kegiatan pengukuran produk dalam mempertahankan konsistensi keseragaman produk. Alat yang digunakan dalam penimbangan produk adalah timbangan. Timbangan merupakan alat untuk menentukan apakah suatu benda sudah sesuai (banding) beratnya dengan berat yang dijadikan standar. Timbangan yang digunakan oleh Jetan dalam penakaran bahan maupun untuk mengetahui berat jahe instan yang akan dipasarkan adalah timbangan duduk dan timbangan digital. Produk jahe instan memiliki berbagai varian berat mulai dari 50 g, 100 g, 250 g, hingga 500 g dan tergantung pemesanan.



Gambar 26. Proses Penimbangan
Sumber: Jetan

4.4.4.3. Pelabelan

Label merupakan salah satu bagian dari sebuah produk. Label terdiri dari keterangan yang direpresentasikan dengan kata-kata maupun berupa gambar yang berperan sebagai sumber informasi mengenai produk tersebut lengkap dengan penjualnya. Pelabelan merupakan kegiatan pencantuman segala informasi terkait penjelasan produk yang dipasarkan. Informasi yang disampaikan dapat berupa gambar,

tulisan, maupun kombinasi antara keduanya atau bentuk lain yang juga yang disertakan pada pangan atau dimasukkan ke dalamnya, ditempelkan pada pangan tersebut atau bisa juga di bagian kemasan itu sendiri.

Tujuan pelabelan adalah untuk mengidentifikasi produk atau merek, menentukan kelas produk, penggambaran produk, promosi produk dan sebagai sarana komunikasi. Menurut Indah Hartati (2016) pelabelan bertujuan untuk memberikan informasi mengenai produk yang akan disampaikan adalah benar dan tidak menyesatkan masyarakat sehingga akan tercipta perdagangan yang jujur dan bertanggung jawab.

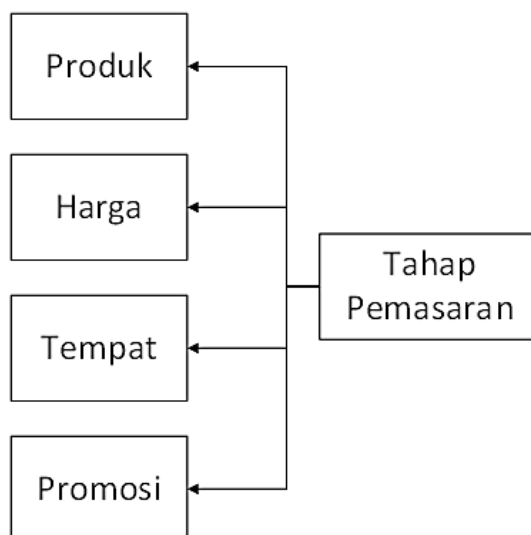
Pelabelan produk Jetan masih dilakukan secara manual yaitu menggunakan stiker yang telah didesain sedemikian rupa dengan mencantumkan logo usaha serta gambar dan kata menarik untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Pada proses pelabelan kemasan dilakukan dengan hati-hati agar hasil yang didapatkan nantinya akan rapi.



Gambar 27. Proses Pelabelan
Sumber: Jetan

4.4.5. Tahap Pemasaran

Menurut Alexander et. al. (2021) dalam (Keller, 2012) pemasaran merupakan kegiatan pemenuhan kebutuhan manusia dan sosial. Proses sosial dan manajerial dari konsumen untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai dengan pihak penjual. Salah satu strategi dalam pemasaran adalah *marketing mix* (bauran pemasaran) diantaranya yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) yang perlu diperhatikan dalam tahapan pemasaran.



Gambar 28. Alur Tahap Pemasaran
Sumber: Jetan

Hingga saat ini walaupun belum secara intensif melakukan produksi dan kegiatan pemasaran Jetan telah melakukan proses pemasaran dengan data penjualan sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Penjualan Produk Jetan

No	Waktu (Bulan)	Kuantitas	Penjualan (Rp)
1	September 2019	1.360 g	210.000
2	Januari 2020	950 g	147.000
3	Januari 2021	1 kg	160.000
4	Maret 2021	960 g	145.000
5	Juli 2021	1.220 kg	195.000
6	Januari 2022	1.330 kg	210.000
Total		6.820 kg	1.067.000

Sumber: Data Sekunder (Penjualan usaha Jetan 2019-2022)

4.4.5.1. Produk

Produk merupakan keluaran dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi dan merupakan alat perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba membeli produk. Produk yang dirancang oleh Usaha Jetan hingga saat ini masih berfokus pada segi kemasan, daya tahan, izin departemen kesehatan, warna dan rasa produk.

Selama ini Jetan sudah mencoba berbagai macam formula resep berdasarkan perbandingan komposisi antara jahe dan gula yang diuji secara internal. Pengujian tersebut memperoleh hasil bahwa formula yang terbaik berada pada formula 1:1, 1:2, dan 2:1 yang saat ini dicoba ke publik.



Gambar 29. Produk Jahe Instan Usaha Jetan
Sumber: Jetan

a. Kemasan

Kemasan yang digunakan usaha Jetan adalah kemasan *standing pouch* dengan dua model yaitu kemasan *standing pouch* transparan dan kemasan *standing pouch kraft paper*. Kemasan *standing pouch* transparan dipilih agar konsumen dapat melihat secara jelas bentuk dan warna jahe instan yang dipasarkan. Kemasan ini berbahan dasar *polypropylene* dengan ciri khas kemasan bening, sehingga produk dapat menarik perhatian saat dilihat. Disisi lain kemasan *standing pouch kraft paper* dipilih berdasarkan keinginan konsumen terhadap kemasan yang memiliki kesan alami, higienis, dan artistik. Bahan pada kemasan *standing pouch kraft paper* terdiri dari kertas *kraft* dan *aluminium foil*. Kemasan ini menawarkan perlindungan yang maksimal terhadap udara, kelembapan, dan cahaya. Penggunaan kemasan *standing pouch transparan* dan kemasan *standing pouch kraft paper* tidak memiliki perbedaan harga jual produk. Hal tersebut dikarenakan kemasan memiliki harga dan kualitas yang sama.

Ukuran kemasan yang digunakan memiliki variasi sesuai dengan kebutuhan konsumen yaitu 50 g, 100 g, 250 g, hingga 500 g menyesuaikan dengan permintaan konsumen. Kemasan *standing pouch* transparan dipilih agar konsumen dapat melihat isi produk secara langsung sehingga kepercayaan konsumen pada bentuk dan kualitas produk dapat tercipta. Kemasan *standing pouch kraft paper* dipilih untuk menjaga sterilitas produk dari pengaruh kelembapan (air), cahaya, dan cuaca panas-dingin. Hal tersebut dikarenakan kemasan ini terbuat dari *aluminium foil* kedap air (kelembaban) (Herri et. al., 2013).



Gambar 30. Kemasan Jahe Instan
Sumber: Jetan

b. Daya Tahan

Produk jahe instan yang diproduksi oleh usaha Jetan belum memiliki data daya simpan. Hal tersebut dikarenakan Jetan belum melakukan pengurusan terkait daya simpan produk seperti menguji kadar air jahe instan. Menurut penelitian Nur Faridah et. al. (2013) menyatakan bahwa produk instan serbuk memiliki umur simpan selama 341 hari (sebelas bulan) bila memiliki kadar air sebesar 20 sampai 10% yang disimpan pada RH 80 % dengan suhu 30°C.

Umur simpan jahe instan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti formulasi, proses pengolahan, kondisi penyimpanan, dan jenis kemasan yang digunakan (Faridah et. al., 2013). Semakin sedikit air yang terkandung pada jahe instan (kering) maka akan menambah umur simpan serta dapat menghambat adanya pertumbuhan jamur dan bakteri. Oleh karena itu pengemasan yang baik akan menyebabkan daya simpan lebih panjang.

c. Izin Produk

Produk jahe instan yang diproduksi oleh usaha Jetan belum memiliki izin departemen kesehatan. Hal tersebut dikarenakan belum dilakukannya pengurusan izin usaha oleh pihak Jetan. Dalam meyakinkan konsumen pihak Jetan mengandalkan manfaat bahan baku yang digunakan seperti jahe dan gula pasir. Kandungan pada jahe dipercaya dapat menyembuhkan penyakit tertentu. Disisi lain Jetan juga menggunakan gula pasir sebagai pengawet sehingga produk jahe instan yang dihasilkan bebas dari bahan kimia. Menurut Sutarto et al. (2022) penjualan produk dapat dilakukan menggunakan kemampuan persuasif. Kemampuan tersebut dapat meyakinkan konsumen melalui kata-kata berdasarkan manfaat dari produk. Sehingga konsumen bersedia untuk membeli produk yang ada.

Namun, walaupun Jetan telah meyakinkan konsumen atas manfaat bahan yang digunakan, masih terdapat sebagian konsumen yang sulit dalam memberikan kepercayaan kepada jahe instan yang dipasarkan. Hal tersebut dikarenakan Jetan belum memiliki izin BPOM dan HALAL. Oleh sebab itu, Jetan masih berusaha mengajukan pengurusan lisensi PIRT yang akan dilakukan pengajuan.

d. Warna

Warna merupakan salah satu faktor penting bagi konsumen dalam menentukan kepuasan pada suatu produk. Warna jahe instan yang diproduksi oleh Jetan memiliki warna coklat kekuningan. Hal tersebut dikarenakan perbandingan jahe dan gula yang

digunakan pada proses produksi sama yaitu 1:1. Sehingga warna yang dihasilkan tidak terlalu terang dan tidak terlalu gelap (netral). Penentuan warna jahe instan berasal dari banyaknya gula yang digunakan yaitu semakin banyak gula yang digunakan maka jahe instan yang dihasilkan akan semakin cerah. Hal tersebut dikarenakan penambahan gula yang tidak sesuai dengan bahan baku utama jahe akan mempercepat proses kristalisasi. Berdasarkan hasil penelitian Lili Willy (2021) perbandingan sukrosa dan jahe 1:1 menghasilkan warna jahe instan yang terpilih yaitu kuning kecoklatan.



Gambar 31. Warna Jahe Instan
Sumber: Jetan

e. Rasa

Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu (Asiah et. al., 2017). Rasa dapat dibedakan menjadi rasa manis, asam, asin, pahit, dan gurih serta semua rasa yang tercipta dari bahan yang digunakan. Rasa jahe instan yang diproduksi dapat diketahui setelah dilakukan penyeduhan dan diminum. Jahe instan yang diproduksi oleh Jetan memiliki rasa manis sedikit pedas. Rasa manis berasal dari gula pasir yang ditambahkan sedangkan rasa pedas berasal dari bahan baku jahe yang digunakan. Hal tersebut dikarenakan perbandingan jahe dan gula yang digunakan pada proses produksi adalah 1:1. Menurut penelitian Lili Willy (2021) rasa yang paling disukai konsumen adalah sampel dengan perbandingan sukrosa dan jahe 1:1.

4.4.5.2. Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh produk yang diinginkan (Rifqi, 2013). Secara umum harga adalah sejumlah pengorbanan berupa nilai dapat disebut dengan mata uang yang diperlukan untuk mendapatkan produk. Harga produk yang ditawarkan oleh Jetan berdasarkan penetapan biaya yang dikeluarkan oleh Jetan selama proses produksi.

a. Kebijakan Harga

Kebijakan harga sering disebut dengan *pricing policy* merupakan keputusan tentang cara penetapan harga barang atau jasa yang akan dijual. Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Penetapan harga merupakan tugas kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi *profit* maupun *non-profit*. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan bagi perusahaan. Perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor dalam menyusun kebijakan penetapan harga yang akan ditetapkan.

Terdapat beberapa indikator dalam penetapan harga yang digunakan di usaha Jetan sebagai berikut:

- 1) Strategi berdasarkan biaya, sebagai pendekatan harga yang melihat aspek biaya sebagai penentu harga
- 2) Berdasarkan persaingan, sebagai pesaing titik tolak penetapan harga bisa ditetapkan sama, diatas atau dibawah pesaing.
- 3) Berdasarkan kebutuhan konsumen, yaitu pemasar menentukan harga yang menyediakan nilai maksimal kepada pelanggan, sehingga pelangganlah yang menentukan dan sebagai titik tolak penetapan harga.

Proses penetapan harga pada usaha Jetan ditetapkan berdasarkan perhitungan harga pokok penjualan (HPP) yaitu dengan menjumlahkan total biaya produksi jahe instan sebesar Rp421.800.00. Total biaya produksi dibagi dengan hasil produksi jahe instan yang didapatkan sebanyak 7 kg/250 g sehingga mendapatkan 28 kemasan ($RP421.800,00/28 = Rp15.000,00$). Total biaya produksi dilakukan *mark up* untuk mendapatkan keuntungan dalam penjualan dengan menaikkan sebesar 150 %. Kenaikan harga 150 % dikarenakan perhitungan biaya operasional sebesar Rp27.400,00 biaya marketing sebesar Rp27.400,00 dan tenaga kerja sebesar Rp41.100,00 sehingga Jetan berharap mendapatkan hasil penjualan sebesar Rp40.000,00/ Kemasan 250 g.

Menurut Susanti, (2010) harga jahe instan kemasan *standing pouch* dengan *netto* 250 g/kemasan adalah Rp15.000,00. Namun harga tersebut belum dilakukan *mark up* untuk mendapatkan keuntungan. Jika dilakukan *mark up* sebesar 150% maka harga per kemasan adalah Rp40.000,00.

4.4.5.3. Tempat

Tempat yang digunakan Jetan dalam memasarkan produk jahe instan adalah toko *online*. Toko *online* merupakan sistem belanja *online* yang mana pembeli dapat menanyakan tentang harga atau pertanyaan apapun terkait produk yang ditawarkan oleh penjual bahkan bisa bernegosiasi soal harga. Sistem belanja pada toko *online* adalah secara langsung yaitu pembeli tinggal memilih barang yang diinginkan pada toko, kemudian mengklik tombol beli dan melakukan *transfer* sejumlah harga yang dicantumkan (Kurniawan, 2021).

a. Toko Online (Shopee)

Toko *online* merupakan bentuk komunikasi baru yang tidak memerlukan tatap muka secara langsung (Husain and Sani, 2020). Menurut Mujiyana and Ingge Elissa (2013) toko *online* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Alasan konsumen dari pembelian toko *online* adalah terdapatnya diskon yang dicantumkan pada produk. Diskon pada toko *online* dilakukan agar mampu menjaring konsumen lebih banyak. Menurut Achmad Jamaludin et. al. (2015) jenis media pemasaran berpengaruh terhadap pembelian pada toko *online* seperti halnya media *shopee*.

Toko *online* yang digunakan Jetan dalam memasarkan produk adalah *shopee*. Penjualan jahe instan di *shopee* tergolong cukup mudah. Jetan hanya menampilkan foto produk beserta informasi secara detail. Jetan menggunakan iklan gratis di *shopee* untuk menaikkan produk agar dapat ditemukan oleh calon pembeli pada daftar teratas kategori jahe instan. Selain itu, Jetan juga mendaftarkan produknya dalam *flash sale* agar produknya dapat terjual dengan cepat. Penjualan jahe instan *shopee* masih terbilang belum maksimal, akibatnya belum terdapat produk jahe instan yang terjual pada toko *online* ini.



1/1

Ekstrak jahe instan bubuk

Rp55.000

Gambar 32. Toko *Online* (Shopee)
Sumber: Jetan

4.4.5.4. Promosi

Menurut Dede Solihin (2020) promosi dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Semakin tinggi dan menarik promosi yang dilakukan, maka akan semakin tinggi pula keputusan konsumen dalam pembelian (Gigih, 2019).

Dalam menjalankan usaha, Jetan menggunakan beberapa strategi untuk mempromosikan produk yaitu memberikan tawaran menarik seperti potongan harga saat pembelian jahe instan paket komplit yang terdiri dari jahe instan dengan ukuran 250 g, 50 g, dan 30 g. Disisi lain Jetan juga melakukan pameran atau *bazar*, dan penawaran produk *door to door* serta melakukan pemostingan produk pada akun media sosial supaya calon konsumen mengetahui akan produk yang dipasarkan. Selain itu, Jetan juga memberikan *free tester* untuk memberikan kepercayaan pada konsumen dalam pembelian jahe instan.

a. Pameran Atau *Bazar*

Bazar merupakan kegiatan pengenalan suatu produk dengan tujuan memasarkan produk kepada pengunjung. Pelaksanaan *bazar* dilakukan pada tempat terbuka dengan membangun *stand-stand* dengan dekorasi *stand* yang menarik minat para pengunjungnya (Rajagukguk, 2018).

Kegiatan *bazar* yang dilakukan oleh usaha Jetan bertempat di kampus Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia. *Bazar* dilakukan di ruangan eureka dan kafetaria kampus. Bentuk tempat dagangan adalah *booth* yang berisikan produk jahe instan dengan berbagai varian yaitu, original, kopi dan susu. Selain itu, Jetan juga menggunakan *banner* untuk menarik perhatian calon konsumen supaya dapat lebih mengenal produk jahe instan yang dipasarkan.



Gambar 33. Pameran atau *Bazar*
Sumber: Jetan

b. Aplikasi *WhatsApp*

Menurut Boedi Prianto (2019) *WhatsApp* merupakan salah satu media sosial yang berbasis chat, *networking* yang digunakan untuk berkomunikasi, *sharing* dokumen, foto, *video call* dan *call* yang menggunakan jaringan internet. Media *WhatsApp* dapat dijadikan sebagai media komunikasi pemasaran untuk menyampaikan pesan, pemberitahuan. Efektifitas media ini dapat memberikan dampak kepuasan bagi konsumen. Hal tersebut dikarenakan *WhatsApp* menggunakan teknologi internet sehingga sangat cepat dalam proses pengiriman pesannya. Pemasaran pada media ini memanfaatkan postingan produk pada *instastory* dan grub *WhatsApp*.

Pemasaran jahe instan yang dilakukan di *WhatsApp* berfokus pada postingan produk pada status maupun di grup *WhatsApp*. Apabila calon konsumen tertarik pada jahe instan mereka hanya perlu membalas status dan melakukan interaksi lanjutan. Pemostingan produk dapat membantu jahe instan dalam menjangkau banyak *audiens*, membangun hubungan yang kuat dan meningkatkan penjualan.



Gambar 34. Aplikasi *WhatsApp*
Sumber: Jetan

c. Aplikasi *Instagram*

Sosial Media *instagram* merupakan aplikasi yang berfokus pada foto dan video pada *future snapchat*. Foto dan video yang telah diambil di *posting* sesuai dengan kemauan dari pemilik akun. Saat ini, *instagram* telah berkembang sebagai sarana promosi pemilik dapat melakukan pembagian foto dan video menarik sesuai dengan produk yang sedang diperdagangkan (Nasution, 2021).

Pemasaran jahe instan pada aplikasi *instagram* berfokus pada postingan produk dengan menyelaraskan warna di setiap foto dan video yang akan di *upload*, latar belakang untuk setiap foto, jenis produk yang ditawarkan serta menggunakan *template* di setiap konten dan *grid* untuk merapikan tampilan *feeds*. Promosi pada media ini harus lebih ekstra dan bersahabat supaya *audiens* merasakan kedekatan pada Jetan guna mendapatkan *followers* yang banyak agar dapat meyakinkan calon konsumen dalam pembelian jahe instan.



Gambar 35. Aplikasi *Instagram*
Sumber: Jetan

d. Penjualan langsung

Pemasaran langsung merupakan alat pemasaran yang digunakan oleh suatu usaha dalam berkomunikasi secara langsung kepada konsumen untuk menghasilkan respon atau transaksi (Oktavania, 2019). Teknik pemasaran ini dilakukan secara langsung dengan mendatangi tempat konsumen. Penjualan langsung juga dilakukan oleh Jetan yaitu dengan menemui konsumen secara langsung seperti mendatangi rumah-rumah konsumen yang ditargetkan. Penawaran produk jahe instan yang dilakukan dengan mengandalkan kemampuan *persuasif* yaitu meyakinkan calon konsumen dengan memberikan penjelasan terkait keunggulan dan manfaat jahe instan untuk kesehatan tubuh agar konsumen mau menerima dan membeli produk.



Gambar 36. Penjualan Langsung
Sumber: Jetan