

**ANALISIS ATRIBUT PRODUK PADA INDUSTRI DODOL KENTANG KARYA
MANDIRI DI KECAMATAN SIULAK KABUPATEN KERINCI PROVINSI
JAMBI**

OLEH :

WANIKE HARPA

03 114 001



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2011**

ANALISIS ATRIBUT PRODUK PADA INDUSTRI DODOL KENTANG KARYA MANDIRI DI KECAMATAN SIULAK KABUPATEN KERINCI PROVINSI JAMBI

ABSTRAK

Penelitian ini telah dilaksanakan selama tiga bulan mulai Desember 2010 sampai Februari 2011. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan produk industri dodol kentang Karya Mandiri dan menganalisis atribut produk industri dodol kentang Karya Mandiri dengan produk sejenis yang dihasilkan pesaing.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (*Case Study*). Metode pengambilan sampel yang digunakan *accidental sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 25 orang yaitu konsumen yang membeli dodol kentang yang diproduksi oleh industri dodol kentang Karya Mandiri, pedagang pengecer dan pemilik industri. Data yang diperoleh dijadikan data primer, sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait seperti Dinas Kesehatan Kabupaten Kerinci, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kerinci, Badan Pusat Statistik Kabupaten Kerinci.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa produk yang dihasilkan industri dodol kentang Karya Mandiri ini termasuk produk konsumsi. Selain dikonsumsi sendiri, konsumen menjadikan dodol kentang ini sebagai oleh-oleh. Hal ini dilihat dari alasan konsumen membeli produk ini. Walaupun tahan hingga satu bulan tetapi pihak industri tidak menggunakan bahan pengawet, baik untuk warna, aroma maupun rasa dari produk ini. Dari segi penampilan, produk ini hanya memiliki satu bentuk yaitu berbentuk balok. Untuk membedakan produknya dengan produk pesaing yang sejenis, pihak industri menggunakan kemasan kotak bersablon dalam memasarkan produknya dengan menggunakan merek Karya Mandiri.

Dari hasil analisis atribut produk diketahui bahwa kualitas warna, aroma, rasa, daya tahan, tekstur, penampilan dan keamanan dari produk industri dodol kentang Karya Mandiri sudah baik. Kemasan yang digunakan cukup baik, walaupun merek yang digunakan mudah diingat, diucapkan dan diterjemahkan ke dalam bahasa asing tetapi desain kemasan kurang rapi dan kurang bersih, kombinasi warna kurang jelas dan kemasan tidak tahan lama. Pelabelan produk ini kurang baik, karena penulisan nama dan huruf belum dicetak dengan baik. Warna simbol (logo) hampir sama dengan warna kemasan dan informasi produk pada desain label kurang lengkap.

Berhubung produk industri ini merupakan produk lama, sebaiknya industri memproduksi dodol kentang dengan berbagai jenis dalam bentuk yang baru atau berbeda dari sebelumnya. Disamping itu pada penelitian ini disarankan kepada pihak industri dodol kentang Karya Mandiri untuk memperhatikan dan memperbaiki atribut kemasan dan label kemasan. Pada label kemasan sebaiknya dicantumkan informasi mengenai berat bersih, merek dan tanggal kadaluwarsa (*expire date*).

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pentingnya sektor pertanian dalam perekonomian Indonesia tidak perlu diragukan lagi. Di samping peranan sektor pertanian terhadap PDB (Pendapatan Domestik Bruto), sektor ini juga sangat berperan terhadap penyediaan lapangan kerja, penyediaan bahan makanan, penyediaan penganekaragaman menu makanan, kontribusinya untuk mengurangi jumlah orang-orang miskin di pedesaan dan peranannya terhadap nilai devisa yang dihasilkan dari ekspor (Soekartawi, 1997).

Sektor pertanian masih merupakan tumpuan harapan sebagian besar penduduk di negara kita terutama sektor pertanian yang didukung subsektor agroindustri. Hal ini dapat dilihat ketika terjadinya krisis ekonomi yang dimulai pada tahun 1997 sampai dengan saat sekarang, Nurmawan cit Huda (2006) mengatakan bahwa pada saat lapangan usaha lainnya mengalami pertumbuhan negatif, sektor pertanian mampu bertahan bahkan tumbuh secara positif. Hal ini disebabkan karena kandungan lokal komoditi pertanian pada umumnya tinggi, sehingga memiliki daya saing yang tinggi. Di samping itu, produk yang dihasilkan oleh agroindustri dapat menghasilkan devisa dari hasil ekspornya.

Secara umum pertanian terdiri dari tanaman pangan, tanaman perkebunan, dan tanaman hortikultura. Hortikultura terdiri atas buah-buahan, sayur-sayuran, tanaman hias serta obat-obatan. Menurut Ashari (1995) manfaat produk hortikultura bagi manusia diantaranya adalah sebagai sumber pangan dan gizi, pendapatan keluarga, pendapatan negara, sedangkan bagi lingkungan adalah rasa estetikanya, konservasi genetik sekaligus sebagai penyangga kelestarian alam. Pemilihan komoditi sayur-sayuran dan buah-buahan untuk diusahakan merupakan salah satu upaya untuk mempercepat perkembangan perekonomian pedesaan pada khususnya, dan negara pada umumnya.

Pola produksi dan distribusi produk hortikultura pada umumnya masih tergantung pada musim. Karena itu penawaran hasil pada panen musim raya biasanya jauh lebih besar dibandingkan dengan permintaan. Selanjutnya tingkat harga penjualan pada petani sangat rendah dibandingkan dengan harga yang ada pada tingkat konsumen. Perbedaan harga yang tinggi disebabkan karena tingginya biaya produksi (angkut, susut/rusak) yang cukup besar (Ashari, 1995).

Komoditi kentang merupakan salah satu komoditi hortikultura di Propinsi Jambi. Untuk memenuhi kebutuhan pasar sebagian besar kentang didatangkan dari Kabupaten Kerinci, karena Kabupaten Kerinci merupakan sentra pengembangan kentang di Propinsi Jambi yang mempunyai potensi lahan sekitar 12.000 ha yang tersebar di beberapa kecamatan (Lampiran 1). Produksi kentang Kabupaten Kerinci tahun 2001-2004 mengalami peningkatan yaitu dari 46.562 ton menjadi 67.702 ton, tetapi pada tahun 2005-2006 produksi kentang menurun dan pada tahun 2007-2008 produksi kentang mengalami peningkatan kembali (Lampiran 2).

Untuk memperbesar pendapatan atau laba dalam pemasaran produk pertanian, produk tersebut adakalanya tidak langsung dipasarkan, tetapi perlu dilakukan pengolahan terlebih dahulu. Menurut Soekartawi (2003), pengolahan hasil pertanian merupakan komponen kedua dalam kegiatan agribisnis setelah produksi pertanian. Pengolahan hasil pertanian dapat memberikan nilai tambah terhadap suatu produk dan keinginan konsumen menjadi terpenuhi.

Sesuai dengan tofografi Kabupaten Kerinci dimana kondisi tanahnya sangat cocok untuk sektor pertanian dan perkebunan, akan tetapi dari kawasan budidaya pertanian dan perkebunan tersebut terdapat kawasan hunian yang semakin meluas yang sekaligus mengurangi kawasan pertanian dan perkebunan. Dengan mengecilnya kawasan budidaya dan perkebunan, maka ada beberapa alternatif untuk memberikan nilai tambah dan meningkatkan lapangan kerja masyarakat Kabupaten Kerinci salah satunya yaitu meningkatkan usaha sektor industri dan perdagangan (Bappeda, 2006).

Sektor industri termasuk Industri Kecil Menengah (IKM) merupakan sektor yang mempunyai peranan yang sangat strategis untuk mendukung pertumbuhan ekonomi seperti peningkatan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja serta peningkatan devisa. Untuk mencapai daya saing yang tinggi pada pasar dalam negeri maupun untuk tujuan ekspor, perlu dilakukan upaya transformasi keunggulan komperatif menjadi keunggulan kompetitif melalui peningkatan produktifitas. Oleh karena itu arah pengembangan industri kecil di Indonesia adalah dengan menggunakan atau meningkatkan keunggulan ilmu dan pengetahuan atau konsep klaster industri (Deperindag, 2008).

Jenis kegiatan ekonomi dari industri sangatlah beragam. Salah satunya yang berhubungan dengan sektor pertanian yaitu Agroindustri. Menurut Saragih (2001),

Agroindustri merupakan salah satu bentuk industri hilir yang berbahan baku produk pertanian dan menekankan pada produk olahan dalam suatu perusahaan atau industri. Disamping itu, agroindustri yang merupakan tahapan pembangunan sebagai kelanjutan pembangunan pertanian sebelum mencapai pembangunan industri. Kegiatan dari industri kecil atau menengah sekarang ini lebih diarahkan ke sektor agroindustri.

Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kerinci (2008), sektor industri merupakan salah satu sektor unggulan di Kabupaten Kerinci yang jumlahnya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2000, jumlah industri kecil dan kerajinan rumah tangga yang ada di Kabupaten Kerinci sebanyak 631 unit usaha dan meningkat pada tahun 2007 menjadi 1.271. Dalam pemanfaatan tenaga kerja, industri kecil telah menyerap tenaga kerja sebanyak 1.371 orang pada tahun 2000, dan meningkat menjadi 3.504 orang pada tahun 2007 (Lampiran 3).

Peningkatan usaha sektor industri di Kabupaten Kerinci lebih di titik beratkan pada industri pengolahan, yang lebih spesifiknya adalah sektor pengolahan hasil pertanian berupa industri makanan. Dalam perkembangannya saat ini kebutuhan makanan dengan berbagai bentuk dan rasa telah dijadikan sebagai sarana usaha untuk mencari penghasilan. Oleh karena itu, berbagai jenis bentuk dan rasa makanan telah banyak ditawarkan oleh para pelaku ekonomi yang bergerak dalam industri makanan dan minuman (Bappeda, 2006).

Salah satu industri yang termasuk dalam kelompok industri makanan yang mengolah hasil pertanian terutama dari kentang di Kabupaten Kerinci adalah industri dodol kentang. Dimana industri ini melakukan proses produksi dengan mengolah kentang, gula, kelapa, tepung, air dan bumbu lain menjadi produk yang bernilai tambah dan siap dikonsumsi.

Perkembangan usaha bisnis dalam era globalisasi saat ini semakin pesat ditandai dengan tingkat persaingan produk yang semakin tinggi dan ketat, keadaan tersebut menyebabkan industri pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan usaha, memperoleh laba optimal serta dapat memperkuat posisi dalam menghadapi pesaing dimana untuk mencapai tujuan tersebut tidak terlepas dari usaha pemasaran.

Strategi pemasaran yang tepat sangat menentukan keberhasilan penjualan. Salah satu pokok pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian adalah

atribut produk dan harga produk yang ditawarkan perusahaan. Jika perusahaan tidak peka terhadap apa yang dibutuhkan konsumen, maka dapat dipastikan bahwa perusahaan akan kehilangan banyak kesempatan untuk mendapatkan konsumen.

Atribut produk adalah unsur-unsur pada produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk ini bisa berupa warna, kemasan, mutu, dan sebagainya. Dalam tahap evaluasi, konsumen membuat peringkat atas atribut yang dimiliki oleh sebuah produk dan membentuk nilai untuk membeli. Dan biasanya, keputusan pembelian konsumen adalah membeli produk dengan atribut yang paling disukai (Tjiptono, 2001).

Dari hasil definisi tersebut maka jelas bahwa atribut suatu produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Pada dasarnya keputusan konsumen untuk membeli dan mengonsumsi suatu produk tertentu sangat dipengaruhi oleh atribut yang melekat pada produk tersebut, karena tidak mungkin seorang konsumen membeli suatu produk tanpa mengetahui atribut atau keunggulan produk tersebut.

Atribut produk yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan sangat penting artinya karena berguna untuk menaruh minat akan selera. Disamping itu perlu dilakukan beberapa inovasi-inovasi terhadap atribut produk yang dihasilkan seperti: peningkatan kualitas suatu produk. Hal ini penting dilakukan untuk memperluas pangsa pasar dan agar perusahaan bisa tetap mempertahankan konsumennya.

Dodol kentang merupakan produk industri kecil yang banyak digemari dan dikonsumsi oleh masyarakat sebagai makanan ringan (*snack*). Dodol ini sering digunakan sebagai makanan untuk pesta, makanan untuk keluarga serta oleh-oleh makanan kecil khas dari Kabupaten Kerinci yang dibawa keluar daerah.

Semakin meningkatnya minat masyarakat akan dodol menyebabkan semakin banyaknya industri dodol yang bermunculan, akibatnya satu jenis produk terdapat banyak pilihan merek yang tersedia di pasaran. Konsumen sebagai sasaran pemasaran produk perusahaan, menentukan sendiri apa-apa yang ingin dibeli, sehingga antara konsumen satu dengan yang lain belum tentu akan memilih produk yang sama.

Saat ini banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih sebuah produk makanan, dengan beragamnya pilihan produk di pasar semakin banyak pula pertimbangan yang dipakai oleh konsumen. Ketika melihat produk konsumen tidak saja mempertimbangkan kualitasnya saja, mungkin konsumen tertarik pada merek, warna,

desain, dan atribut produk lainnya. Dengan demikian, atribut produk dianggap merupakan unsur penting dalam proses pemasaran.

Konsumen memiliki banyak alternatif untuk membeli produk yang diinginkan. Salah satu cara yang digunakan konsumen dalam membedakan satu produk dengan produk lainnya adalah citra yang tersusun dalam persepsinya untuk memilih produk yang akan dibeli. Citra produk dapat berupa kualitas, kegunaan, dan manfaat produk ataupun faktor lainnya (Durianto, 2001). Simamora (2001) mengatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada seberapa mampu organisasi tersebut memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dan memenuhinya secara lebih efisien dan efektif dibanding pesaing.

Intinya, atribut produk dianggap merupakan unsur paling penting dalam proses pemasaran. Dengan mengetahui atribut produk yang paling penting bagi konsumen, perusahaan dapat membuat kombinasi atribut produk atau karakteristik produk yang sesuai dengan keinginan konsumen sasaran. Pengetahuan tersebut dapat dijadikan dasar kegiatan pengembangan atau penyempurnaan produk dimasa yang akan datang.

1.2 Perumusan Masalah

Pada tahun 1993 kebijakan Pemerintah Daerah melalui Kantor Departemen Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kerinci memulai pembinaan tentang pengolahan kentang diberbagai desa, hal ini dilaksanakan sebagai suatu kegiatan sosialisasi teknologi sederhana bagi masyarakat sekaligus mencari calon-calon wirausaha baru yang mau mengolah kentang menjadi produk industri, serta membuka lapangan kerja baru serta meningkatkan nilai tambah kentang dengan menghasilkan produk : dodol kentang, keripik kentang, kerupuk kentang, tepung kentang dan donat kentang (Bappeda, 2006).

Adanya upaya pengembangan industri dodol kentang berarti mendorong masyarakat untuk memperbaiki keadaan perekonomian dalam meningkatkan taraf hidup, di samping itu dapat pula memperluas kesempatan kerja. Oleh sebab itu perlu adanya perhatian dari pemerintah untuk terus mengembangkan industri dodol kentang tersebut.

Industri dodol kentang merupakan salah satu industri kecil dan kerajinan rumah tangga di Kabupaten Kerinci yang sentra produksinya di Desa Lubuk Nagodang Kecamatan Siulak, dan industri ini mempunyai nilai tambah tersendiri bagi masyarakat

baik nilai ekonomis maupun kekhasan rasa dodol kentang itu sendiri dan bisa untuk dikembangkan. Salah satu dari sentra industri tersebut adalah Karya Mandiri. Industri dodol kentang Karya Mandiri mulai beroperasi sejak bulan agustus tahun 2000, industri ini merupakan industri pengolahan dodol kentang yang pertama kali terdaftar di Dinas Kesehatan Kabupaten Kerinci (Lampiran 4). Oleh sebab itu industri ini sering menjadi acuan bagi industri lain yang juga memproduksi dodol kentang dalam mengembangkan usahanya.

Industri yang dipimpin oleh ibu Basniar ini digolongkan sebagai industri kecil. Pada awal berdirinya industri ini mengalami banyak kendala seperti lamanya waktu yang dibutuhkan untuk produksi/pengolahan. Hal ini dikarenakan pemilik belum memahami betul bagaimana mengelola industri dodol kentang. Kendala pertama yang dihadapi adalah dalam penggunaan alat yang masih manual, sehingga mulai dari awal proses produksi hingga akhir proses produksi membutuhkan tenaga kerja yang banyak.

Pertama kali berproduksi industri dodol kentang ini membutuhkan sekitar 26 orang tenaga kerja, hal ini dikarenakan dalam proses pemasakan dodol kentang dilakukan dengan cara menggunakan kuali atau wajan ukuran besar yang dijering ditungku dengan bahan bakar kayu yang dimasak oleh beberapa orang tenaga kerja dan pada saat itu kuali yang digunakan sebanyak 3 buah. Selama proses tersebut berlangsung tidak dapat dilakukan oleh satu orang tenaga kerja karena akan membutuhkan waktu yang lama. Disamping itu penggunaan alat yang manual juga berdampak pada kualitas dodol kentang yang dihasilkan, seperti adonan yang tidak bercampur rata dan adonan masih terasa kasar sehingga sulit dalam melakukan pencetakan. Karena adonan tidak bercampur rata menyebabkan dodol hanya bertahan 2 minggu.

Berkat kerja keras pemilik dan tenaga kerja yang selalu memperlihatkan kesungguhannya dalam mengembangkan usahanya, pada tahun 2007 Dinas Perindustrian dan Perdagangan memberikan bantuan kepada industri dodol kentang Karya Mandiri berupa peralatan yang terdiri dari 1 buah mesin pengupas kentang, 1 buah mesin penggiling kentang dan 1 buah mesin pengukur kelapa. Bantuan peralatan juga diberikan oleh Dinas Pertanian Pusat yaitu mesin pemasak dodol kentang sebanyak 1 buah. Dengan adanya bantuan mesin tersebut mempermudah pengolahan dodol kentang, waktu yang dibutuhkan tidak terlalu lama dan tidak lagi membutuhkan tenaga

kerja yang banyak serta produk yang dihasilkan juga lebih baik dan lebih tahan lama dari yang sebelumnya.

Seiring dengan perkembangannya sebagian tenaga kerja yang dulunya bekerja di industri tersebut, saat ini telah mendirikan industri kecil masing-masing. Pada saat ini industri dodol kentang Karya Mandiri hanya mempekerjakan 10 orang tenaga kerja termasuk pemilik industri sendiri karena untuk pengolahan sudah menggunakan mesin.

Kendala kedua yang dihadapi oleh usaha ini adalah mengenai pemasarannya. Izin kesehatan terhadap produk yang membutuhkan waktu yang lama dalam prosesnya menyebabkan pemasaran tidak berjalan sesuai dengan yang diharapkan, pemasaran hanya terbatas pada lingkungan sekitar rumah pemilik industri dodol kentang. Setelah izin Departemen Kesehatan keluar pada tanggal 1 Agustus 2003, pemilik mulai mendistribusikan dan memasarkan produknya ke toko-toko (minimarket) di kota Sungai Penuh Kabupaten Kerinci. Akan tetapi pada toko-toko (minimarket) tersebut terdapat pesaing dari produk lain yang sejenis yaitu dodol kentang yang berasal dari industri di daerah yang sama, hal ini menyebabkan pemasaran dodol kentang Karya Mandiri sedikit terhambat yang dikarenakan selera konsumen yang selalu cenderung ingin mencoba sesuatu yang baru. Pada akhirnya perubahan selera konsumen bisa mengancam produk industri dodol kentang Karya Mandiri.

Disamping itu industri dodol kentang Karya Mandiri belum juga berani memasarkan produknya keluar daerah dikarenakan produk menghadapi kendala mengenai kemasan yang digunakan. Pada awalnya, produk dodol kentang ini dikemas dengan kertas minyak biasa kemudian dimasukkan ke dalam kotak plastik dengan berat 150 gr. Pengemasan ini dilakukan dengan tujuan agar dodol kentang tersebut tahan lama dan pada kotak plastik tersebut diberi label lengkap dengan izin kesehatannya untuk meyakinkan para konsumen dengan harapan pendistribusiannya dapat dilakukan lebih luas lagi. Akan tetapi pada kenyataannya daerah pemasaran dodol kentang hanya mengalami sedikit peningkatan dari yang sebelumnya, industri tersebut hanya mampu menambah satu tempat pemasaran saja yang masih berada dalam satu wilayah. Karena masih merasa tidak puas dengan penghasilan yang didapat tersebut pemilik mulai memikirkan untuk mengganti kemasan produk dengan menggunakan 2 jenis kemasan dengan berat masing-masing 150 gr, yaitu yang pertama dodol kentang dikemas dengan menggunakan kertas minyak berlabel yang berlapis lilin dimasukkan ke dalam kotak

plastik diberi label kemudian dimasukkan lagi ke dalam kotak bersablon. Yang kedua dodol kentang dikemas dengan kertas minyak berlapis lilin dan langsung dimasukkan ke dalam kotak bersablon. Tujuan dari semua pengemasan tersebut adalah untuk menghindari cahaya dan udara yang masuk yang dapat menyebabkan dodol kentang tidak tahan lama, dengan kertas minyak berlapis lilin dan kotak tersebut membuat dodol kentang dapat bertahan lebih lama serta diharapkan dapat menarik minat para pembeli. Tetapi pada kemasan yang pertama tidak dicantumkan tanggal kadaluwarsa, dan pada kemasan yang kedua juga tidak dicantumkan tanggal kadaluwarsa serta nama industri. Hal ini akan menimbulkan keraguan para konsumen untuk mengonsumsi produk tersebut sehingga menyebabkan produk kurang mampu menyaingi produk lain.

Dampak lain yang ditimbulkan terhadap industri adalah ketidakstabilan produksi, yaitu dodol kentang hanya mengalami peningkatan produksi pada saat liburan dan lebih meningkat lagi pada saat lebaran tetapi setelah itu produksi kembali seperti biasa (Lampiran 5).

Dari uraian di atas terlihat jelas bahwa kondisi tersebut menuntut industri dodol kentang Karya Mandiri untuk beradaptasi dan terus menerus belajar, agar cepat tanggap terhadap persaingan baru maupun potensi pasar baru. Tuntutan ini cukup beralasan mengingat sebagai industri yang memproduksi dodol kentang, produk yang dihasilkan mengandung variasi rasa maupun bentuk yang memerlukan daya kreatifitas dan inovasi agar tetap kompetitif dan untuk itu menuntut pemilik maupun tenaga kerja untuk terus menerus berkreatifitas dengan cara belajar.

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan maka muncul beberapa pertanyaan sebagai berikut: bagaimana deskripsi produk industri dodol kentang Karya Mandiri? Dan bagaimana atribut produk industri dodol kentang Karya Mandiri dengan produk sejenis yang dihasilkan pesaing. Untuk menjawab tentang persoalan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Analisis Atribut Produk Pada Industri Dodol Kentang Karya Mandiri Di Kecamatan Siulak Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi"**

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mendeskripsikan produk industri dodol kentang Karya Mandiri.
- b. Menganalisis atribut produk industri dodol kentang Karya Mandiri dengan produk sejenis yang dihasilkan pesaing.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau menjadi rujukan bagi industri dodol kentang Karya Mandiri dalam mengambil keputusan di dunia usaha dalam menghadapi kondisi lingkungan yang akan terus menerus berubah. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi mereka yang ingin mempelajari lebih lanjut tentang industri dodol kentang Karya Mandiri ini.

III. KESIMPULAN DAN SARAN

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Analisis Atribut Produk Pada Industri Dodol Kentang Karya Mandiri di Kecamatan Siulak Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi, dapat disimpulkan bahwa:

1. Dodol kentang yang diproduksi oleh industri dodol kentang Karya Mandiri merupakan produk konsumsi berupa makanan ringan yang bisa dijadikan alternatif buah tangan atau oleh-oleh karena rasanya yang enak dan cara mengkonsumsinya jauh lebih praktis dari kentang biasa. Dodol kentang yang dihasilkan oleh industri dodol kentang Karya Mandiri terdiri dari 7 warna, 7 rasa dan 7 aroma. Untuk menghasilkan warna, rasa dan aroma tersebut pihak industri tidak menggunakan bahan pengawet sehingga dodol kentang yang dihasilkan mampu bertahan hingga 1 bulan. Semua jenis dodol kentang yang dihasilkan tersebut dicetak berbentuk balok dengan ukuran 6 cm x 1,5 cm x 1 cm dengan berat masing-masing 12,5 gr. Untuk memasarkan produknya industri dodol kentang ini menggunakan merek Karya Mandiri yang dicetak pada kertas label dengan warna yang disesuaikan dengan jenis dodol kentang yang dihasilkan. Sebelum memasarkan produknya, dodol kentang dikemas terlebih dahulu agar dodol kentang lebih mudah dibawa. Kemasan yang digunakan terbuat dari kertas bersablon, tujuannya agar dapat melindungi dodol dengan baik dan agar terlihat lebih menarik.
2. Untuk analisa atribut produk industri dodol kentang Karya Mandiri dengan produk lain yang sejenis yang terdiri dari 3 variabel tersebut, diperoleh kesimpulan bahwa:
 - a) Kualitas produk, industri dodol kentang Karya Mandiri sangat memperhatikan kualitas dari produk yang dihasilkan. Hal ini terbukti dengan sangat memperhatikan pelaksanaan proses produksi, dimana pemilik berusaha agar rasa dodol ini sesuai dengan selera atau keinginan konsumen. Berdasarkan pendapat konsumen, kualitas produk dodol kentang yang dihasilkan oleh industri dodol kentang Karya Mandiri sudah baik. Terlihat pada persentase pendapat mereka mengenai warna, aroma, rasa, daya tahan, tekstur, penampilan dan keamanan produk.

- b) Kemasan produk, industri dodol kentang Karya Mandiri menggunakan kotak bersablon sebagai kemasan produknya. Berdasarkan pendapat konsumen, walaupun desain kemasan dan warna kemasannya kurang menarik serta daya tahan kemasan kurang baik, tetapi kemasan yang digunakan oleh industri dodol kentang Karya Mandiri sudah cukup baik. Hal ini Terlihat pada persentase pendapat mereka, salah satunya yaitu mengenai merek (brand) yang digunakan mudah diingat, mudah diucapkan dan mudah diterjemahkan ke dalam bahasa asing.
- c) Pelabelan produk, label yang digunakan oleh industri dodol kentang Karya Mandiri terbuat dari kertas dengan warna yang disesuaikan dengan warna dan rasa produk. Selain itu, juga terdapat label pada kemasan yang dibuat dengan cara dicetak langsung pada kemasan. Berdasarkan pendapat konsumen, pelabelan produk yang digunakan oleh industri ini kurang baik. Terlihat pada persentase pendapat mereka mengenai penulisan nama, huruf, simbol (logo) dan desain label.

3.2 Saran

1. Disarankan kepada pihak usaha agar lebih kreatif mengeluarkan ide baru dengan memproduksi berbagai jenis dodol kentang dalam bentuk atau tampilan yang berbeda. Kemudian untuk menghemat biaya, disarankan kepada pihak industri untuk tidak menggunakan kemasan plastik, sebaiknya dodol kentang hanya dikemas dengan kemasan kotak bersablon saja.
2. Disarankan kepada pihak usaha agar lebih memperhatikan dan memperbaiki atribut produk terutama atribut kemasan serta label kemasan, karena atribut ini sangat penting bagi konsumen. Pihak industri sebaiknya mengganti kemasan yang lama dengan kemasan yang lebih menarik lagi dan lebih spesifik. Pada label kemasan yang digunakan sebaiknya mencantumkan semua informasi yang dianggap penting tentang produk seperti merek, berat bersih (*netto*) dan tanggal kadaluwarsa (*expire date*).

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1991. *Managing Brand Equity*. The Free Press. New York.
- All, Ries. 2000. *Desain Produk Sebuah Pengantar*. ITB. Bandung.
- Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Ashari, Sumeru. 1995. *Hortikultura Aspek Budidaya*. Penerbit: Universitas Indonesia. Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Astawan, Made dan Mita Wahyuni Astawan. 1991. *Teknologi Pengolahan Pangan Nabati Tepat Guna*. CV. Akademika Pressindo. Jakarta.
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah. 2006. *Analisis Potensi Produk Unggulan Kabupaten Kerinci*. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Kerinci.
- Badan Pusat Statistik. 2009. *Kerinci dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kerinci.
- Dasmiral. 2008. *Analisis Pengaruh Atribut Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Merek Lucky Strike di Kota Padang*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas. Padang.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kerinci. 2008. *Kompetensi Inti Produk Olahan Kentang dan Cassiavera Kabupaten Kerinci*. Pemerintah Kabupaten Kerinci.
- Durianto, Damardi. 2001. *Strategi Menetapkan Pasar Melalui Ekuitas dan Perilaku Merk*. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Gitosudarmo, Indriyo. 1995. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. BPF.
- Gobe, Marc. 2001. *Emotional Branding*. Alih Bahasa Bayu Mahendra. Erlangga. Jakarta.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Media Pressindo. Yogyakarta.
- Huda, Nurul. 2006. *Analisis Strategi Perusahaan CV. Rasdi & Co*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Hal 1
- Kamsiati, Elmi. 2010. *Pentingnya Keamanan Pangan Pada Industri*. <http://kalteng.litbang.deptan.go.id>. [31 Agustus 2010]

- Khotijah, Siti. 2004. *Smart Strategy Of Marketing*. Bandung : Alfabeta.
- Klimchuk, Marianne dan Krasovec. 2007. *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*. Erlangga. Jakarta.
- Kosim, Alfaini. 2000. *Pemberdayaan Usaha Kecil Melalui Pola Kemitraan di Bidang Agribisnis*. Depkop dan Pengusaha Kecil Menengah. Pekan Baru.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Edisi Milenium*. PT.Prehalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gerry Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Lauren dan Widjaja. 2007. *Dimensi Kualitas Produk*. <http://skripsi-konsultasi.blogspot.com>. [10 Juli 2010].
- Mutis, Thobi. 1993. *Usaha Kecil, Industri Kecil, Koperasi dan Keterkaitannya*. Dalam Teguh Sulistia. *Aspek Hukum Usaha Kecil dalam Ekonomi Kerakyatan*. 2006. Andalas University Press. Padang.
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Out, Dhim. 2009. *Desain Grafis Pada Kemasan*. <http://www.dhim-out.co.tv>. [2 November 2010]
- Qinah, Elysa. 2009. *Pengaruh Kosentrasi Gula Pasir dan Tepung Ketan Terhadap Sifat Kimia Serta Daya Simpan Dodol Ubi Jalar Ungu*. <http://repository.usu.ac.id/bitstream>. [20 Oktober 2010]
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power of Brand, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Retnowati, Dewi. 2006. *Pemanfaatan Terung Sebagai Bahan Pembuatan Dodol*. <http://digilib.unnes.ac.ad//skripsi>. [15 Oktober 2010]
- Riduwan. 2003. *Dasar-Dasar Statistika*. Alfabeta. Bandung.
- Risanto, Yusuf. 2010. *Arti Sebuah Nama*. <http://yusufrisanto.blogspot.com>. [2 November 2010]
- Sameto, Hudaro. 2001. *Proses Pembuatan Marketing dan Riset Konsumen*. PT.Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Saragih, Bungaran. 2001. *Suara dari Bogor: Membangun Sistem Agribisnis*. Yayasan USESE. Bogor.
- Satuhu, S dan Sunarmani. 2004. *Membuat Aneka Dodol Buah*. Penebar Swadaya. Jakarta.

- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- SNI.1992. *Dodol*. SNI 01-2986-1992. Pusat Standarisasi Industri. Departemen Perindustrian. Jakarta.
- Soekartawi. 1997. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi. 2003. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekarto, 2002. *Penilaian Organoleptik Untuk Industri Pangan dan Hasil Pertanian*. Liberty. Yogyakarta.
- Stanton, William J. 1996. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Drs. Yohanes Lamartu, MBA, MSM. Edisi Ketujuh. Erlangga. Jakarta.
- Sugianto, Soleh. 2009. *Definisi Higiene Sanitasi*. <http://solehsugianto.blogspot.com>. [1 November 2010]
- Sulistia, Teguh. 2006. *Aspek Hukum Usaha Kecil dalam Ekonomi Kerakyatan*. Andalas University Press. Padang. 260 Hal
- Sumarwan, U. 2001. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia. Jakarta.
- Suyono, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta : Andi
- Swastha, B dan Sukotjo. 1993. *Pengantar Bisnis Modern*. Edisi Ketiga. Liberty. Yogyakarta.
- Swastha, B dan Sukotjo. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Edisi Ketiga. Liberty. Yogyakarta.
- Tambunan, Tulus. 1999. *Perkembangan Industri Skala Kecil Indonesia*. Mutiara Sumber Widya. Jakarta. 249 Hal
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kelima. Yogyakarta. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Tohar, M. 2004. *Membuka Usaha Kecil*. Kanisius. Yogyakarta.
- Turyoni, Dwi. 2007. *Pengaruh Penambahan Gula Kelapa Terhadap Kualitas Dodol Tapai Kulit Singkong*. <http://digilib.unnes.ac.id/skripsi>. [20 Oktober 2010]
- Winarno, F.G. 2004. *Kimia Pangan*. PT. Gramedia. Jakarta.