

Analysis of Consumer Satisfaction on Iced Tea Poci Beverage Products in Sumedang

Ila Karmila¹, Dea Apriliana², Mohammad Helgan Agustina³, Raka Febrian⁴, Tuti Christiyanti Alapiah⁵, Yusuf Mulyana⁶, Zulvazaqiah Nasrulloh⁷

Universitas Sebelas April Sumedang

ila.feb@unsap.ac.id, deaapriliana24@gmail.com, mohhelgan@gmail.com, rakaafebriannn545@gmail.com, tutialafiah11@gmail.com, yusufmulyana725@gmail.com, zulvaasuy78@gmail.com

Article Info

Article

history:

Received Jan
12, 2025

Revised, Feb
20, 2025

Accepted
March 17,
2025

ABSTRACT

This study aims to find factors that influence the satisfaction of iced tea pot buyers in Sumedang and find out why buyers prefer this product over other products. Taste, price, and service quality are the components studied. This research uses a qualitative method with a descriptive approach. Informants were selected based on direct experience, so the sample was taken randomly. In-depth interviews, documentation and observation were used to collect data. Primary and secondary data were the sources, and facts from the interviews were used to analyze the data. Taste quality, competitive prices, friendly service, and strategic location are the factors that most influence customer satisfaction, according to the results of the study. Product selection is due to affordable price.

Keywords:

Consumer
satisfaction
Es Teh Poci
Taste
Price
Service
quality



Copyright © 2022 SINTESA. All rights reserved.

Corresponding Author:

Ila Karmila,

Program Studi Manajemen,

Universitas Sebelas April,

Jl. Angrek Situ No. 19 Kelurahan Situ, Kecamatan Sumedang Utara, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45323.

Email: ila.feb@unsap.ac.id

1. INTRODUCTION

Dalam beberapa tahun terakhir, industri minuman Indonesia, khususnya minuman berbasis teh, telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Es Teh Poci, yang telah menjadi favorit pelanggan Sumedang, adalah salah satu produk yang menonjol dalam kategori ini. Es Teh Poci berhasil menarik banyak pelanggan karena rasanya yang unik dan cara penyajiannya yang menarik, terutama di kalangan remaja dan orang umum. Es Teh Poci adalah minuman berbasis teh yang dijual melalui waralaba atau franchise dan telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Kabupaten Sumedang karena popularitasnya yang meningkat.

Di Kabupaten Sumedang, es teh poci sangat populer karena harganya yang murah dan banyaknya gerai yang tersebar di mana-mana. Konsumen dapat menikmati berbagai rasa es teh poci. Rasa-rasa ini terbagi menjadi tiga kategori: Original (melati dan vanila), Fruity (apple, lemon honey, leci, mangga, dan blackcurrant), dan Creamy (cokelat, teh thai, cappuccino, dan varian terbaru fruity creamy seperti mango creamy).

Namun saat ini persaingan untuk minuman yang berbasis teh di Kabupaten Sumedang sangat ketat karena banyaknya merek – merek lain yang menawarkan produk serupa seperti, seperti Es Teh Solo, Es Teh Melek, Es Teh Candu, dan lain-lain. Oleh karena itu para mitra Es Teh Poci perlu mengadopsi strategi untuk mempertahankan kepuasan konsumen. Langkah ini meliputi peningkatan kualitas produk serta pengalaman pelanggan agar konsumen terus loyal dan kembali mengunjungi gerai.

Keberhasilan sebuah perusahaan sangat bergantung pada kepuasan konsumen. Ketika konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung melakukan pembelian ulang dan bahkan merekomendasikannya kepada

orang lain. Menurut Kotler dan Keller (2007:54), kepuasan konsumen didefinisikan sebagai perasaan puas atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan antara kinerja produk sebenarnya dengan anggapan yang sudah terbentuk sebelumnya. Oleh sebab itu, memahami berbagai faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk minuman Es Teh Poci menjadi sangat penting, sehingga diperlukan penelitian lebih mendalam mengenai hal tersebut.

Industri minuman teh Indonesia sangat populer dan terus berkembang. Indonesia adalah negara penghasil teh terbesar di dunia, dengan Jawa Barat memproduksi teh paling banyak, menyumbang sekitar 70% dari produksi nasional. Oleh karena itu, banyak industri minuman ringan menggunakan teh sebagai sarana untuk mengembangkan bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk Es Teh Poci. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut, manajemen Es Teh Poci dapat merumuskan strategi untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan, sekaligus memperkuat daya saing mereka di pasar.

1) **Kepuasan Konsumen**

Konsumen mengevaluasi tingkat kepuasan mereka setelah menggunakan suatu produk atau layanan, yang mencerminkan sejauh mana produk tersebut memenuhi harapan mereka. Menurut Kotler dan Keller (2007), seperti yang dikutip oleh Ruslim dan Rahardjo (2016), kepuasan konsumen didefinisikan sebagai perasaan puas atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan antara kinerja produk sebenarnya dengan anggapan yang sudah terbentuk sebelumnya.

2) **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

• Rasa

Rasa adalah salah satu penentu utama kenikmatan konsumen terhadap makanan dan minuman.. Cita rasa, menurut Drummond dan Brefere (2010), didefinisikan sebagai proses memilih makanan atau minuman berdasarkan rasa yang dihasilkan oleh pengecap rasa. Konsumen cenderung menyukai barang-barang yang tidak hanya rasanya enak tetapi juga terlihat menarik. Akibatnya, produsen, termasuk Es Teh Poci, berusaha untuk membuat produk berkualitas tinggi dengan cita rasa yang konsisten dan memenuhi harapan pelanggan.

• Harga

Biaya yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa tertentu dikenal sebagai harga. Menurut Tjiptono (2001), harga adalah elemen strategi pemasaran yang paling fleksibel karena dapat disesuaikan dengan dinamika pasar. Salah satu daya tarik utama Es Teh Poci adalah harganya yang terjangkau, terutama bagi para pelajar yang sering mencari barang berkualitas tinggi dengan harga bersaing. Strategi penetapan harga yang kompetitif tidak hanya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan lama tetapi juga menarik perhatian pelanggan baru.

• Kualitas Pelayanan

Sejauh mana layanan memenuhi kebutuhan konsumen meskipun tidak dapat dirasakan secara langsung disebut sebagai kualitas layanan. Menurut Stanton (1996), kualitas pelayanan mencakup beberapa dimensi, seperti:

- Bukti fisik (tangible) : fasilitas, perlengkapan, dan penampilan karyawan.
- Jaminan (assurance) : rasa aman dan kepercayaan yang diberikan.
- Daya tanggap (responsiveness) : kecepatan dan kejelasan layanan.
- Keandalan (reliability) : kemampuan memberikan layanan sesuai janji.
- Empati (empathy) : perhatian dan kepedulian terhadap konsumen.

Layanan yang ramah dan penyelesaian keluhan yang cepat memiliki dampak yang signifikan terhadap pengalaman konsumen yang positif. Menurut penelitian ini, tingkat kepuasan pelanggan Es Teh Poci yang tinggi merupakan hasil langsung dari layanan berkualitas tinggi, dan hal ini dapat meningkatkan loyalitas merek..

2. **METHOD**

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Berdasarkan buku *Metodologi Penelitian* karya Syafrida Hafni Sahir (halaman 6), pendekatan kualitatif adalah strategi penelitian yang bertujuan memahami fenomena melalui data yang dikumpulkan, menghasilkan analisis deskriptif berdasarkan pernyataan lisan dari responden. Penelitian ini bertujuan memberikan penjelasan yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai berbagai komponen, karakteristiknya, serta hubungannya dengan fenomena yang diteliti.

Data dikumpulkan melalui dokumentasi, wawancara, dan observasi. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung perilaku konsumen di lokasi penelitian, termasuk proses pemilihan produk dan interaksi dengan penjual. Wawancara dilakukan secara terstruktur, di mana peneliti mengajukan pertanyaan yang telah dirancang sebelumnya dan memberikan pertanyaan serupa kepada setiap narasumber sesuai dengan informasi yang diperlukan. Aktivitas observasi dan wawancara tersebut didokumentasikan menggunakan foto dan rekaman audio.

Dalam penelitian ini, data primer dan sekunder digunakan sebagai sumber informasi. Menurut Sugiyono (2016:225), data primer diperoleh langsung dari sumbernya, misalnya melalui wawancara langsung dengan pemilik dan pelanggan Es Teh Poci. Sebaliknya, Hasan (2002) menyatakan bahwa data sekunder merupakan informasi yang telah dikumpulkan dan diambil oleh peneliti dari sumber yang sudah ada sebelumnya.

Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling untuk memilih sampel. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa purposive sampling adalah metode pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti memilih informan yang memiliki pengetahuan langsung mengenai produk Es Teh Poci. Pemilihan informan didasarkan pada beberapa kriteria, seperti pengelolaan kemitraan, penjual, dan pelanggan tertentu. Analisis data dilakukan melalui proses pengumpulan, penyederhanaan, penyajian, dan penarikan kesimpulan dari fakta-fakta yang diperoleh melalui wawancara.

3. RESULTS AND DISCUSSION

1) Sejarah Es Teh Poci

Es Teh Poci memiliki sejarah yang kaya, dimulai dari pendirian perusahaan oleh keluarga Sosrodjojo pada tahun 1953. Produk ini dihasilkan dari teh berkualitas yang ditanam di perkebunan sendiri dan diolah dengan standar pabrik berstandar Eropa milik PT Gunung Slamet. Sejak tahun 2007, Es Teh Poci telah bermitra dengan lebih dari 8000 Juragan Es Teh Poci di seluruh Indonesia, dengan penjualan mencapai lebih dari 30.000.000 cup per bulan.

Di Sumedang, kantor kemitraan resmi didirikan pada 1 Maret 2024, menandai langkah penting dalam memperluas jangkauan produk ini di wilayah tersebut. Perusahaan Teh Poci telah berkembang menjadi sebuah entitas besar dengan status PT. Sementara itu, mitra-mitra kemitraan yang tergabung dapat dikategorikan sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pada awalnya, mitra Teh Poci yang berada di Sumedang berpusat pada kantor induk di Bandung. Namun, untuk mendukung pengembangan bisnis dan efisiensi operasional, dibuka kantor khusus di Sumedang. Semua kebutuhan bahan baku untuk mitra-mitra di Sumedang disuplai langsung dari kantor ini. Berdasarkan informasi dari Rika, admin di kantor kemitraan Kabupaten Sumedang, terdapat setidaknya 67 gerai Es Teh Poci yang telah tersebar di wilayah Sumedang.

2) Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada kru Outlet Es Teh Poci dan perwakilan konsumen Es Teh Poci, beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut.

- **Rasa** : Pemilik dan konsumen menekankan pentingnya cita rasa yang konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas rasa menjadi inti dari kepuasan konsumen. Evaluasi berkala yang dilakukan oleh pemilik membantu menjaga standar produk.
- **Harga** : Harga ekonomis menjadi salah satu alasan utama konsumen memilih Es Teh Poci. Kombinasi antara harga yang terjangkau dan ukuran cup yang besar memberikan nilai tambah bagi konsumen, terutama mahasiswa.
- **Kualitas Pelayanan** : pelayanan yang ramah dan responsif terhadap keluhan menunjukkan bahwa interaksi langsung antara kru dan konsumen memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman yang positif.

Selain fokus pada faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pemilik Es Teh Poci di alam sari selalu menerima segala bentuk tanggapan dan masukan. Jika ada keluhan dari konsumen , kru di outlet akan meminta maaf terlebih dahulu, menanyakan kekurangan, dan melakukan evaluasi untuk meningkatkan pelayanan dan produk.

Promosi produk minuman Es Teh Poci dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp, serta dengan menggunakan selebaran. Semua gerai diwajibkan untuk memiliki strategi promosi yang seragam

3) Alasan Konsumen memilih produk minuman Es Teh Poci

Berdasarkan hasil dari wawancara yang telah dilakukan dan mendengar pernyataan dari kedua belah pihak, yang menjadi alasan dari adanya pemilihan produk minuman Es Teh Poci faktor utamanya yaitu dari segi

harga yang terjangkau. Dengan harga Rp 5000 dengan ukuran cup jumbo membuat konsumen tertarik untuk membeli.

4. CONCLUSION

Berdasarkan wawancara dengan kru gerai dan perwakilan konsumen, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Faktor-faktor ini meliputi rasa yang konsisten dan khas, harga yang terjangkau dengan ukuran cup jumbo yang memberikan nilai tambah, serta layanan yang ramah dan responsif terhadap keluhan.

Mayoritas pelanggan memilih Es Teh Poci karena harganya yang terjangkau, meskipun kualitas rasa dan aroma tehnya sangat unggul. Secara keseluruhan, kombinasi harga, rasa, dan layanan membuat Es Teh Poci mampu memenuhi kebutuhan pelanggan, mempertahankan loyalitas mereka, dan tetap kompetitif di pasar minuman berbasis teh yang ketat.

ACKNOWLEDGEMENTS

Penyusun menyadari bahwa artikel penelitian ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penyusun ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Aa Kartiwa, S.Pd., M.M selaku Dosen Pengampu dalam Mata Kuliah Ekonomi Manajerial yang telah membimbing dalam penyusunan laporan.
2. Kakak Rika selaku Admin Kemitraan Es Teh Poci yang telah membantu dalam proses pengumpulan data.
3. Kakak Vera selaku krue Es Teh Poci yang telah membantu dalam proses pengumpulan data
4. Kepada semua pihak yang telah terlibat dalam proses penyusunan laporan

REFERENCES

- Ruslim, T. S., & Rahardjo, M. (2016). Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Segi Harga dan Kualitas pada Restoran Abuba Steak di Greenville. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 51-56.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9(2), 663-674.
- Bappeda Provinsi Jawa Barat. (n.d.). Upaya Jabar tingkatkan popularitas teh Indonesia di dunia. Bappeda Jabar.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Medan: Penerbit KBM Indonesia. ISBN: 978-623-6155-06-6.
- Ariyani, A., & Fauzi, A. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal JEKMA*, 2(2), 23-28.
- Ngatmo, & Bodroastuti, T. (n.d). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Sido Muncul Semarang. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala*
- Raharja.ac.id. (2020, November 8). Data Primer.
- Eprints.kwikkiangie.ac.id. (2017). BAB 3: Metode Penelitian.