

## **RESPON MASYARAKAT TERHADAP PRODUK KOPI JAHE CABE JAMU SEBAGAI INOVASI PRODUK BARU**

Lia Kristiana<sup>1</sup>, Muhammad Shoimus Sholeh<sup>2</sup>, Rosy Suswanto<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Madura

<sup>2,3</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Madura

<sup>2</sup> moh.shoimus@gmail.com

### **ABSTRAK**

*Produk kopi jahe cabe jamu merupakan salah satu produk baru yang diproduksi oleh PT. Bisma sebagai bentuk pengembangan pemanfaatan produk pertanian melalui pemberian nilai tambah ekonomi dalam bentuk produk kopi jahe cabe jamu. Adapun varian dari produk kopi jahe cabe jamu yaitu ada lima varian yaitu rasa pedas, sangat pedas, original, kopi dan gula serta kopi dan susu. Agar inovasi produk baru bisa dikenal dan diterima masyarakat maka perlu dilakukannya test pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui respon masyarakat pamekasan terhadap varian rasa kopi jahe cabe jamu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui respon masyarakat terhadap lima varian rasa kopi jahe cabe jamu. Penelitian dilakukan di Kabupaten Pamekasan melibatkan 100 responden dengan menggunakan metode purposive sampling. Teknik pengumpulan data yaitu dengan Quisioner dan Wawancara mendalam. Metode analisa data dengan menggunakan SPSS. Dari hasil uji validitas diperoleh bahwa semua item pertanyaan yang digunakan sudah valid tingkat kesalahan 5% sedangkan uji reabilit diperoleh bahwa semua item yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen dengan cara test pasar sudah reliable baik dimana nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari pada r tabel. Berdasarkan tes pasar diatas panelis lebih suka dengan varian kopi jahe cabe jamu sangat pedas yaitu sebanyak 58% karena rasanya yang lebih unik dan menyegarkan.*

**Kata kunci:** respon masyarakat, kopi, cabe jamu, inovasi

### **ABSTRACT**

*The coffee product jahe cabe jamu is one of the new products produced by PT. Bisma as a form of development of the use of agricultural products through the provision of economic added value in the form of coffee products jahe cabe jamu. The variants of the coffee product jahe cabe jamu are five variants, namely spicy, very spicy, original, coffee and sugar and coffee and milk. In order for new product innovations to be known and accepted by the community, a market test is needed. This study aims to determine the response of the public to the taste variants of coffee jahe cabe jamu. This study aims to determine the response of the community to the five flavors of coffee jahe cabe jamu. The study was conducted in Pamekasan Regency involving 100 respondents using the purposive sampling method. Data collection techniques are by questionnaires and in-depth interviews. Data analysis method using SPSS. From the results of the validity test, it was found that all the question items used had a valid error rate of 5%, while the reliability test found that all items used to measure customer satisfaction by means of market tests were reliable, where the Cronbach's Alpha value was greater than r table. Based on market tests above, the panelists preferred the very spicy jahe cabe jamu coffee variant which was as much as 58% because it was more unique and refreshing.*

**Keywords:** community response, coffee, cabe jamu, innovation

### **PENDAHULUAN**

Cabe jawa atau cabe jamu (*Piper retrofractum* Vahl.) merupakan tanaman rempah yang umumnya diolah menjadi obat tradisional bagi masyarakat maupun industri minuman, jamu, dan obat. Sebagai obat tradisional, cabe jawa digunakan sebagai stimulan, karminatif, tonik, dan perawatan ibu melahirkan (Vinay et al., 2012), juga untuk mengobati asma, kejang

perut, lemah syahwat, penyakit infeksi bakteri (Jamal et al., 2013), pembangkit selera makan, dan menurunkan kolesterol (Kim et al., 2011).

Cabe jamu merupakan salah satu potensi unggulan Madura yang diolah menjadi jamu Madura. Segmentasi produk jamu yang berbahan cabe jamu yaitu bagi orang yang sudah berkeluarga dan jarang di konsumsi oleh anak muda padahal kaya

akan manfaat. Agar olahan cabe jamu dikenal dan diminati oleh masyarakat secara umum maka diperlukan adanya inovasi produk. Inovasi merupakan unsur kekuatan sumber daya manusia yang handal untuk menggerakkan kemajuan manusia dalam penelusuran (Supriyatno, 2014).

Melalui inovasi, diharapkan dapat menciptakan produk baru atau membuat produk yang merupakan perbaikan dari produk yang telah ada sebelumnya. Dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen memperhatikan apakah produk yang dipilih memiliki nilai tambah atau kelebihan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis (Curatman et al., 2016). Menurut Tjiptono (2008) produk baru dapat meliputi produk orisinil, produk yang di sempurnakan, produk yang di modifikasi, serta merek baru yang di kembangkan melalui usaha riset dan pengembangan.

Trend saat ini yang sering menjadi bahan konsumtif bagi masyarakat yaitu kopi maka dari itu salah satu solutif untuk meningkatkan nilai jual cabe jamu dengan cara menciptakan produk kopi cabe jamu. Kopi jahe cabe jamu merupakan salah satu produk baru dari hasil olah tanaman cabe jamu yang dipasarkan yang diproduksi oleh PT. Bisma. proses pengolahan cabe jamu yaitu pemanfaatan cabe jamu dikombinasikan dengan kopi dan jahe sebagai bentuk pengembangan pemanfaatan produk pertanian melalui pemberian nilai tambah ekonomi dalam bentuk produk kopi jahe cabe jamu. Sehingga akan tercipta rasa yang unik dan menyegarkan. Produk ini adalah produk unggulan perguruan tinggi. Adapun varian dari produk kopi jahe cabe jamu yaitu ada lima varian yaitu pedas, sangat pedas, original, Kopi+Gula dan Kopi +Susu.

Setiap produk baru yang diluncurkan, biasanya akan mendapatkan respon tertentu dari konsumen sebagai penilaian awal terhadap produk baru tersebut (Andriani, 2005). Respon konsumen memiliki peranan dalam membentuk perilaku konsumen (Dharmayanti, 2012). Menurut Putri (2018) Respon

konsumen terhadap produk baru perlu diketahui oleh produsen sehingga produk tersebut dapat dievaluasi kekurangannya serta memberikan rasa puas terhadap konsumen dan akan berdampak pada pembelian ulang yang akan dilakukan oleh konsumen. Maka dari itu diperlukan adanya test pasar terhadap produk kopi jahe cabe jamu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui respon masyarakat terhadap lima varian rasa kopi jahe cabe jamu dari segi rasa dan aroma.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan di Kabupaten Pamekasan melibatkan 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yaitu dengan Quisioner dan Wawancara mendalam. Tahapan penelitian yaitu (1) melakukan tester pada setiap varian rasa, (2) wawancara terhadap responden terkait tester kopi jahe cabe jamu yang telah diminum atau dicicipi, (3) pengolahan data dengan uji validitas dan reabilitas.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Uji Validitas**

Setelah memperoleh data untuk dianalisis, sebelumnya dilakukan uji validitas terhadap item pertanyaan yang diberikan kepada masyarakat yang dijadikan sampel untuk uji test kopi jahe cabe jamu. Metode uji validitas dilakukan untuk memperoleh hasil apakah pertanyaan yang dituangkan dalam kuesioner sudah valid.

Dari hasil uji validitas diperoleh bahwa semua item pertanyaan yang digunakan sudah valid dimana nilai koefisien korelasi ( $r$ ) lebih besar dari pada  $r$  tabel. Uji validitas merupakan tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2004). Penelitian ini menggunakan sebanyak 100 sampel. Nilai  $r$  tabel diperoleh  $df$  (100-2) sebesar 0.197 dengan tingkat kesalahan

1% dan 0.256 dengan tingkat kesalahan 5%. Hasil uji validitas disajikan pada Tabel 1.

**Uji Reabilitas**

Setelah semua item pertanyaan dilakukan uji validitas, selanjutnya dilakukan uji reabilitas untuk mengetahui konsistensi item pertanyaan yang digunakan atau alat ukur yang digunakan. Pada tahap uji validasi item pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid dilakukan uji reabilitas dengan menggunakan metode Alpha (Cronbach's) Hasil uji reabilitas disajikan pada Tabel 2.

Dari hasil analisis diperoleh bahwa semua item yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen dengan cara test pasar sudah *reliable* baik dimana nilai Cronbach's Alpha lebih besar daripada  $r_{tab}$ .

**Hasil Tes Pasar**

Pada varian original penilaian para panelis terhadap variable 1 rasa yang tidak terlalu pedas yaitu sebanyak 25 % panelis mengatakan sangat setuju, 52% setuju, 15% netral, 5 % tidak setuju, 3% tidak setuju artinya rasa kopi original rasanya tidak terlalu pedas. Pada Variabl ke 2

**Tabel 1**  
**Validitas masing-masing item pertanyaan**

No	Item	Koefisien Korelasi (r)	Hasil
Original	X <sub>1</sub>	0.426**	Valid
	X <sub>2</sub>	0.469**	Valid
	X <sub>3</sub>	0.369**	Valid
	X <sub>4</sub>	0.377**	Valid
	X <sub>5</sub>	0.411**	Valid
Pedas	X <sub>1</sub>	0.271**	Valid
	X <sub>2</sub>	0.427**	Valid
	X <sub>3</sub>	0.496**	Valid
	X <sub>4</sub>	0.455**	Valid
	X <sub>5</sub>	0.505**	Valid
Sangat Pedas	X <sub>1</sub>	0.532**	Valid
	X <sub>2</sub>	0.442**	Valid
	X <sub>3</sub>	0.332**	Valid
	X <sub>4</sub>	0.465**	Valid
	X <sub>5</sub>	0.467**	Valid
Kopi Susu	X <sub>1</sub>	0.587**	Valid
	X <sub>2</sub>	0.361**	Valid
	X <sub>3</sub>	0.488**	Valid
	X <sub>4</sub>	0.298**	Valid
	X <sub>5</sub>	0.377**	Valid
	X <sub>6</sub>	0.557**	Valid
Kopi Gula	X <sub>1</sub>	0.242*	Valid
	X <sub>2</sub>	0.485**	Valid
	X <sub>3</sub>	0.392**	Valid
	X <sub>4</sub>	0.609**	Valid

\*signifikan dengan tingkat kesalahan 5% (  $r_{tabel}$ , 0.256)

\*\*signifikan dengan tingkat kesalahan 1% (  $r_{tabel}$ , 0.197)

Sumber: Data Primer Diolah, 2018.

(Pedas) rasa cabe jamu terasa, sebanyak 20 panelis menjawab sangat setuju, 60 % setuju, 17% netral, Tidak setuju 3 % dan sangat tidak setuju 0%, Artinya pada variable ke 2 ini 60 % panelis mengatakan rasa cabe jamu yang terasa. Pada variable ke 3 (Sangat Pedas) paling banyak panelis setuju sebanyak 60 % dengan rasa sangat pedas, rasa sangat pedas didapatkan dari jahe dan cabe jamu. jahe memberikan rasa hangat di lidah begitu juga dengan cabe jamu yang memberikan rasa pedas ditenggorokan. Pada variable yang ke 4 (kopi susu) yaitu hanya sebanyak 45 % panelis yang menyatakan setuju terhadap rasa susu dibandingkan dengan rasa cabe jamu, kopi dan jahe nya. sisanya yaitu sebanyak 30% setuju dan 23 netral. Susu yang digunakan yaitu susu full cream bubuk. Pada variable 5 (kopi gula) sebanyak 53% panelis mengatakan bahwa manisnya terasa, dalam satu takaran kopi kami menggunakan 1, 5 sendok gula sehingga rasa manisnya terasa. Berdasarkan tes pasar diatas panelis lebih suka dengan varian kopi jahe cabe jamu sangat pedas yaitu sebanyak 58% karena rasanya yang lebih unik dan menyegarkan. Atal and Ojha (1964) melaporkan rasa cabe jawa pedasnya seperti lada dan sedikit rasa jahe. Menurut Djauhariya dan Rosman (2008), di Madura serbuk dari buah biasa dibubuhkan ke dalam minuman seperti teh, kopi, susu dan minuman lainnya. Penduduk Ulias di Ambon menggunakan buah cabe jamu sebagai rempah pengganti cabe rawit. Hasil Penelitian Putri (2018) terkait analisis respon konsumen terhadap atribut produk menunjukkan bahwa secara keseluruhan konsumen dapat menerima dan merasa puas

**PENUTUP**

Berdasarkan tes pasar diatas panelis lebih suka dengan varian kopi jahe cabe jamu varian pedas yaitu sebanyak 58% karena rasanya yang lebih unik dan menyegarkan rasa pedasnya tidak terlalu tinggi dibandingkan dengan varian rasa sangat pedas. Secara umum produk kopi jahe cabe jamu disukai oleh konsumen karena khasiat dan adanya perbedaan dengan produk kopi sebelumnya yaitu adanya rasa pedas pada kopi.

**DAFTAR PUSTAKA**

Andriani, Dian, 2005, Analisis Respon konsumen Terhadap Kualitas Produk AMDK Rasa Buah Aqua Splash Of Fruit Rasa Strawberi dan Orange Mango Serta Implikasinya Terhadap bauran Pemasaran (Studi Kasus: Stand ASOF - Plaza Blok M, Jakarta Selatan). Skripsi. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Curatman, A. Rahmadi, Maulany, S. Ikhsani M. M. 2016. Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. Jurnal Logika 18(3): 61-75.

Dharmayanti, Diah, 2012, Analisa Sensitivitas Respon konsumen Terhadap Ekstensifikasi Merek (Brand Extention) Pada Margarine Merek Filma Di Surabaya. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra. Surabaya.

**Tabel 2**  
**Uji Reabilitas**

Varian	Cronbach's Alpha	Hasil
Original	0.536	Reliable
Pedas	0.583	Reliable
Sangat Pedas	0.605	Reliable
Kopi Susu	0.626	Reliable
Kopi Gula	0.544	Reliable

Sumber: Data Primer Diolah, 2018.

- Jamal, Y., P. Irawati, A. Fathoni, A. Agusta. 2013. Chemical constituents and antibacterial effect of essential oil of javaness pepper leaves (*Piper retrofractum* Vahl.). *Media Litbangkes* 23(2): 65-72.
- Kim, K.J., M.S. Lee, K. Jo, J.K. Hwang. 2011. Piperidine alkaloids from *Piper retrofractum* Vahl. protect against high-fat diet-induced obesity by regulating lipid metabolism and activating AMP-activated protein kinase. *Biochem. Biophys. Res. Commun* 411(1): 219-225.
- Putri, Amditya. 2018. Analisis Respon Konsumen Terhadap Risoles Clemotan Kasus Pada Produk Praktek Kewirausahaan. Skripsi. Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Supriyatno, B. 2014. Daya Inovasi Dan Kreativitas Produk Dalam Pengembangan Usaha Kripik Tempe Di Kabupaten Ngawi. *Media Prestasi* 13(1): 65-71.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Andi. Yogyakarta.
- Vinay, S., K. Renuka, V. Palak, C.R. Harisha, and Prajapati. 2012. Pharmacognostical and phytochemical study of *Piper Longum* L. and *Piper retrofractum* Vahl. *Journal of Pharmaceutical and Scientific Innovation* 1(1): 62-66.