

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner *Online*

#### 1. Identitas

Lembar identitas diri responden jahe instan. Petunjuk pengisian: Responden dapat mengisi data diri sesuai data pribadinya. Berikan pilihan anda pada isian dibawah ini dengan memilih salah satu dari pilihan yang disediakan sebagai berikut:

Tabel 23. Identitas Responden

No.	Pertanyaan	Pilihan
1.	Apa jenis kelamin anda?	laki-laki
		Perempuan
2.	Berapa umur anda?	15-24 Tahun
		25-34 Tahun
		35-44 Tahun
		45-54 Tahun
		55-64 Tahun
		65 tahun keatas
3.	Apa pekerjaan anda?	Aparatur/Pejabat Negara
		Tenaga Pengajar
		Pegawai swasta
		Wiraswasta
		Petani/ Nelayan
		Pelajar/Mahasiswa
		Tenaga Kesehatan
		Pensiun/ Tidak Bekerja
		Ibu Rumah Tangga
4.	Apa pendidikan terakhir anda?	SD/Sederajat
		SMP/Sederajat
		SMA/Sederajat
		Diploma/Sarjana (D3,D4/S1)
		Pancasarjana (S2/S3)

No.	Pertanyaan	Pilihan
5.	Berapakah pendapatan anda perbulan ?	Kurang dari atau sama dengan Rp. 1.500.000
		Lebih dari Rp. 1.500.000,- — Rp. 2.500.000,-
		Lebih dari Rp. 2.500.000,-—Rp. 5.000.000,-
		Lebih dari Rp. 5.000.000,- - Rp. 10.000.000,-
6.	Apa status pernikahan anda?	Menikah
		Belum menikah
		Janda/Duda
7.	Apa suku anda?	Batak
		Melayu
		Jawa
		Minangkabau
		Tionghoa
		Sunda

## 2. Pertanyaan

### a. Tingkat Kegunaan Dan Tingkat Kepentingan Jahe Instan

Lembar penilaian produk jahe instan. Petunjuk penilaian: Responden dapat memberikan penilaian terhadap jahe instan. Berdasarkan tingkat kegunaan dan tingkat kepentingan. Berikan penilaian untuk tingkat preferensi parameter jahe instan dengan membubuhi tanda (√) sesuai dengan pendapat anda pada isian dibawah dengan sebagai berikut:

Keterangan:

- Sangat Setuju Sekali : (7)
- Sangat Setuju : (6)
- Setuju : (5)
- Biasa Saja : (4)
- Tidak Setuju : (3)
- Sangat Tidak Setuju : (2)
- Sangat Tidak Setuju : (1)

Tabel 24. Tingkat Kegunaan Dan Tingkat Kepentingan Jahe Instan

No.	Pertanyaan	Detail	7	6	5	4	3	2	1
1.	Apa pendapat anda tentang produk jahe instan	Berkhasiat							
		Herbal							
		Alami							
		Menyehatkan							
		Menyembuhkan							
		Banyak merek yang dikenal							
2.	Apa alasan anda membeli produk jahe instan	Manfaat							
		Mudah diperoleh							
		Desain kemasan							
		Daya tahan							
		Warna produk							
		Pendaftaran produksi							
Izin depkes									
3.	Apa pendapat anda tentang kebiasaan berikut	Pentingnya olahraga							
		pentingnya konsumsi herbal							
		Sering konsumsi herbal							

No.	Pertanyaan	Detail	7	6	5	4	3	2	1
4.	Untuk produk seperti jahe instan dimana anda berharap memperoleh informasi tentang produk	Iklan Televisi							
		Iklan surat kabar							
		Brosur							
		Pameran							
		Promosi melalui <i>Facebook</i>							
		Promosi melalui <i>WhatsApp</i>							
		Promosi melalui Instagram							
		Promosi melalui <i>Youtube</i>							
		Penawaran langsung							
		Informasi teman dan keluarga							
5.	Dimana lokasi paling terjangkau bagi anda untuk membeli	Warung							
		Minimarket							
		Supermarket							
		Pasar tradisional							
		Toko <i>online</i>							

## b. Kemasan

Lembar penilaian produk jahe instan. Petunjuk penilaian: Responden dapat memberikan penilaian terhadap jahe instan. Berdasarkan bentuk kemasan yang diinginkan. Berikan penilaian untuk tingkat preferensi parameter jahe instan dengan membubuhi tanda (√) sesuai dengan pendapat anda pada isian dibawah dengan sebagai berikut:

Keterangan:

- Sangat Setuju Sekali : (7)
- Sangat Setuju : (6)
- Setuju : (5)
- Biasa Saja : (4)
- Tidak Setuju : (3)
- Sangat Tidak Setuju : (2)
- Sangat Tidak Setuju : (1)

Tabel 25. Kemasan Jahe Instan

No.	Pertanyaan	Detail	7	6	5	4	3	2	1
1.	Pendapat anda tentang kemasan standing pouch transparan 250 gram								
2.	Pendapat anda tentang kemasan Standing Pouch Paper 250 gram								
3	Pendapat anda tentang kemasan Kotak isi 6 sachet (6 gelas sajian )								
4	Pendapat anda tentang kemasan Sachet 1 gelas sajian								
5	Pendapat anda tentang kemasan Toples Kaca 500 gram								

### c. Harga

Lembar pengisian harga produk jahe instan. Petunjuk penilaian: Responden dapat memilih harga tertinggi yang bersedia dibayar. Berikan pilihan anda pada isian dibawah ini dengan memilih salah satu dari pilihan yang disediakan sebagai berikut:

Tabel 26. Harga Yang Bersedia Konsumen Bayar

No.	Pertanyaan	Detail	Pilihan
1.	Berapa harga tertinggi untuk produk jahe instan dengan kemasan Standing Pouch Transparan ukuran 250 gram?		Rp. 20.000
			Rp. 25.000
			Rp. 30.000
			Rp. 35.000
			Rp. 40.000
			Rp. 45.000
			Rp. 50.000
			Rp. 55.000
			Rp. 60.000
			Rp. 65.000
			Rp. 70.000
Rp. 75.000			
2.	Berapa harga tertinggi untuk produk jahe instan dengan kemasan Standing Pouch Kraft Paper ukuran 250 gram ?		Rp. 20.000
			Rp. 25.000
			Rp. 30.000
			Rp. 35.000
			Rp. 40.000
			Rp. 45.000
			Rp. 50.000
			Rp. 55.000
			Rp. 60.000
			Rp. 65.000
			Rp. 70.000
Rp. 75.000			

No.	Pertanyaan	Detail	Pilihan
3	Berapa harga tertinggi untuk produk jahe instan dengan kemasan Kotak isi 6 sachet (20 gram/ sachet) ?		Rp. 5.000
			Rp. 10.000
			Rp. 15.000
			Rp. 20.000
			Rp.25.000
			Rp.30.000
3	Berapa harga tertinggi untuk produk jahe instan dengan kemasan sachet 1 gelas penyajian ( 26 gram) ?		Rp. 1.000
			Rp. 1.500
			Rp. 2.000
			Rp. 2.500
			Rp. 3.000
			Rp. 3.500
5.	Berapa harga tertinggi untuk produk jahe instan dengan kemasan Toples kaca 500 gram?		Rp. 4.000
			Rp. 50.000
			Rp. 55.000
			Rp. 60.000
			Rp. 65.000
			Rp. 70.000
			Rp. 75.000
			Rp. 80.000
			Rp. 85.000
			Rp. 90.000
			Rp. 95.000
			Rp. 100.000
Rp. 105.000			
Rp. 110.000			

## Lampiran 2. Kuesioner *Offline*

### 1. Organoleptik

Lembar penilaian terhadap warna dan rasa jahe instan dengan 3 perbandingan sampel yaitu sampel 1 (1 jahe :1 Gula), sampel 2 (1 Jahe :2 Gula), sampel 3 (2 Jahe :1 Gula).

Keterangan :

- Sampel 1 = 1:1 (Warna 1 dan Rasa 1)
- Sampel 2 = 1:2 (Warna 2 dan Rasa 2)
- Sampel 3 = 2:1 (Warna 3 dan Rasa 3)

Petunjuk penilaian: Responden dapat memperhatikan warna dan rasa seperti apa yang diinginkan dari 3 sampel perbandingan produk yang diberikan. Berikan penilaian untuk tingkat preferensi parameter sampel dengan membubuhi tanda (√) sesuai dengan pendapat anda pada isian dibawah dengan keterangan (tingkat kesukaan) sebagai berikut:

Keterangan:

- Sangat Suka Sekali : (7)
- Sangat Suka : (6)
- Suka : (5)
- Biasa Saja : (4)
- Tidak Suka : (3)
- Sangat Tidak Suka : (2)
- Sangat Tidak Suka : (1)

Tabel 27. Warna Dan Rasa Jahe Instan

Parameter	DETAIL	7	6	5	4	3	2	1
Warna	Formula 1							
	Formula 2							
	Formula 3							
Rasa	Formula 1							
	Formula 2							
	Formula 3							

### Lampiran 3. Daftar Distribusi Jawaban Responden Untuk Uji *Online*

Tabel 28. Jawaban Responden Online

Resp.	GJ1	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	PP6	PP7	PG 1	PG2	PG3	PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6	KP1	KP2	KP3	KP4	T1	T2	T3	T4	T5
1	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
3	6	6	5	6	6	5	5	7	7	6	6	5	5	7	7	5	7	5	6	5	7	5	6	6	7	7
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	7	7	7	5	7	7	7	7	7	6	5	5	6	5	5	5	5	7
6	5	6	6	6	6	6	6	5	4	5	4	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
8	7	6	7	7	6	7	6	6	6	5	6	7	6	6	7	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
9	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	7	6	7	5	5	5	6	5	5	5	6	6
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	4	4	5	4	5
11	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	7	6	6	7	6	6	5	7	6	5	6	7	6	7	7	7	6	6	7	7	4	6	7	5	7
13	5	5	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	6	6	6	7	7	5	5	5	5	5	7	7	6	7
14	6	5	5	5	5	5	4	5	6	4	5	5	5	5	5	6	6	5	5	4	4	4	5	5	5	5
15	5	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	3	3	3	3	5
16	6	6	6	5	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	7	7	7	7	6	5	5	5	5	5	5	5	5
18	6	6	6	5	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
19	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	6	5	5	5	5	5	5	6	6	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5
21	5	6	5	6	6	5	5	6	7	6	6	5	5	7	7	5	5	5	4	5	6	7	5	6	6	7
22	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	5
23	7	7	5	6	7	7	5	7	5	7	7	5	7	7	6	6	7	6	6	7	6	7	7	7	7	5
24	7	7	7	6	7	7	7	7	5	7	7	7	6	6	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7	7	5
25	7	6	6	5	7	6	5	7	6	6	6	5	6	7	7	6	6	5	6	7	7	5	7	7	7	5
26	5	5	7	7	7	5	6	7	6	6	5	6	6	6	7	7	5	5	7	6	6	5	7	7	7	5
27	7	6	6	6	7	7	5	7	7	7	7	5	7	7	6	6	6	5	5	6	6	7	6	6	7	5
28	7	7	7	6	7	6	6	7	6	6	7	6	7	7	6	6	7	7	6	7	7	7	7	6	7	6

29	7	7	7	5	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	6	6	7	7	6	7	7	6	7	
30	5	7	6	5	7	7	5	7	7	6	6	6	6	6	7	7	6	6	5	6	6	5	7	7	5	5	
31	6	7	7	6	7	6	5	6	6	6	6	5	5	7	7	6	5	5	5	5	6	5	7	7	6	5	
32	7	7	7	7	5	6	5	7	6	6	7	5	7	6	6	6	7	6	7	7	7	7	7	6	6	7	5
33	6	7	7	7	7	7	6	6	5	7	7	5	7	7	6	6	6	5	5	7	7	6	6	6	6	5	
34	6	7	7	6	7	7	6	7	5	6	7	6	6	6	7	7	6	7	6	6	6	6	6	6	6	5	6
35	7	7	7	6	7	7	5	7	6	6	6	6	6	5	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7
36	6	7	7	7	7	7	6	6	6	7	7	5	6	5	7	7	7	5	6	7	7	6	6	6	7	7	
37	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	6	7	7	7	7	7	6	5	7	7	6	6	6	5	7	
38	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	7	7	7	7	5	
39	7	7	7	7	7	7	3	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	
40	5	6	5	5	5	6	6	5	5	5	5	4	5	5	6	6	7	5	5	7	7	7	5	5	6	7	
41	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	7	5	
42	5	5	7	7	7	7	7	5	3	5	5	5	7	7	7	7	7	5	5	5	5	7	6	6	7	5	
43	5	7	6	5	7	6	5	5	6	6	5	5	7	6	5	5	7	5	5	5	5	6	5	5	5	5	
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	7	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
45	6	7	7	7	7	7	6	7	6	7	6	6	7	6	6	5	7	6	6	7	7	6	6	6	6	6	
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7	7	7	7	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
47	6	6	6	5	6	6	6	6	6	7	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
48	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7	
49	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	
50	6	6	5	6	6	5	5	7	7	6	6	6	5	7	7	5	5	6	6	6	7	7	5	6	6	7	
51	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	7	5	5	5	5	7	
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7	6	7	7	7	7	7	5	7	7	6	6	6	6	5	7	
53	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	6	6	6	7	7	7	7	7	7	
54	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	
55	5	6	5	5	5	6	6	5	5	5	5	4	5	5	6	6	7	5	5	6	6	7	5	5	6	5	
56	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	7	7	
57	5	5	7	7	7	7	7	5	3	5	5	5	7	7	7	7	7	5	5	5	5	6	6	7	7	5	
58	6	7	6	5	7	6	5	6	6	5	5	6	7	6	5	5	7	6	6	6	6	6	5	5	5	5	
59	6	7	7	7	7	7	6	7	6	7	6	6	7	6	6	5	7	6	6	6	7	6	6	6	6	5	
60	5	3	7	6	5	7	7	5	5	5	5	5	6	6	5	6	5	5	5	5	6	4	5	5	5	5	

61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	4	4	4	4	4	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5
63	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
65	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	5	5	6	5	6	5	5	6	5	5	3	5	5	6	6	5	7	6	5	6	6	5	5	5	3	7	
67	5	5	5	5	5	5	5	6	7	6	5	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5
68	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	6	7	7	5	6	6	6	6	6	6	3	5	5	3	5
69	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	7	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
72	5	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73	5	6	6	6	6	6	5	6	5	6	5	5	6	7	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6
74	5	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	5	7	7	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	7	6	7	6	6	7	7	3	5	5	5	5	5
76	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	6	6	6	7	6	6	7	7	5	5	5	5	5	5
77	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	7	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
78	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
80	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6
81	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	5	5	5	3	7	
82	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
84	3	6	6	5	6	6	5	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7	7	7	7	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	5	6	6	6	6	6	3	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7	7	7	7	7	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5
88	7	7	7	7	7	7	3	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	3	5	5	3	6	
89	7	6	6	6	6	6	4	7	6	6	6	7	6	7	6	6	7	7	7	7	7	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

91	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	7	6	6	6	6	5	5	5	5	5
92	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5
93	5	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	7	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	
94	6	7	6	6	7	7	6	7	7	7	7	5	7	7	7	7	7	5	5	6	6	7	7	7	5	5	
95	7	7	7	6	7	7	6	7	7	7	6	5	7	7	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	7	5	
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	
97	6	7	6	5	7	7	5	7	7	7	7	5	6	6	7	6	6	5	5	7	7	7	6	6	5	5	
98	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5	
99	7	7	7	6	7	7	5	7	7	7	7	5	6	6	6	6	6	5	5	7	7	7	6	6	7	5	
100	6	7	6	6	7	7	6	7	7	7	7	5	6	6	7	6	6	5	5	6	7	7	6	6	7	5	
101	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	7	7	7	6	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5	
102	7	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	6	6	6	
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	
104	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	
106	6	6	6	6	6	6	2	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
107	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	5	7	5	5	5	5	6	6	6	6	6	
108	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	
109	6	6	6	6	6	6	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
110	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
111	3	5	5	5	5	5	3	6	7	7	4	4	6	7	6	6	7	5	5	6	6	3	4	4	4	5	
112	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	5	5	5	7	6	6	6	6	5	5	5	5	5	
113	7	7	7	7	7	7	2	7	6	6	6	7	7	6	6	6	7	7	7	7	7	6	6	6	6	4	
114	7	7	7	7	7	7	4	7	7	7	7	5	6	6	6	6	6	7	5	7	7	5	6	6	5	7	
115	6	6	6	6	6	6	5	6	5	5	5	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6
116	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	
117	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	6	6	7	6	7	5	5	5	5	5	6	6	5	7	
118	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	6	6	6	6	5	6	6	5	6	
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	
120	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	

121	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	6	6	7	6	6	5	5	5	5	3	5	5	3	6
122	5	5	5	5	5	5	4	5	6	6	6	5	7	7	6	5	6	5	5	5	5	5	6	6	5	4
123	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5
124	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
125	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
126	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5
127	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
128	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7	7	7	7	7	5	5	5	5	5	5	5	5	6
129	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	6	6	6	2	6	5	5	5	5	3	5	5	3	5
130	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
131	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
132	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
133	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
134	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	7	6	6	6	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5
135	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	5
136	2	5	5	5	5	5	4	6	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5
137	7	7	7	7	7	7	6	7	6	7	6	6	7	7	7	5	6	7	6	7	7	5	6	6	6	7
138	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	6	6	5	6	5	5	6	6	5	6	6	5	6
139	3	6	6	6	6	6	6	6	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	6
140	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
141	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5
142	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5
143	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
144	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
145	6	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
146	5	5	5	5	5	5	4	5	6	6	6	5	6	7	7	6	7	5	5	6	6	6	6	6	6	6
147	6	5	5	5	5	5	4	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	6	6	7	7	5	5	5	5	5
148	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
149	5	5	5	5	5	6	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
150	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	5	5	5	5	5

151	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6
152	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6
153	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
154	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5
155	3	6	6	5	6	6	3	5	6	6	5	4	6	5	3	3	7	5	5	5	5	6	5	5	5	5
156	5	5	6	5	6	7	1	5	5	5	4	5	7	7	7	7	7	5	4	5	6	6	6	6	6	6
157	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	5	2	2	2	2	4	4	4	4	4
158	5	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	5	6	7	7	6	7	5	5	6	6	6	6	6	6	6
159	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6
160	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	5	6	6	7	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6
161	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
162	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	6	5	6	7	5	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6
163	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5
164	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	7	7	4	5	6	6	6	6	5	5	5	5
165	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	7	5	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6
166	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	7	6	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5
167	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	7	7	6	6	6	6	5
168	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
169	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5
170	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5
171	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5
172	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	7	5	5	5	5	6	6	6	6	6
173	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	7	5	5	5	5	6	6	6	6	6
174	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
175	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
176	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5
177	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5
178	5	5	5	5	5	5	4	5	6	6	6	5	5	6	6	4	5	5	5	6	6	4	5	5	5	5
179	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6
180	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	6	7	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6

181	5	6	7	6	7	6	3	6	6	6	5	5	7	7	6	7	6	6	6	6	7	5	5	5	5	5	
182	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	6	6	6	6	5	5	5	5	6	
183	3	6	7	6	7	7	3	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	5	6	6	5	6	
184	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	6	5	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	
185	5	5	5	5	5	5	3	6	6	6	5	6	6	6	5	2	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	
186	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	7	6	7	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	
187	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
188	5	6	7	5	5	5	5	5	6	6	5	5	6	6	5	7	7	5	5	6	6	5	5	5	5	5	
189	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	6	6	7	7	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	
190	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	7	7	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5	
191	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	5	6	6	2	5	5	2	5		
192	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
193	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	3	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	
194	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
195	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	7	7	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	
196	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	2	5
197	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	3	5	
198	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
199	5	5	5	5	5	5	5	6	6	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	2	5	5	2	2	
200	5	6	6	6	7	6	5	5	5	6	5	6	7	6	6	6	6	5	3	5	5	5	5	5	5	5	
201	5	7	7	7	7	7	5	5	5	7	5	7	7	5	5	5	5	7	5	7	7	5	5	5	5	5	
202	2	6	6	6	6	6	3	5	6	6	6	7	6	6	6	6	6	7	3	5	5	5	5	5	5	5	
203	5	6	6	6	6	6	3	6	6	6	6	6	2	5	6	7	2	6	6	6	6	5	5	5	5	5	
204	5	7	7	7	7	7	3	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5	
205	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6
206	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
207	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	6	5	5	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	
208	3	6	6	6	6	6	4	5	7	6	6	3	6	6	6	6	6	7	5	6	6	6	6	6	6	6	
209	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
210	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7	7	5	3	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
211	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	2	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	
212	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	

213	5	6	6	6	6	6	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
214	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
215	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5
216	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5
217	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6
218	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5
219	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	6	3	6	3	3	7	7
220	2	7	7	7	7	5	2	5	7	7	5	2	6	6	6	7	5	7	2	5	7	3	6	7	3	7	7
221	6	6	6	6	6	4	4	6	7	7	7	7	5	5	5	5	5	7	7	7	7	1	7	7	3	7	7
222	5	7	7	7	7	7	5	5	5	7	7	7	6	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6
223	6	6	6	6	6	6	3	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	2	5	5	1	7	7
224	2	6	6	6	6	6	3	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	5	6	6	3	7	7
225	5	6	6	6	6	6	2	5	5	5	5	5	6	6	7	7	7	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6
226	3	6	6	6	6	6	3	5	5	5	4	5	2	2	5	5	5	5	5	2	6	6	2	7	7	5	5
227	3	6	6	6	6	6	3	6	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	3	5	5	3	5	5
228	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
229	5	6	6	5	5	5	3	5	5	6	3	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
230	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
231	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6
232	2	7	6	5	6	6	6	5	6	6	5	6	6	5	7	2	7	6	2	6	6	6	6	6	6	4	6
233	6	5	5	5	6	6	5	6	6	6	6	6	2	5	5	5	5	6	6	6	6	7	5	5	5	5	5
234	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	7	5	5	7	6	6	7	7	6	6	6	6	6	6
235	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	7	3	4	7	6	5	7	3	7	7	1	7	7	1	7	7
236	5	7	7	7	7	7	2	7	7	7	3	7	2	3	5	5	3	7	2	7	7	1	7	7	2	7	7
237	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	7	6	6	5	5	5
238	5	6	6	6	6	5	5	6	7	7	5	5	6	3	5	5	7	7	5	7	7	6	7	7	5	5	5
239	6	6	6	5	5	5	4	6	6	5	5	5	5	6	7	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	5	5
240	5	7	6	5	6	5	1	5	5	7	7	5	5	7	2	2	7	7	5	5	5	7	5	5	7	5	5
241	5	7	7	6	7	7	5	7	5	7	7	5	6	6	7	5	7	7	5	7	7	6	3	5	7	7	7
242	5	7	7	7	7	7	3	5	6	6	6	5	6	6	6	5	7	5	5	5	6	7	3	3	7	5	5
243	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	5	5
244	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5

245	6	6	6	6	6	6	3	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	7	6	6	6	5	5	5	5	6
246	6	7	7	6	7	6	6	7	7	7	6	5	7	7	7	6	7	6	6	5	7	6	6	6	7	5
247	5	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5	6	6	7	7	3	7	6	5	6	7	5	5	5	5	7
248	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7	7	7	3	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5
249	5	5	6	6	6	6	5	5	5	6	6	5	6	6	6	6	7	6	6	6	6	5	5	5	6	6
250	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5
251	5	6	6	6	6	6	5	6	5	5	5	7	5	5	5	5	5	7	4	6	6	6	6	6	6	6
252	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
253	5	7	7	7	7	7	5	6	5	7	5	7	6	6	6	6	7	7	3	7	7	5	5	5	5	7
254	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
255	6	6	6	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	3	6
256	5	6	6	6	6	6	3	5	5	7	7	5	6	6	6	6	6	7	5	7	7	6	6	6	6	6
257	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
258	6	6	7	6	7	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	7	5	7	7	6	6	6	6	6
259	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	5	5	6	6	5	6	6	6	7
260	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6
261	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6
262	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6
263	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6
264	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6
265	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
266	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5
267	5	6	6	6	6	6	2	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6
268	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
269	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
270	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	3	7	5	5	5	5	5	6	6	6	6
271	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6
272	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6
273	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	2	7	6	6	6	6	5	5	5	5	5

Keterangan:

GJ1: Geografis Jarak

PP1: Psikografis Pengetahuan (khasiat)

PP2: Psikografis Pengetahuan (herbal)

PP3: Psikografis Pengetahuan (alami)

PP4: Psikografis Pengetahuan (menyehatkan)

PP5: Psikografis Pengetahuan (menyembuhkan)

PP6: Psikografis Pengetahuan (banyak merek yang dikenal)

PP7: Psikografis Pengetahuan (manfaat)

PG1: Psikografis Gaya Hidup (pentingnya olahraga)

PG2: Psikografis Gaya Hidup (pentingnya konsumsi herbal)

PG3: Psikografis Gaya Hidup (sering konsumsi herbal)

PK1: Produk Kemasan (desain kemasan)

PK2: Produk Kemasan (standing pouch transparan 250 g)

PK3: Produk Kemasan (standing pouch kraft paper 250 g)

PK4: Produk Kemasan (kotak isi 6 sachet (6 gelas sajian)

PK5: Produk Kemasan (sachet 1 gelas sajian)

PK6: Produk Kemasan (toples Kaca 500 g)

KP1: Kualitas Produk (daya simpan)

KP2: Kualitas Produk (Warna produk)

KP3: Kualitas Produk (pendaftaran produksi)

KP4: Kualitas Produk (izin produk)

T1 : Tempat (warung kopi)

T2 : Tempat (minimarket)

T3 : Tempat (supermarket)

T4 : Tempat (pasar tradisional)

T5 : Tempat (toko online)

Resp.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
6	5	5	5	6	6	5	5	5	5	6	6
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
8	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
9	5	5	5	5	5	6	6	5	5	6	5
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	7	7	5	7	7	7	7	5	7	5	5
13	6	6	4	4	5	5	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
16	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
17	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
18	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
19	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
20	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6
21	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	6	5	5	6	5	5	6	5	6	7
23	5	7	5	6	7	6	7	5	5	7	7
24	7	7	5	6	5	7	7	5	5	7	7
25	5	6	5	5	5	6	6	5	5	7	7
26	7	7	5	5	6	6	5	5	5	7	7
27	6	5	5	6	6	7	7	5	5	7	5
28	7	7	5	6	7	7	6	5	5	6	7
29	7	7	5	6	7	7	7	6	6	5	5
30	7	7	5	5	6	5	7	5	6	7	6
31	6	7	5	5	5	6	6	5	7	5	5

Resp.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
32	5	5	5	6	6	5	7	5	5	5	6
33	6	7	5	5	5	6	6	5	5	7	7
34	5	7	6	5	5	7	5	5	5	5	6
35	5	6	5	6	6	5	7	5	5	5	5
36	7	7	5	5	5	6	7	5	5	6	6
37	5	6	4	5	6	5	5	6	6	7	7
38	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
39	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
40	5	5	5	5	6	5	5	5	5	7	7
41	7	7	5	5	5	5	5	5	7	5	7
42	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
43	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	6	6	6	5	5	6	5	7	5	7	7
46	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
47	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6
48	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
49	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	5	6	5	5	6	5	5	6	5	6	7
52	5	6	4	5	6	5	5	6	6	7	7
53	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
54	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
55	5	5	5	5	6	5	6	6	6	7	7
56	7	7	5	5	5	5	5	5	7	5	7
57	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
58	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	6	6	5	5	7	7	6	7	5	7	7
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Resp.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
72	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
75	5	5	3	5	6	5	5	5	5	5	7
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7
77	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
80	6	6	5	6	6	5	5	5	6	6	7
81	3	5	3	3	5	5	3	5	5	6	7
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	3	5	3	3	3	5	3	5	5	6	6
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
88	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	6
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Resp.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
94	5	6	5	5	5	6	6	5	5	7	7
95	5	6	5	5	5	6	6	6	5	7	7
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
97	5	6	5	5	5	6	6	6	5	7	7
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5
100	5	5	5	6	6	5	5	5	6	7	7
101	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
102	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
103	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
104	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
105	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
106	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
107	5	5	2	6	5	5	5	6	5	7	7
108	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
109	4	6	4	6	6	6	6	6	6	7	7
110	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7
111	4	4	3	4	5	5	5	5	5	7	7
112	2	6	2	2	6	6	2	5	2	7	7
113	4	5	4	4	5	5	5	5	5	6	6
114	4	5	4	5	5	5	5	5	5	7	7
115	5	6	3	5	5	5	5	5	5	7	7
116	4	5	4	5	5	5	5	5	5	7	7
117	4	5	3	3	6	5	4	5	5	6	6
118	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7
120	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
121	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
122	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
123	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6
124	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6

Resp.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
125	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
126	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
127	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
128	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
129	2	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5
130	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
131	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
132	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
133	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
134	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
135	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
136	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	7
137	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	7
138	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	6
139	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
140	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
141	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
142	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
143	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
144	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
145	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
146	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
147	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
148	2	5	2	2	5	5	2	5	2	5	5
149	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
150	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
151	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
152	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
153	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
154	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
155	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Resp.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
156	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7
157	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
158	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
159	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
160	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
161	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
162	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
163	2	5	2	2	2	6	5	6	5	6	6
164	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
165	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
166	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7
167	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
168	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
169	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
170	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
171	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
172	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	6
173	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	6
174	5	6	5	5	6	6	6	6	6	6	7
175	5	6	5	5	6	6	6	6	6	6	7
176	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
177	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
178	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
179	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
180	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	7
181	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
182	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
183	5	5	3	5	5	5	5	5	5	6	6
184	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
185	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6
186	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Resp.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
187	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
188	5	5	5	5	7	5	5	5	5	7	7
189	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
190	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
191	3	5	3	3	5	5	5	5	5	6	6
192	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
193	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
194	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
195	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
196	2	5	2	2	2	5	2	5	5	5	5
197	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
198	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7
199	3	5	3	3	3	5	2	5	6	6	6
200	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
201	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
202	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
203	3	5	3	3	3	5	3	5	5	5	5
204	3	5	3	5	5	5	5	5	5	6	6
205	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
206	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
207	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
208	3	5	3	3	5	5	5	5	5	5	6
209	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
210	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
211	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6
212	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
213	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
214	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
215	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
216	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	6
217	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6

Resp.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
218	2	5	2	2	2	5	2	5	2	6	6
219	5	5	3	3	5	5	3	5	5	7	7
220	6	6	3	3	3	6	6	6	6	7	7
221	1	7	1	1	1	7	7	7	7	7	7
222	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7
223	2	6	5	5	5	5	5	5	5	5	7
224	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7
225	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
226	3	5	2	2	5	2	2	5	5	5	5
227	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7
228	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6
229	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
230	1	5	1	1	1	5	1	2	2	6	6
231	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6
232	7	5	3	3	5	5	3	5	5	5	6
233	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
234	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
235	7	7	3	3	6	6	5	7	7	7	7
236	7	7	5	5	7	7	5	7	7	7	5
237	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7	5
238	7	5	7	5	6	5	5	6	5	7	5
239	7	5	6	3	3	7	5	7	3	7	7
240	5	3	3	3	3	5	3	7	3	7	6
241	7	3	3	3	3	7	2	7	3	7	6
242	6	1	5	2	5	5	5	5	2	7	5
243	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5
244	7	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5
245	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
246	5	5	5	6	6	5	6	6	6	7	7
247	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6
248	5	5	5	5	5	6	2	5	5	5	5

Resp.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
249	7	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6
250	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
251	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
252	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
253	7	5	2	2	7	7	5	5	5	7	7
254	5	6	6	5	7	7	4	7	6	6	4
255	6	5	3	3	3	6	6	7	7	6	3
256	7	5	3	5	5	7	3	7	5	7	7
257	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
258	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
259	5	5	5	5	5	5	5	6	6	7	7
260	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
261	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
262	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
263	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
264	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
265	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
266	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
267	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
268	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
269	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
270	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
271	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
272	6	5	5	2	7	7	4	7	3	7	6
273	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6

Keterangan:

P1: Promosi (iklan tv)

P2: Promosi (minimarket)

P3: Promosi (iklan surat kabar)

P4: Promosi (brosur)

P5: Promosi (pameran/bazar)

P6: Promosi (facebook)

P7: Promosi (youtube)

P8: Promosi (whatsApp)

P9: Promosi (instagram)

P10: Promosi (penawaran langsung)

P11. Promosi (Informasi teman/keluarga)

**Lampiran 4. Daftar Distribusi Jawaban Responden Untuk Uji Offline**

Tabel 29. Jawaban Responden Pasar Raya Tradisional MMTC

Resp.	Warna			Rasa		
	W1	W 2	W 3	R1	R 2	R 3
1	7	3	5	7	3	5
2	7	3	3	7	2	3
3	7	1	2	7	2	1
4	7	2	5	7	1	5
5	7	2	5	7	2	3
6	7	2	5	7	3	3
7	7	3	3	7	3	3
8	7	5	3	7	2	2
9	7	1	5	7	2	2
10	7	2	2	7	1	2
11	7	3	1	7	1	5
12	7	2	3	7	2	6
13	7	2	2	7	3	1
14	7	2	5	7	2	1
15	7	2	5	7	2	5
16	6	7	5	7	7	5
17	7	7	5	7	7	5
18	7	2	7	7	5	7
19	6	3	7	7	3	6
20	6	3	7	7	1	7
21	6	1	7	7	1	7
22	6	3	7	6	1	7
23	6	1	7	5	1	7
24	7	5	7	7	5	7
25	6	1	7	7	1	7
26	5	1	3	6	2	7

27	7	3	7	7	2	7
28	7	2	5	7	2	2
29	7	1	3	7	2	2
30	7	1	3	7	2	3

Tabel 30. Jawaban Responden Transmart Carrefour Plaza Medan Fair

Resp.	Warna			Rasa		
	W 1	W 2	W 3	R 1	R 2	R3
1	7	3	3	7	2	5
2	7	3	3	7	2	5
3	7	5	5	7	5	6
4	7	3	5	7	1	1
5	7	3	5	7	6	1
6	7	1	1	7	2	1
7	7	1	3	7	1	2
8	7	3	5	7	5	6
9	7	2	5	7	1	1
10	7	3	5	7	2	5
11	5	1	7	7	3	5
12	7	1	3	7	1	1
13	6	3	7	7	1	1
14	6	3	7	7	1	1
15	7	5	7	7	3	7
16	7	2	6	7	5	5
17	7	1	3	7	1	7
18	7	5	7	7	3	1
19	6	3	7	7	1	3
20	7	5	6	7	2	1
21	7	1	1	7	1	1
22	7	6	7	7	3	6
23	6	3	7	7	5	6
24	7	1	5	7	3	1

Resp.	Warna			Rasa		
	W 1	W 2	W 3	R 1	R 2	R3
25	7	1	5	7	1	1
26	7	2	3	7	1	5
27	7	1	5	7	3	5
28	7	3	5	7	1	1
29	7	3	5	7	3	3
30	7	3	7	7	5	6
31	7	3	5	7	2	5
32	7	3	5	7	1	3
33	7	5	6	7	3	5
34	7	5	3	7	5	2
35	7	3	6	7	5	1
36	7	3	5	7	5	1
37	7	1	3	7	2	2
38	7	3	5	7	3	2
39	7	5	2	7	3	5
40	7	1	5	7	2	3
41	7	1	1	7	1	1
42	7	3	5	7	1	2
43	7	2	3	7	1	3
44	7	3	7	7	1	7
45	7	3	3	7	2	3
46	7	1	1	7	1	1
47	7	3	5	7	2	5
48	6	2	7	7	5	3
49	6	3	3	7	3	5
50	5	2	2	7	5	2
51	7	2	7	7	2	5
52	5	3	2	7	2	3
53	6	2	5	7	3	2
54	6	2	5	7	5	5
55	5	2	6	7	3	6
56	5	3	3	7	3	1

Resp.	Warna			Rasa		
	W 1	W 2	W 3	R 1	R 2	R3
57	6	2	7	7	5	2
58	6	2	2	7	3	5
59	7	2	5	7	2	2
60	5	2	5	7	5	3
61	6	5	3	7	2	5
62	3	3	6	6	2	3
63	5	3	5	6	3	5
64	5	2	2	5	2	1
65	5	2	2	7	2	2
66	2	5	5	6	2	5
67	6	3	6	6	3	5
68	5	5	1	7	2	1
69	5	5	5	7	5	3
70	5	3	3	7	5	2
71	5	2	3	6	3	3
72	6	3	3	7	2	2
73	6	5	3	7	6	2
74	5	2	5	7	3	3
75	5	3	6	7	2	5
76	6	2	2	6	2	5
77	7	1	3	7	3	2
78	7	2	6	7	1	1
79	5	2	1	7	3	2
80	6	2	2	6	5	1
81	6	3	5	7	5	2
82	5	5	5	7	3	3
83	3	3	5	7	1	3
84	3	3	3	6	3	3
85	3	3	3	7	3	2
86	6	6	2	7	3	1
87	6	1	6	7	1	1
88	6	1	2	6	2	2

Resp.	Warna			Rasa		
	W 1	W 2	W 3	R 1	R 2	R 3
89	6	2	6	5	2	3
90	5	3	2	6	1	1
91	5	5	3	6	2	1
92	5	5	5	7	5	1
93	2	2	6	7	2	2
94	3	5	6	7	2	5
95	5	1	1	7	1	1
96	5	3	3	5	5	1
97	2	2	6	7	3	5
98	7	3	3	7	1	1
99	5	2	2	2	2	1
100	5	5	5	7	2	3

Keterangan:

W1: Warna Formula 1

W2: Warna Formula 2

W3: Warna Formula 3

R1: Rasa Formula 1

R2: Rasa Formula 2

R3: Rasa Formula 3

## Lampiran 5. Tahapan Pengolahan Data

### a. Penentuan Nilai Skor

Jika ingin mengetahui nilai dari tiap skor *semantic scale*, pastikan semua jawaban variabel diubah dalam bentuk angka berdasarkan skor yang digunakan. Cara menentukan nilai skor adalah sebagai berikut:

1. Pindahkan sel aktif ke sel L kosong
2. Tulis rumus “COUNTIFS (nilai keseluruhan variabel; nilai skor)” kemudian tekan **ENTER**. Perhatikan hasil nilai yang muncul. Kembalikan sel aktif pada sel hasil.
3. Gunakan Simbol “\$” pada depan nilai keseluruhan dan pada depan nilai skor bertujuan agar alamat sel atau range data pada rumus excel relative menjadi rumus absolut dan semi absolut (tidak berubah).
4. Tekan tombol Ctrl+C (untuk mengkopi rumus pada sel hasil), tekan tombol **Shift** (tidak dilepas), sambil menekan panah kebawah hingga mencapai kolom sejajar pada skor 1.
5. Blok semua sel hasil, sambil menekan panah ke samping hingga pada sel akhir variabel skor. Perhatikan nilai yang muncul pada setiap sel variabel.

	L	M	N	O	
aya ngan pihak	A. Apa pendapat anda tentang produk jahe instan? [1. Berkhasiat]	A. Apa pendapat anda tentang produk jahe instan? [2. Herbal]	A. Apa pendapat anda tentang produk jahe instan? [3. Alami]	A. Apa pendapat anda tentang produk jahe instan? [4. Menyehatkan]	A. Apa pendapat anda tentang produk jahe instan? [5. Menyenangkan]
	6	6	6	6	6
	6	6	6	6	6
	5	5	5	5	5
	5	5	5	5	5
	5	5	5	5	5
	5	5	5	5	5
	6	6	6	6	6
	6	6	6	6	6
	=COUNTIFS(\$L:\$L;\$263;\$K265)		28	50	
	COUNTIFS(criteria_range1; criteria1; [criteria_range2; ...])				
	99	101	114	98	
	4	0	0	0	0
	3	1	0	0	0
	2	0	0	0	0
	1	0	0	0	0

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Keterangan:

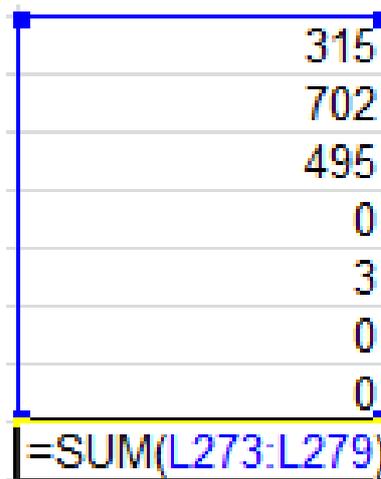
Rumus “COUNT” digunakan untuk mengetahui berapa banyak nilai skala dalam suatu sekumpulan data range tertentu.



### c. Penjumlahan keseluruhan Skor

Jika ingin mengetahui nilai keseluruhan skor, anda dapat menjumlahkan semua nilai skor yang didapatkan sebelumnya (1 sampai 7) dengan menggunakan rumus "SUM". Cara mencari nilai keseluruhan skor adalah sebagai berikut:

1. Pindahkan sel aktif ke sel L kosong
2. Tulis rumus "SUM(hasil perhitungan nilai skor)" kemudian tekan ENTER. Perhatikan hasil nilai yang muncul. Kembalikan sel aktif pada sel hasil.
3. Blok hasil SUM sambil menekan panah ke samping hingga pada sel akhir variabel skor. Perhatikan nilai yang muncul pada setiap sel variabel.



The image shows a vertical column of seven cells in an Excel spreadsheet. The cells contain the following values from top to bottom: 315, 702, 495, 0, 3, 0, and 0. Below the column, the formula bar displays the formula `=SUM(L273:L279)`.

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

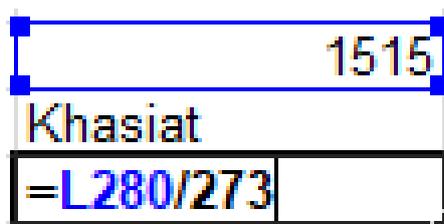
#### Keterangan

Rumus "SUM" digunakan untuk memperhitungkan seluruh JUMLAH NILAI dalam suatu range column maupun row.

### d. Perhitungan Akumulasi Skor

Jika ingin mengetahui nilai akumulasi skor pada variabel, anda dapat melakukan pembagian nilai keseluruhan skor dengan jumlah responden yang digunakan pada penelitian. Cara mencari akumulasi skor adalah sebagai berikut:

6. Pindahkan sel aktif ke sel L kosong
7. Tulis `=nilai keseluruhan skor/jumlah responden` kemudian tekan **ENTER**. Perhatikan hasil nilai yang muncul. Kembalikan sel aktif pada sel hasil.
8. Blok hasil nilai akumulasi khasiat sambil menekan panah kesamping hingga pada sel akhir variabel skor. Perhatikan nilai yang muncul pada setiap sel variabel.



The image shows a single cell in an Excel spreadsheet containing the value 1515. Below the cell, the formula bar displays the formula `=L280/273`.

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

**e. Penggolongan Nilai Skor Berdasarkan Skor *Semantic Scale***

Jika ingin menentukan penggolongan skor berdasarkan skor semantic cale, anda dapat menggunakan rumus “IF” dengan memberikan keterangan terhadap pandangan masing-masing skor. Cara penentuan nilai skor adalah sebagai berikut:

1. Pindahkan sel aktif ke sel L kosong
2. Tulis rumus “IF(nilai akumulasi<poin skor;”keterangan skor”;(lakukan hingga poin skor dan keterangan selesai), kemudian tekan **ENTER**. Perhatikan hasil nilai yang muncul. Kembalikan sel aktif pada sel hasil.
3. Blok pada sel hasil sambil menekan panah ke samping hingga pada sel akhir variabel skor. Perhatikan nilai yang muncul pada setiap sel variabel.

5,55	5,55	5,44	5,58	5,52	4,82	5,43	5,18	5,
=IF(L282<1,5;"Sangat Tidak Setuju Sekali";(IF(L282<2,5;"Sangat Tidak Setuju";(IF(L282<3,5;"Tidak Setuju";(IF(L282<4,5;"Biasa Saja";(IF(L282<5,5;"Setuju";(IF(L282<6,5;"Sangat Setuju";"Sangat Setuju Sekali"))))))))))))								
IF(logical_test; [value_if_true]; [value_if_false])					Selalu			

**Khasiat**

**5,55**

**Sangat Setuju**

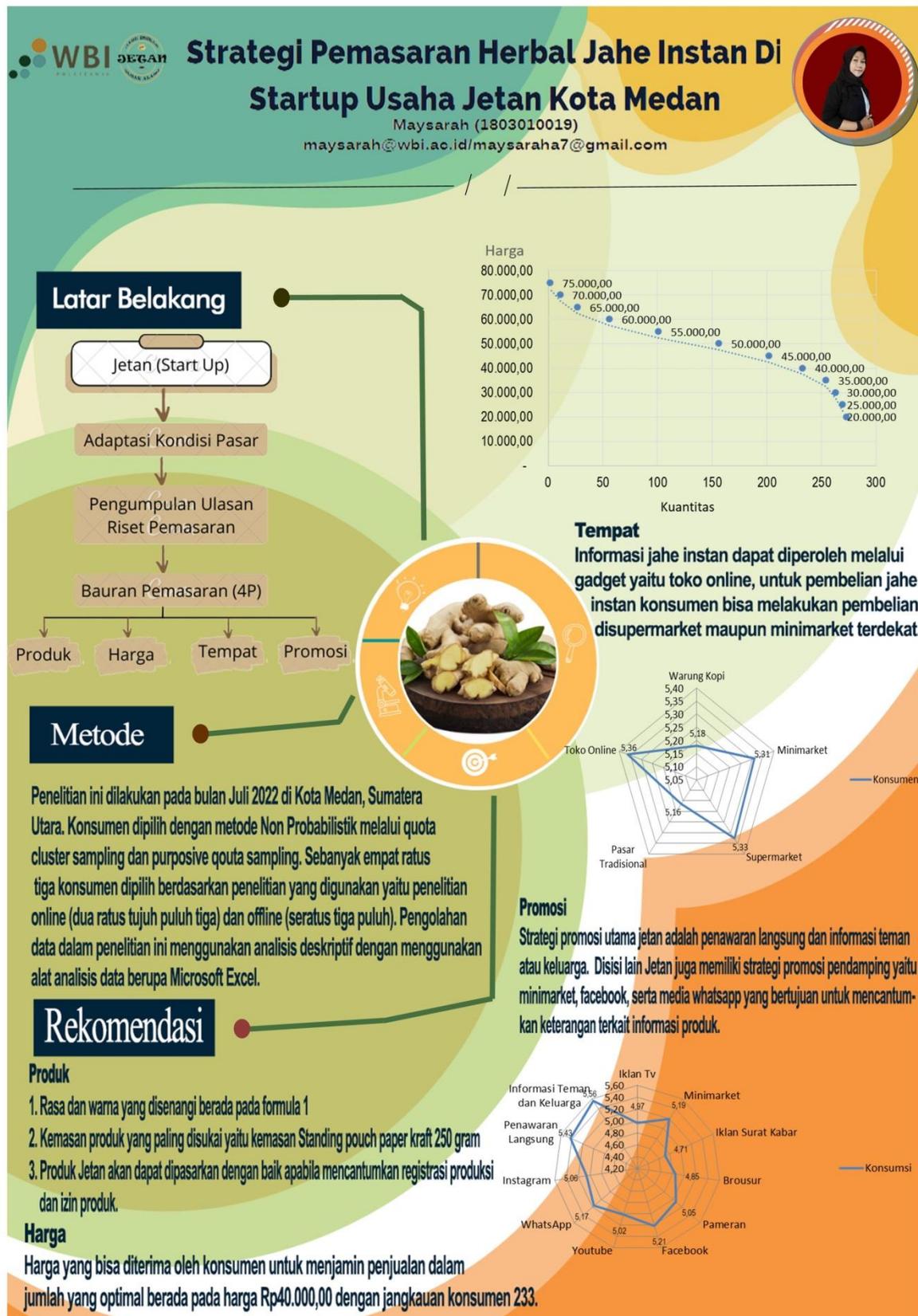
Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Keterangan Pandangan:

- 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)

Keterangan pandangan yang digunakan disesuaikan dengan variabel yang digunakan.

## Lampiran 6. Poster Penelitian



## LUARAN PENELITIAN

### RISET PEMASARAN MINUMAN HERBAL JAHE INSTAN START UP USAHA JETAN KOTA MEDAN

## MARKETING PLAN



oleh :  
Maysarah  
1803010019

Program Studi Agribisnis Hortikultura  
Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia  
Deli Serdang  
2022

## RINGKASAN ESKEKUTIF

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 kampus Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia, Jl. Wirakauri, Laut Dendang, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, 20371.

Jahe instan merupakan ekstrak jahe yang dikristalisasikan dengan cara dimasak hingga kering berbentuk serbuk atau granula. Jahe instan terbuat dari bahan baku jahe, gula, dan rempah-rempah (kayu manis, serai, dan cengkeh). Jahe instan menawarkan kepraktisan dalam penyajiannya dan dapat dikonsumsi setiap saat baik cuaca dingin maupun pada saat daya tahan tubuh sedang menurun. Jahe instan juga dapat menjadi minuman disaat begadang.

Sebagai sebuah produk rintisan, Jetan yang merupakan nama produk dan usaha yang memproduksi minuman instan herbal berbasis Jahe, menetapkan bauran pemasaran sebagai berikut:

### TARGET PASAR

Konsumen potensial jahe instan umumnya adalah perempuan. Menekankan desain yang lebih feminim dan penuh dengan kelembutan. Konsumen potensial memiliki sebaran umur 25-44 tahun (Generasi Y) yang memiliki karakteristik akrab terhadap informasi dan menguasai *gadget*. Pekerjaan yang paling banyak dari konsumen potensial adalah pegawai swasta. Alasan mengkonsumsi jahe instan dilatarbelakangi minuman herbal sebagai minuman fungsional untuk meningkatkan imun tubuh selama bekerja. Pendidikan konsumen potensial jahe instan adalah SMA/Sederajat. Konsumen jahe instan memiliki pendapatan > Rp2.500.000,00-Rp5.000.000,00 dan tergolong pada masyarakat menengah kebawah.

Konsumen jahe instan kebanyakan memiliki status sosial menikah dan pembelian jahe instan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan kesehatan keluarga. Produk jahe instan disukai oleh hampir semua latar belakang suku, seperti suku Batak, Jawa, dan Melayu.

### FAKTOR PASAR DAN TREN

- a. Obat herbal memiliki kedudukan sejajar dengan obat modren
- b. *Back to nature in medicine* yaitu masyarakat kembali pada pengobatan herbal dengan memanfaatkan kekayaan alam yang ada.
- c. Penggunaan obat herbal dinilai lebih aman dari pada penggunaan obat modern.
- d. Penggunaan kemasan *standing pouch* penutup *zipper*
- e. Penggunaan warna kemasan yang menarik
- f. Penggunaan obat herbal dinilai lebih aman dari pada penggunaan obat modern.

## KEUNGGULAN PRODUK

- Jahe instan terbuat dari jahe gajah pilihan dengan tambahan rempah-rempah yang kaya akan manfaat bagi kesehatan.
- Diproduksi melalui serangkaian proses yang higienis
- Tanpa bahan pengawet
- Praktis dalam kemasan dan penyajian
- Memiliki rasa pedas di tenggorokan yang menimbulkan sensasi hangat
- Memiliki warna coklat kekuningan dengan tekstur halus

Rencana Pemasaran ini dibuat untuk mendorong *kontinuitas* dan *sustainability* penjualan produk jahe instan. Tujuan tersebut dapat terpenuhi apabila Jetan menggunakan kemasan *standing pouch paper* 250g dengan harga toleransi sebesar Rp40.000.000,00. Pada kemasan Jetan harus memiliki izin departemen kesehatan dan daya simpan produk. Tempat penjualan jahe instan dilakukan di toko *online* dengan promosi produk melalui penawaran langsung dan efek rekomendasi teman atau keluarga yang informasinya disalurkan melalui sosial media *Facebook* dan *WhatsApp*.

## VISI JETAN

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

Riset konsumen di awal inisiasi, menunjukkan bahwa kebanyakan konsumen jahe instan adalah orang yang ingin hidup sehat dan meyakini produk herbal adalah produk yang baik untuk menjaga kesehatan. Namun terhalang terbatasnya jenis produk, produksi dan distribusi minuman herbal di masyarakat dengan ketersediaan minuman herbal.

Selain Ketersediaan, minuman herbal yang beredar di pasaran sering ditemukan menggunakan bahan tambahan lain. Hal ini menghasilkan rasa yang tidak sesuai dan menurunkan nilai manfaat dari produk. Berdasarkan berbagai masalah yang dihadapi konsumen tersebut Jetan membuka usaha produksi minuman herbal berbasis jahe. Pada tahap awal Jetan menginisiasi produk jahe instan.

Dengan semangat mengatasi masalah diatas, Jetan menetapkan visi usaha :

**“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”**

Berdasarkan visi diatas, Jetan menurunkan misi :

## MISI USAHA JETAN

Misi usaha Jetan adalah :

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

## MISI USAHA JETAN

Jetan memposisikan diri sebagai salah satu produk minuman herbal herbal instan berbahan jahe. Posisi ini diperkuat dengan karakteristik produk yang bebas bahan pengawet dan diperoleh dari bahan baku segar di tingkat petani.

## PENCIRI JETAN

Jetan diproduksi dengan teknik tradisional untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Walau dilakukan secara tradisional produksi Jetan tetap mengedepankan aspek higienis. Sistem produksi Jetan diyakini akan memberikan jahe instan yang berkualitas dengan kandungan *fitokimia* dan *fitonutrien* yang tinggi.

## NILAI YANG DIKEMBANGKAN DAN DIPROPOSISI NILAI

Proposisi nilai yang ditawarkan Jetan bagi konsumen adalah :  
Memberikan konsumen pengalaman konsumen dalam memperoleh produk dengan mudah, mengkonsumsi jahe instan yang murah, dengan khasiat dan manfaat yang maksimal melalui, produk bubuk jahe instan.



## PROFIL KONSUMEN POTENSIAL JETAN

### JENIS KELAMIN

Konsumen jahe instan berjenis kelamin perempuan. Oleh karena itu pendekatan desain yang digunakan harus lebih feminim dan penuh dengan kelembutan. Jetan dapat menggunakan warna yang disukai oleh perempuan pada kemasannya dan tampilan kemasan dibuat secantik dan semenarik mungkin.

### UMUR

Konsumen jahe instan memiliki sebaran umur 25-44 tahun (Y). Umur ini termasuk kedalam generasi Y (Milenial) yang memiliki karakteristik akrab terhadap informasi dan menguasai *gadget*. Milenial mengharapkan konektivitas yang instan di tempat mereka tinggal, bekerja, dan bermain. Oleh karena itu Jetan harus melakukan pendekatan dan berinteraksi menggunakan media *online* seperti toko *online*, *Facebook*, dan *WhatsApp* sebagai layanan pelanggan. Jetan harus memastikan layanan yang diberikan harus yang terbaik dengan menanggapi pertanyaan dan komentar di media sosial dengan cepat. Tawarkan obrolan langsung yaitu *chatbox* dapat melayani pelanggan sepanjang waktu, dan menyediakan basis pengetahuan *online* dengan membuat postingan menarik terkait dengan produk.

### PEKERJAAN

Konsumen jahe instan memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta. Alasan mengkonsumsi jahe instan dilatarbelakangi minuman herbal sebagai minuman fungsional untuk meningkatkan imun tubuh selama bekerja. Oleh karena pendekatan informasi yang disampaikan Jetan harus terkait tentang khasiat jahe instan untuk kesehatan tubuh, jahe instan mengandung bahan herbal alami, dan jahe instan memiliki manfaat kesehatan dalam kesembuhan beberapa gejala sakit tertentu.

### PENDIDIKAN

Konsumen jahe instan memiliki pendidikan terakhir SMA/Sederajat yang memiliki pergaulan terbatas dan masih mengikuti tradisi. Oleh karena itu pendekatan yang dilakukan Jetan adalah melakukan promosi produk melalui efek rekomendasi teman atau keluarga kepada konsumen yang menganggap bahwa konsumsi minuman herbal penting dan konsumen yang sering mengkonsumsi minuman herbal.

## **PENDAPATAN**

Konsumen jahe instan memiliki pendapatan > Rp2.500.000,00-Rp5.000.000,00 dan tergolong pada masyarakat menengah kebawah. Oleh karena itu pendekatan yang dilakukan Jetan adalah melakukan penawaran kepada konsumen untuk menjadi *key person* jahe instan dengan membangun jaringan secara langsung lewat teman atau keluarga dan memberikan imbalan bagi yang bersedia.

## **STATUS SOSIAL**

Konsumen jahe instan memiliki status sosial menikah dan pembelian jahe instan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan kesehatan keluarga. Oleh karena itu Jetan harus melakukan pendekatan kepada konsumen sudah menikah yang menganggap konsumsi jahe instan penting untuk dilakukan. Jetan dapat melakukan penyampaian informasi terkait khasiat jahe instan untuk kesehatan tubuh, jahe instan mengandung bahan herbal alami, dan jahe instan memiliki manfaat kesehatan dalam kesembuhan beberapa gejala sakit tertentu.

## **SUKU**

Konsumen jahe instan terdiri dari suku Batak, Jawa, dan Melayu. Oleh karena itu Jetan harus melakukan pendekatan dengan menyesuaikan setiap preferensi jahe instan dari masing-masing suku tersebut. Pada suku Batak Jetan akan menyampaikan informasi terkait khasiat jahe instan dan jahe instan dapat menyehatkan serta menyembuhkan penyakit tertentu. Pada suku Jawa akan menyampaikan informasi terkait jahe instan mengandung bahan herbal. Pada suku Melayu akan menyampaikan informasi terkait jahe instan merupakan minuman yang dapat menyehatkan dan menyembuhkan penyakit tertentu.

# PRODUK JETAN YANG DISUKAI KONSUMEN

## WARNA DAN RASA YANG DISUKAI

Berdasarkan riset pemasaran yang dilakukan pada 2 *cluster* tempat berbeda atas produk Jetan, calon konsumen mengharapkan produk jahe instan terkait rasa dan warna sebagai berikut:

### WARNA YANG DISUKAI KONSUMEN

Kebanyakan konsumen di pasar raya tradisional MMTC sangat suka sekali (5,70) terhadap warna pada formula 1. Hal ini tidak berbeda dengan konsumen di *transmart carrefour plaza* medan *fair* (5,96) suka sekali. Dengan demikian pandangan kedua *cluster* tidak jauh berbeda menyatakan formula 1, adalah warna terbaik. Artinya Jetan harus menggunakan formula 1 dalam pembuatan jahe instan.

### RASA YANG DISUKAI KONSUMEN

Kebanyakan konsumen di pasar raya tradisional MMTC sangat suka sekali (6,87) terhadap rasa pada formula 1. Hal ini tidak berbeda dengan konsumen di *transmart carrefour plaza* medan *fair* 6,78 sangat suka sekali. Dengan demikian pandangan kedua *cluster* terhadap rasa jahe instan tidak berbeda. *fair* menyatakan formula 1, adalah rasa terbaik. Artinya Jetan harus menggunakan formula 1 dalam pembuatan jahe instan.

## KUALITAS PRODUK YANG DISUKAI

Berdasarkan riset pemasaran yang dilakukan atas produk Jetan, calon konsumen menyatakan bahwa produk yang berkualitas adalah :

### PRODUK TERDAFTAR ATAU BERIZIN

Konsumen hampir selalu mempertimbangkan izin produk (5,85) dan pendaftaran produk (5,75) sebagai elemen yang harus ada dalam produk Jetan. Artinya legalitas registrasi produk dan izin produk merupakan hal yang pertama-tama harus diupayakan untuk dapat dicantumkan dalam kemasan.

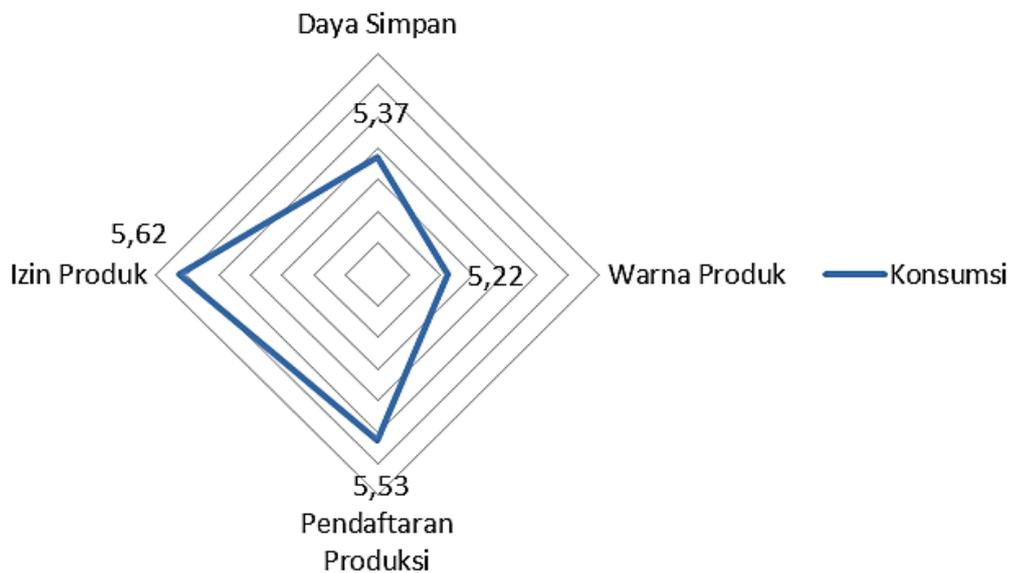
### TAHAN SIMPAN

Hal berikutnya yang menjadi elemen penting adalah ketahanan produk dalam penyimpanan. Berdasarkan riset dinyatakan konsumen hampir selalu (5,58) mempertimbangkan umur simpan produk sebagai dasar memilih produk jahe instan.

Keadaan ini mengartikan bahwa produk jetan harus diuji daya simpannya, distandarisasi dan disertifikasi, serta mencantumkan tanggal kadaluarsa dalam kemasan Jetan.

### **WARNA HAMPIR SERING MENJADI PERTIMBANGAN**

Walaupun tidak selalu menjadi dasar pertimbangan kualitas produk, rata-rata konsumen hampir sering (5,38) mempertimbangkan warna produk sebagai dasar dalam pembelian. Hal ini tidak jauh berbeda dengan kebanyakan konsumen yang mengkonsumsi jahe menyatakan sering melihat warna jahe instan sebagai pertimbangan pembelian produk. Artinya warna produk penting untuk ditampilkan pada kemasan.



Secara umum kualitas produk yang dikenal adalah registrasi produksi dan izin produk pada kemasan. Label izin produk sangat penting dicantumkan sebagai keamanan konsumen. Atribut daya simpan penting dicantumkan pada kemasan sebagai penanda ukuran usia produk dengan menggunakan kemasan transparan guna mempermudah konsumen dalam melihat warna produk.

### **KEMASAN PRODUK YANG DIINGINKAN**

Berdasarkan riset pemasaran yang dilakukan atas produk Jetan, calon konsumen mengharapkan karakteristik kemasan produk sebagai berikut:

### **DESAIN KEMASAN HAMPIR SERING MENJADI PERTIMBANGAN**

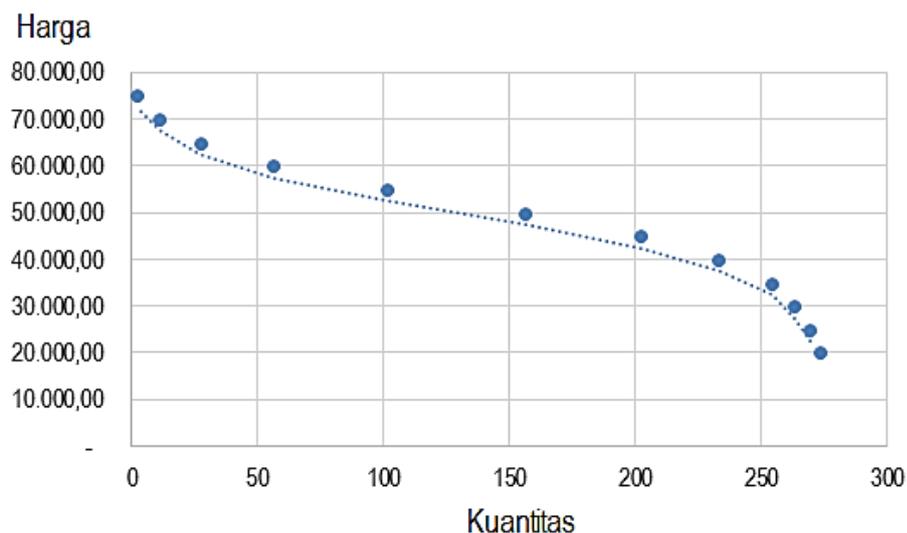
Walaupun tidak selalu menjadi dasar pertimbangan kemasan, rata-rata (5,47) konsumen sering melihat desain kemasan sebagai pertimbangan dalam membeli produk jahe instan. Hal ini tidak berbeda dengan kebanyakan konsumen yang mengkonsumsi jahe instan. Artinya desain kemasan penting untuk dipertimbangkan.

## KEMASAN *STANDING POUCH KRAFT PAPER* SANGAT DISUKAI

Berdasarkan keseluruhan, kemasan yang paling menjanjikan keuntungan berada pada kemasan *standing pouch kraft paper 250g*, karena kemasan ini telah dilakukan perhitungan harga pokok produksi. Berdasarkan *prototype* produk, Jetan telah menggunakan kemasan *standing pouch kraft paper* yang disukai.

## HARGA YANG DIINGINKAN KONSUMEN POTENSIAL JETAN

Berdasarkan keseluruhan, *margin* yang paling menjanjikan dalam mendapatkan keuntungan berada pada kemasan *standing pouch kraft paper 250g*. Masyarakat bersedia membeli di setiap tingkat harga tertentu yang telah ditentukan berkisar antara Rp20.000,00 sampai Rp75.000,00 dengan jangkauan konsumen 273 sampai 2 konsumen. Berdasarkan harga yang bersedia dibayar konsumen (*willingness to pay*) pada kemasan *type* ini, keuntungan optimal akan diperoleh pada harga Rp 40.000,00 dimana, penjualan bisa mencapai 85 % potensi pasar dengan potensi nilai penjualan sebesar Rp9.320.000,00.



## TEMPAT YANG DIINGINKAN CALON KONSUMEN POTENSIAL

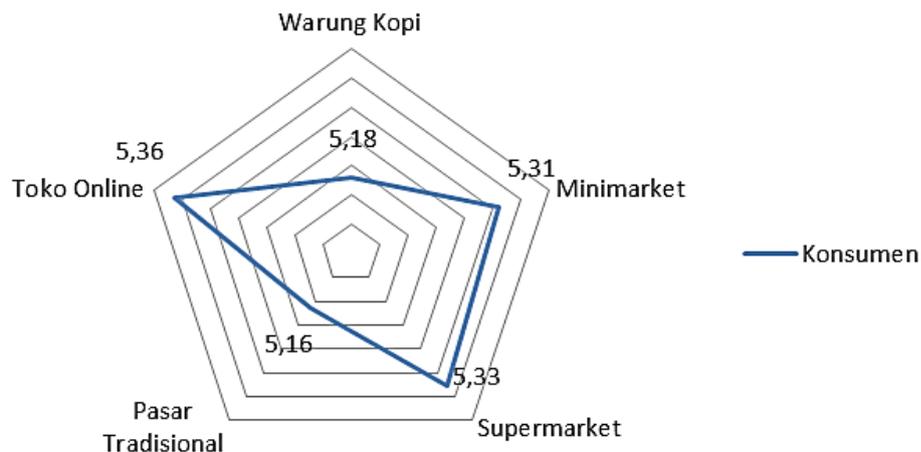
Berdasarkan riset pemasaran yang dilakukan atas produk Jetan, calon konsumen berharap memperoleh produk jahe instan sebagai berikut:

### TOKO ONLINE SERING DIKUNJUNGI

Berdasarkan keterjangkauan lokasi masyarakat menyatakan rata-rata konsumen sering (5,59) mengunjungi toko *online* sebagai tempat memperoleh informasi jahe instan. Artinya konsumen tidak ingin menjangkau tempat informasi jahe instan jauh-jauh, konsumen hanya ingin menjangkau produk dengan cara cepat dan dekat dengan melihat toko melalui *gadget*.

### SUPERMARKET DAN MINIMARKET SERING DIKUNJUNGI

Berdasarkan keterjangkauan lokasi masyarakat menyatakan rata-rata konsumen sering (5,55) dan (5,53) mengunjungi supermarket dan minimarket sebagai tempat memperoleh produk jahe instan. Artinya tempat yang berdekatan dengan konsumen adalah supermarket dan minimarket serta konsumen menyukai tempat yang memiliki infrastruktur yang memadai.



Secara umum tempat yang dikunjungi adalah toko *online*, supermarket dan minimarket. Toko *online* disenangi sebab memberikan kemudahan kepada konsumen dalam mencari, membandingkan, dan memilih produk pada saat santai tanpa mengeluarkan waktu dan biaya yang terkait dengan transaksi fisik. Supermarket dan minimarket disenangi sebab memiliki infrastruktur yang memadai dan memberikan kenyamanan pembeli saat berbelanja seperti pelayanan yang ramah, susunan barang rapi dan lebih menarik.

## **BAGAIMANA PERILAKU CALON KONSUMEN JETAN?**

### **MEMENTINGKAN OLAHRAGA**

Walaupun tidak selalu menjadi rutinitas masyarakat, rata-rata konsumen hampir selalu (5,67) memiliki aktivitas olahraga sebagai dasar dari gaya hidup. Hal ini tidak jauh berbeda dengan kebanyakan konsumen yang mengkonsumsi jahe instan menyatakan cukup penting. Artinya penting bagi konsumen untuk memiliki perilaku menghargai olahraga dalam meningkatkan kebugaran tubuh.

### **MEMENTINGKAN KONSUMSI HERBAL**

Berdasarkan perilaku masyarakat menyatakan rata-rata konsumen sering (5,75) mempunyai pandangan positif terhadap pentingnya konsumsi herbal sebagai pertimbangan pembelian jahe instan. Hal ini tidak jauh berbeda dengan kebanyakan konsumen yang mengkonsumsi jahe instan menyatakan penting. Artinya penting bagi masyarakat mengkonsumsi produk herbal.

### **RUTIN TERHADAP KONSUMSI HERBAL**

Berdasarkan perilaku masyarakat menyatakan rata-rata konsumen hampir selalu (5,57) memiliki pandangan positif terhadap seringnya konsumsi jahe instan. Hal ini tidak jauh berbeda dengan kebanyakan konsumen yang mengkonsumsi jahe instan menyatakan cukup penting. Artinya penting bagi masyarakat memiliki perilaku sering konsumsi herbal sebagai suplemen peningkat daya tahan tubuh.

## **MOTIVASI PENDORONG MENGGONSUMSI JETAN**

### **KHASIAT SANGAT PENTING BAGI KONSUMEN**

Berdasarkan motivasi pembelian kebanyakan masyarakat menyatakan khasiat produk sangat penting (5,76) dipertimbangkan sebagai dasar pembelian pembelian. Hal ini tidak jauh berbeda dengan kebanyakan konsumen yang mengkonsumsi jahe instan menyatakan sangat penting. Artinya Jetan harus menyampaikan khasiat produk.

### **KEALAMIAN PRODUK HERBAL SANGAT PENTING**

Berdasarkan motivasi pembelian kebanyakan masyarakat menyatakan sangat penting (5,77 dan 5,65) mempertimbangkan kealamian produk herbal sebagai dasar dalam pembelian. Hal ini tidak jauh berbeda dengan kebanyakan konsumen yang

mengonsumsi jahe instan menyatakan sangat penting. Artinya Jetan harus menyampaikan kealamian produk herbal kepada konsumen.

### **MAMPU MENYEHATKAN DAN MENYEMBUHKAN**

Berdasarkan motivasi pembelian kebanyakan masyarakat menyatakan sangat penting (5,80 dan 5,74) mempertimbangkan manfaat jahe instan dalam menyehatkan dan menyembuhkan penyakit tertentu. Hal ini tidak jauh berbeda dengan kebanyakan konsumen yang mengonsumsi jahe instan menyatakan sangat penting. Artinya Jetan produk Jetan harus mampu menyehatkan dan menyembuhkan penyakit tertentu.

### **CARA CALON KONSUMEN MENDAPATKAN INFORMASI JETAN**

#### **PENAWARAN LANGSUNG ADALAH CARA PALING EFEKTIF**

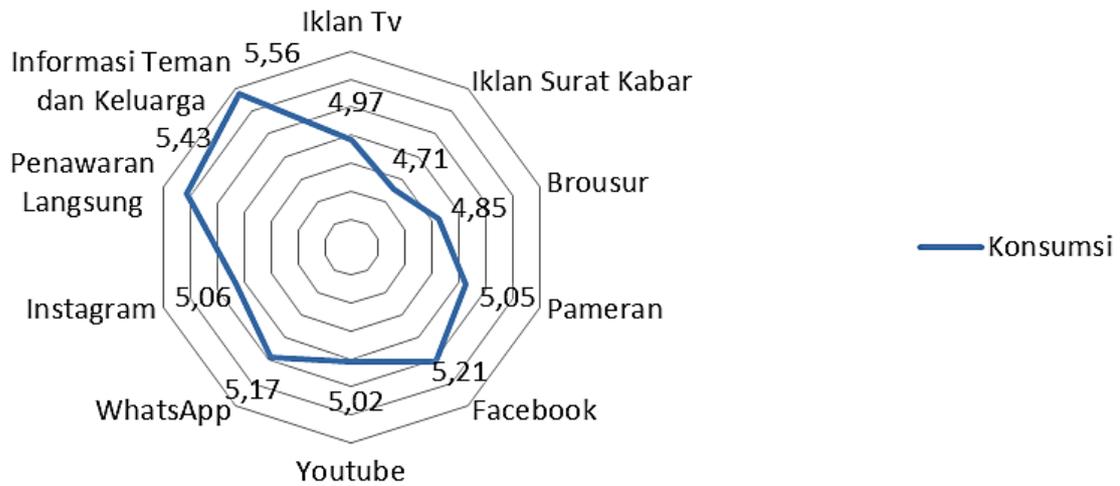
Berdasarkan media promosi yang sangat disukai (5,79 dan 5,66), sasaran promosi paling efektif bagi Jetan adalah penawaran langsung dengan mengandalkan referensi orang yang sudah pernah menggunakan dari teman atau keluarga. Artinya informasi jahe instan akan dapat tersampaikan kepada konsumen apabila menggunakan media penawaran langsung melalui rekomendasi keluarga atau teman.

#### **FACEBOOK ADALAH SOSIAL MEDIA PROMOSI TERBAIK**

Berdasarkan promosi pada sosial media rata-rata konsumen menyatakan setuju (5,41) apabila *Facebook* digunakan sebagai media dalam menyampaikan informasi jahe instan. Hal ini tidak jauh berbeda dengan kebanyakan konsumen yang mengonsumsi jahe instan menyatakan setuju *Facebook* sebagai media sosial terbaik dalam memperoleh informasi jahe instan. Artinya Jetan harus menggunakan sosial media *Facebook* dalam menyampaikan informasi jahe instan.

#### **WHATSAPP ADALAH SOSIAL MEDIA UNTUK BERKOMUNIKASI DENGAN KONSUMEN**

Pada dasarnya masyarakat setuju (5,38) apabila *WhatsApp* digunakan sebagai media berkomunikasi pesan instan kepada konsumen. Hal ini tidak jauh berbeda dengan kebanyakan konsumen yang mengonsumsi jahe instan menyatakan setuju. Artinya media *WhatsApp* digunakan sebagai sarana layanan pelanggan dalam berkomunikasi.



Secara umum hampir semua media promosi disukai, tetapi melihat pandangan tertinggi, maka media yang menjadi sasaran promosi paling kuat untuk jahe instan adalah referensi orang yang sudah pernah menggunakan dan penawaran langsung sebab mereka melihat sendiri khasiat dari jahe instan yang dikonsumsi. Selanjutnya urutan promosi yang disukai oleh masyarakat yaitu media digital *Facebook* serta *WhatsApp* menempati urutan ketiga dan keempat dari pilihan masyarakat. Media digital dipilih sebab memberikan kemudahan dalam penggunaannya dan membantu produsen dalam mempromosikan produk yang dijual kepada masyarakat luas tanpa harus bertatap muka.

## TUJUAN RENCANA PEMASARAN

Tujuan pemasaran jahe instan adalah mendorong *kontinuitas* dan *sustainability* penjualan produk jahe instan. Hal tersebut dikarenakan Jetan masih memiliki kendala dalam penjualan yaitu kurangnya minat pembelian berulang pada produk jahe instan serta penjualan tidak stabil. Sehingga Jetan berharap kedepannya jahe instan dapat dikenal oleh masyarakat banyak dan berkelanjutan.

$$\begin{aligned} \text{Dik} &= \frac{7 \text{ Kg/Hari}}{250 \text{ g}} = 28 \text{ Bungkus} \times 6 \text{ Hari} = 168 \text{ Orang} \\ &= 168 \times \frac{273}{233} = 195 \text{ Orang} \\ &= 195 \times 40.000 = 7.800.000 / \text{minggu (Omset)} \end{aligned}$$

Sasaran pemasaran Jetan ditetapkan berdasarkan perhitungan kapasitas produksi Jetan yaitu dalam 1 hari Jetan mampu memproduksi sebanyak 7 kg/250 g kemasan *standing pouch kraft paper* sehingga mendapatkan 28 bungkus yang dikalikan dengan asumsi jangka waktu penghabisan Jetan yaitu 6 hari, kemudian mendapatkan 168 orang. Selanjutnya 168 orang akan dikalikan dengan jumlah total responden sebesar 273 dan dibagi dengan jangkauan konsumen sebesar 233 orang, sehingga mendapatkan hasil sebanyak 195 jumlah konsumen yang dapat diraih. Dengan sasaran target sebesar 195 dengan harga Rp40.000 Jetan akan mendapat omset sebesar Rp7.800.000/minggu.

Berdasarkan penetapan penetapan sasaran harga, maka sasaran pemasaran yang akan dilakukan oleh Jetan adalah Jetan akan menghubungi 195 rumah teman dekat pelanggan baru dengan menggunakan sistem *referral* 1:1 bertujuan untuk memperluas calon pelanggan. Menurut jumlah konsumen yang harus diraih sebesar 195 dengan jangka waktu selama 6 hari maka dalam sehari, Jetan akan melakukan kampanye produk kepada 32-33 orang dengan menggunakan tenaga pemasaran sebanyak 5 orang.

Apabila konsumen potensial Jetan dapat diraih sebesar 195 orang/minggu maka akan dapat meningkatkan jumlah pengikut dan mendapatkan perhatian dari *followers* seperti *like* / minggu pada konten yang dibagikan di sosial media *Facebook* sehingga dapat menaikkan *brand* produk. Pada aplikasi *WhatsApp* Jetan harus mampu menampung ratusan pengikut konsumen sebagai media berkomunikasi terkait pelayanan dan informasi produk.

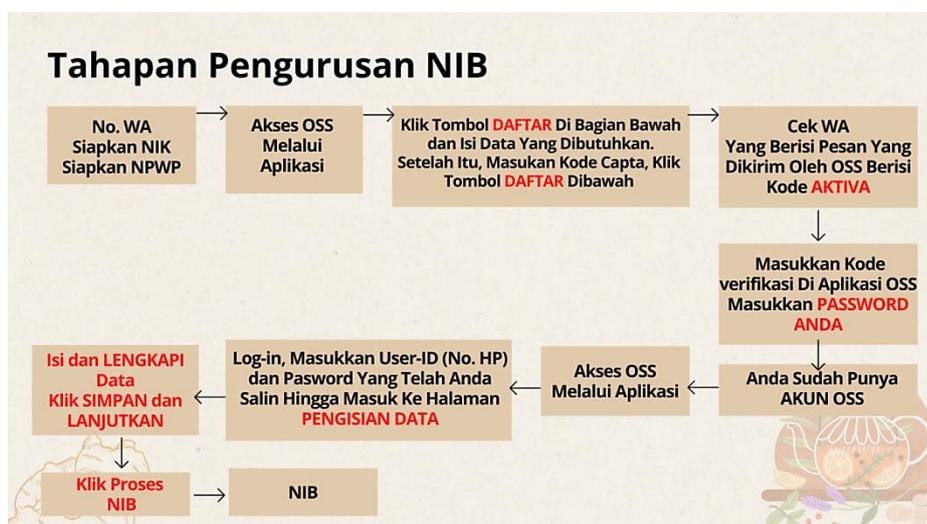
## STRATEGI PRODUK

### KUALITAS PRODUK

Dengan kualitas produk yang telah diketahui, maka Jetan harus memastikan produk sesuai dengan keinginan konsumen sebagai berikut:

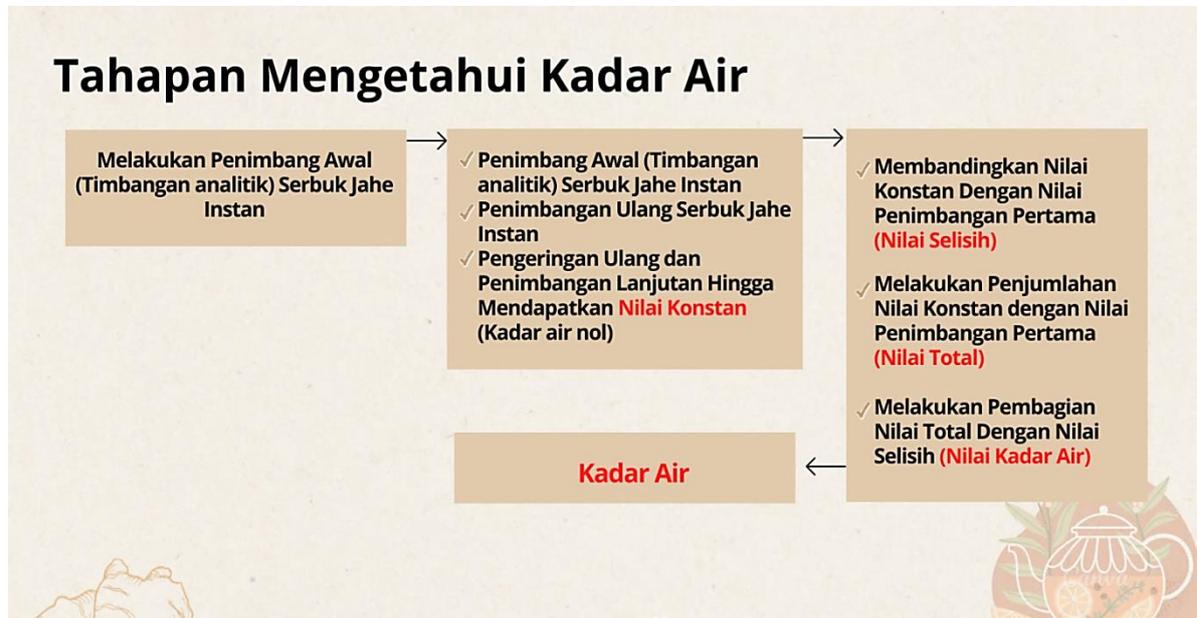
### IZIN PRODUK YANG MEMILIKI INTEGRITAS

Jetan akan melakukan pengurusan legalitas produk yang berintegritas dengan mengikuti persyaratan dan tahapan yang telah ditetapkan oleh OSS Kementerian Investasi/BKPM. Berikut merupakan persyaratan dan tahapan dalam pengurusan izin produk:



## DAYA SIMPAN YANG LAMA

Jetan akan melakukan pengurusan daya simpan (batas waktu penggunaan produk). Untuk mendapatkan mendapatkan daya simpan jahe instan, Jetan harus melakukan pengujian kadar air serbuk jahe instan menggunakan timbangan analitik. Berikut merupakan tahapan dalam mengetahui kadar air produk:



## RASA DAN WARNA

Jetan harus memproduksi jahe instan menggunakan takaran dari bahan rempah-rempah yang tepat sehingga mendapatkan rasa yang pas dan nikmat. Formula yang harus digunakan berada pada formula 1. Formula ini memiliki warna kuning kecoklatan dengan sensasi rasa rempah yang terasa manis sedikit pedas.

## KEMASAN

Berdasarkan desain dan bentuk kemasan yang disenangi konsumen, maka Jetan menguraikan deskripsi kemasan produk yang diinginkan konsumen sebagai berikut:

Berdasarkan tampilan kemasan yang diinginkan konsumen potensial, Jetan mendeskripsikan kemasan sebagai berikut:

- Warna putih pada kemasan melambangkan produk terbuat dari bahan murni alami
- Warna *orange* pada kemasan melambangkan produk herbal terbuat dari bahan baku jahe
- Tampilan daun pada penutup kemasan melambangkan ketenangan yang membuat perasaan *rileks* dan segar.
- Logo produk pada kemasan melambangkan identitas produk

- Kemasan menggunakan *standing pouch kraft paper* (bisa berdiri) dengan cantolan pada penutup kemasan sehingga mudah untuk digantung dan disimpan dimana saja.

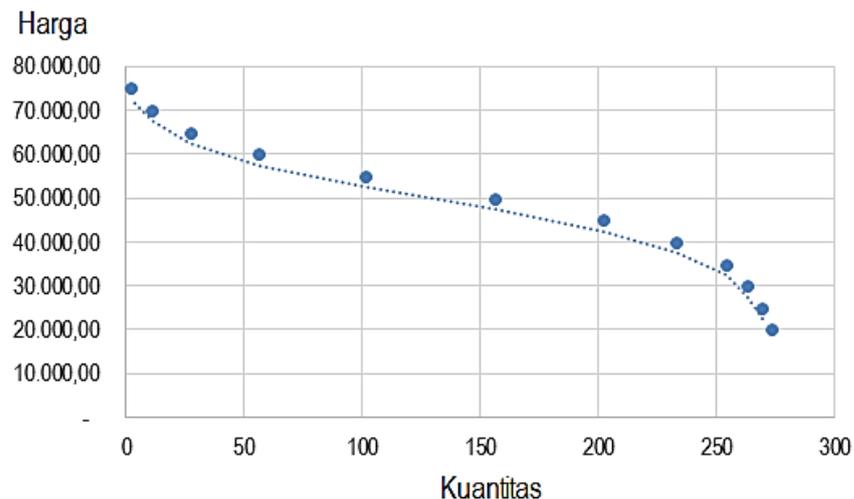


- Menggunakan kemasan *Ziplock* yang dapat dibuka dan ditutup kembali sesuai kebutuhan.
- Pencantuman legalitas produk terkait izin PIRT dan label halal melambangkan keamanan produk yang telah terintegritas.
- Pencantuman daya tahan produk yaitu informasi tanggal diproduksi (*Mgf. Date*) dan informasi tanggal kadaluarsa produk (*Exp. Date*) guna mempermudah konsumen dalam mengetahui batas waktu penggunaan produk.
- Menampilkan bentuk kemasan yang dapat melihat bentuk dan warna produk
- Menampilkan bahan baku produk yang terbuat dari 100 % bahan herbal alami
- Mencantumkan berat produk guna mempermudah dalam konsumen dalam memilih takaran/berat produk
- Mencantumkan industrialis jahe instan guna mempermudah konsumen dalam mengetahui produsen jahe instan
- Mencantumkan petunjuk penyeduhan guna mempermudah konsumen dalam pembuatan minuman jahe instan
- Mencantumkan petunjuk informasi lanjutan produk guna mempermudah konsumen dalam memahami produk.

- Mencantumkan petunjuk penyimpanan kemasan guna mempermudah konsumen dalam menyimpan produk yaitu untuk menjaga kualitas produk pastikan *Ziplock* tertutup rapat dan disimpan ditempat yang sejuk dan kering.

## STRATEGI PENETAPAN HARGA

Berdasarkan harga yang dapat diterima oleh konsumen, harga tertinggi berada pada kemasan *standing pouch kraft paper* 250 g.



Usaha Jetan dapat menjual jahe instan kepada konsumen pada tingkat harga Rp20.000,00-Rp75.000,00 dengan jangkauan konsumen 273-2 konsumen. Sedangkan harga yang bisa diterima oleh konsumen untuk menjamin penjualan dalam jumlah yang optimal berada pada harga Rp40.000,00 dengan jangkauan konsumen 233. Jika Jetan ingin melakukan penetrasi pasar maka, Jetan dapat melakukan penetrasi pada harga harga Rp20.000,00-Rp30.000,00 dikarenakan harga pokok produksi kemasan *standing pouch kraft paper* Jetan sebesar sebesar Rp15.535.000,00 sehingga Jetan masih memiliki kelonggaran pada harga tersebut.

## STRATEGI DISTRIBUSI

Jetan akan menggunakan penawaran langsung dalam mendistribusikan produk dengan cara melibatkan konsumen sebagai distributor langsung, melalui pembangunan jaringan secara langsung lewat teman atau keluarga (*key person*). Adapun strategi distribusi tersebut yaitu Jetan akan menggunakan sistem *multilevel marketing* (MLM) yaitu Jetan akan memberi kesempatan kepada para konsumen untuk turut terlibat sebagai penjual dan memperoleh keuntungan di dalam garis kemitraannya. Jetan tidak langsung memberikan jahe instan yang diproduksi ke konsumen. Namun konsumen akan mendapatkan produk melalui *key person*. Hal ini dapat menekan biaya distribusi yang dikeluarkan dari barang yang dijual.

## **STRATEGI KONVERSI**

Pemenuhan standar produk sesuai preferensi konsumen dan promosi Jetan akan meningkatkan pengenalan calon konsumen atas produk Jetan. Untuk merubah minat konsumen menjadi keputusan pembelian, terdapat dua faktor kunci penting, pertama persuasi personal melalui sistem penawaran langsung (melalui teman atau keluarga) yang berfungsi memberikan penjelasan tambahan tentang khasiat dan keunggulan produk pada calon konsumen. Faktor kunci kedua adalah harga penawaran yang bersaing dibandingkan dengan harga produk serupa lainnya. Harga juga disampaikan dalam proses persuasi personal.

Dengan melaksanakan kedua hal ini diharapkan calon konsumen dan peminat akan semakin banyak yang terkonversi menjadi konsumen. Konsekuensi logis konversi yang demikian adalah :

1. Jetan harus menyiapkan brosur atau spesifikasi produk, memuat keunggulan, komposisi, manfaat penggunaan yang membantu proses persuasi personal berjalan dengan baik.
2. Jetan harus mempersiapkan kebijakan harga dan sistem kemitraan yang memberikan kesempatan pada mitra, memperoleh manfaat dengan memperkenalkan Jetan pada relasi dan keluarga.

## **STRATEGI PROMOSI**

### **PENAWARAN LANGSUNG**

Jetan akan menggunakan sistem *multilevel marketing* (MLM) dengan membangun jaringan secara langsung lewat komunitas-komunitas yang bersifat pertemanan, kelompok keluarga, dan social (*key person*). Dalam membangun kepercayaan dan persepsi konsumen terhadap jahe instan, maka Jetan akan menggunakan produk sebagai media promosi langsung sebagai contoh dari bentuk produk yang sedang dipromosikan. Untuk menginformasikan dan memberikan pemahaman atas jahe instan, maka Jetan akan memanfaatkan kemasan produk sebagai media informasi, dimana pada kemasan Jetan akan menampilkan semua informasi terkait jahe instan guna mempermudah konsumen dalam mengenal produk.

Berdasarkan penjabaran diatas, tampilan kemasan sebagai media promosi sebagai berikut:

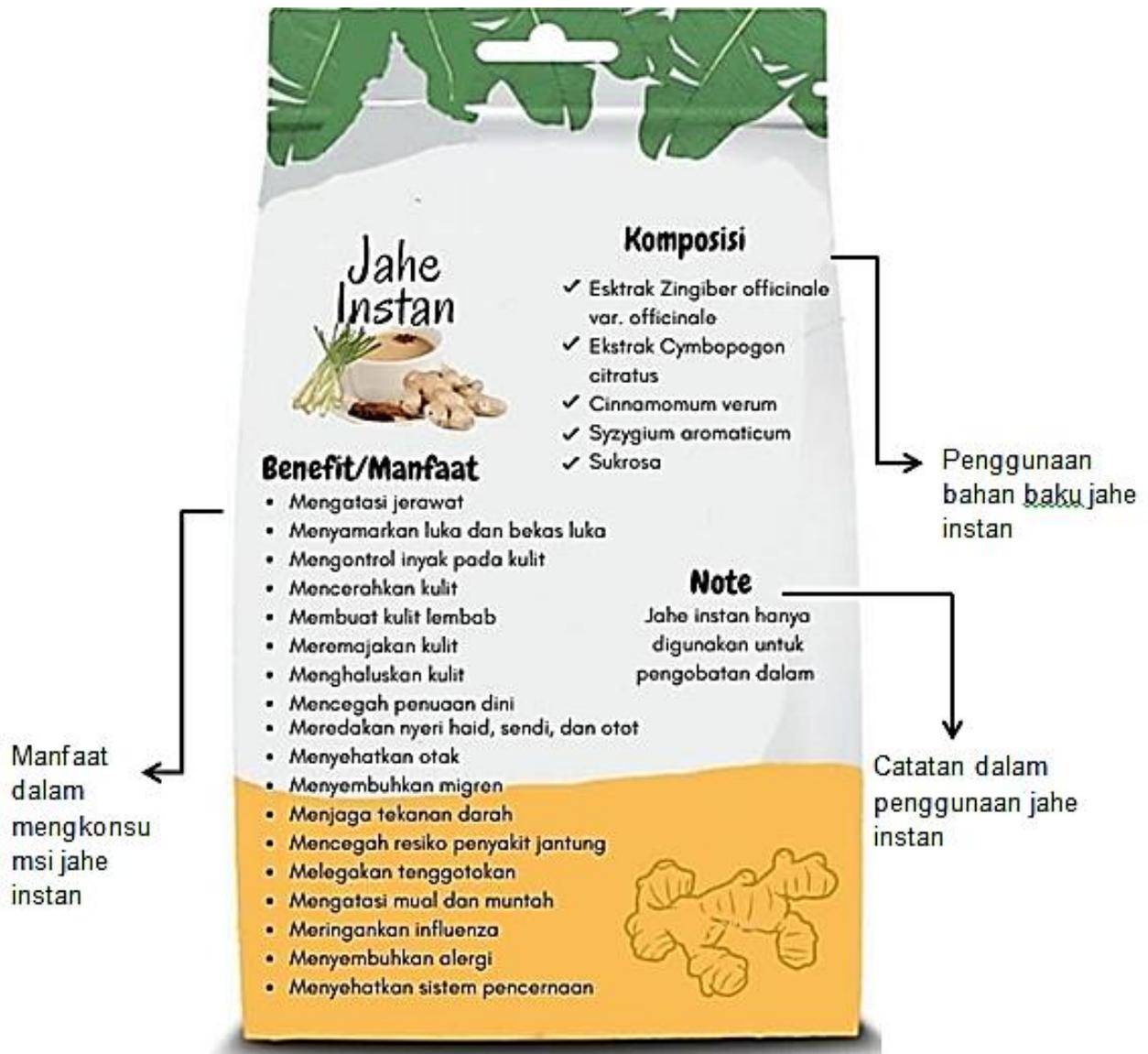
## TAMPILAN DEPAN



## TAMPILAN SUDIT KIRI



## TAMPILAN BELAKANG



✚ TAMPILAN SUDUT KANAN



## FACEBOOK

Jetan menggunakan sosial media sebagai tempat mempromosikan jahe instan. Pada media ini Jetan akan menampilkan bentuk produk, khasiat produk, kandungan produk, dan manfaat produk.

### TAMPILAN PRODUK



**Herbs Drink**  
100% Pure Ginger and Natural

**JEKAN**  
JAHE INSTAN  
SEHAT ALAMI

**Shop Now**

Get Natural Freshness  
By Consuming  
Instant Ginger

Jahe Instan  
Label HALAL

jahe Pilihan 100% Herbal Alami

Netto: 250 gr

Diproduksi oleh: Usah...

The advertisement features a central product package for 'Jahe Instan' (Instant Ginger) with a 'Label HALAL' and '100% Herbal Alami' (100% Natural) claim. The package is surrounded by fresh ginger roots, sliced ginger, and other spices like cinnamon and star anise. A circular logo on the left reads 'JAHE INSTAN JEKAN SEHAT ALAMI'. A 'Shop Now' call-to-action is presented in a starburst shape. The background is a warm, light beige color.

# Kulit Sehat Dan Bercahaya Dengan Ginger Drink

RASAKAN KHASIATNYA.!

- ✓ Mengatasi Jerawat
- ✓ Menyamarkan Luka dan Bekas Jerawat
- ✓ Mengonrol Minyak Pada Kulit
- ✓ Mencerahkan Kulit



- ✓ Membuat Kulit Lembab
- ✓ Meremajakan Kulit
- ✓ Menghaluskan Kulit
- ✓ Mencegah Penuaan Dini



# *Ginger Drink*

## Natural Herbs, No Side Effects



Minuman Instan Dengan Bahan Baku Utama Jahe Yang Disinergikan Dengan Herbal Pilihan Lainnya Seperti Ekstrak *Cymbopogon Citratus*, *Cinnamomum Verum*, *Syzygium Aromaticum*, Dan Sukrosa

Diproses Sesuai Standar Produksi Untuk Minuman Instan, Sehingga Menghasilkan Rasa Dan Sensasi Yang Khas





**DAYA TAHAN TUBUH KAMU MENURUN?  
NGAK USAHA KHAWATIR! JAHE INSTAN  
DAPAT MENINGKATKAN DAYA TAHAN  
TUBUH**

Meredakan Nyeri haid,  
Sendi, dan Otot

Menyehatkan Otak

Menyembuhkan Migren

Menjaga Tekanan Darah

Mencegah Resiko  
Penyakit Jantung

Melegakan Tenggorokan

Mengatasi Mual dan  
Muntah

Meringankan Influenza

Menyembuhkan Alergi

Menyehatkan sistem  
Pencernaan



## **WHATSAPP**

Jetan akan menggunakan media *WhatsApp* sebagai sarana pelayanan (*customer service*) dalam berkomunikasi kepada konsumen. Untuk dapat menjadi *customer service* Jetan akan menggunakan media *WhatsApp business* guna mempermudah dalam berinteraksi. Dalam penyebaran media *WhatsApp* Jetan akan menggunakan *figure short link* atau tautan, apabila konsumen ingin menghubungi usaha Jetan maka konsumen hanya cukup dengan mengklik tautan tersebut. Untuk menginformasikan dan memberikan pemahaman atas jahe instan maka Jetan akan memanfaatkan *chatbot* sebagai *autoresponder*.

Dalam akun bisnis Jetan, akan disampaikan informasi umum tentang khasiat, kealamian dan manfaat mengkonsumsi Jetan secara periodik (1 postingan setiap 2-3 hari).

## **STRATEGI TEMPAT**

### **PENAWARAN LANGSUNG**

Jetan akan mengedepankan penawaran langsung dalam bentuk tatap muka kepada konsumen dengan cara datang langsung dan masuk ke komunitas-komunitas yang bersifat pertemanan, kelompok keluarga, dan sosial. Kemudian Jetan akan melakukan pengenalan produk dengan menyampaikan keunggulan jahe instan seperti jahe instan mengandung bahan herbal alami, yang berkhasiat dalam menyehatkan dan menyembuhkan penyakit tertentu, menawarkan kepraktisan dalam kemasan dan penyeduhannya. Selanjutnya Jetan akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mencoba produk jahe instan sembari melakukan penawaran untuk pembelian jahe instan dan menawarkan konsumen untuk menjadi *key person* jahe instan dengan membangun jaringan secara langsung lewat teman atau keluarga dan memberikan imbalan bagi yang bersedia.

### **TOKO ONLINE**

Jetan menggunakan toko *online* untuk meningkatkan hubungan antara *brand* dan pelanggan dengan selalu memberikan pelayanan berdasarkan akses informasi yang dibutuhkan konsumen terkait jahe instan. Toko *online* akan memberikan penjelasan terkait keberadaan jahe instan yang dapat diperoleh di supermarket dan minimarket terdekat.

### **SUPERMARKET DAN MINIMARKET**

Jetan akan melakukan penjualan jahe instan di supermarket dan minimarket terdekat. Namun hal ini masih terkendala dengan izin produk dan daya tahan produk yang belum dilakukan pengurusan registrasi produk oleh pihak Jetan.

Diketahui oleh  
Founder Jetan

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Wahyu Mustafa', written in a cursive style.

(Wahyu Mustafa)

Template by WWW.SBDC.UH.EDU