

**PENGEMBANGAN PRODUK TEH KESEHATAN BERBASIS
GAMBIR BERDASARKAN PREFERENSI KONSUMEN**

TUGAS AKHIR

Oleh:

PUTRI KHOSUMA

1810931005

Pembimbing :

Wisnel, M.Sc



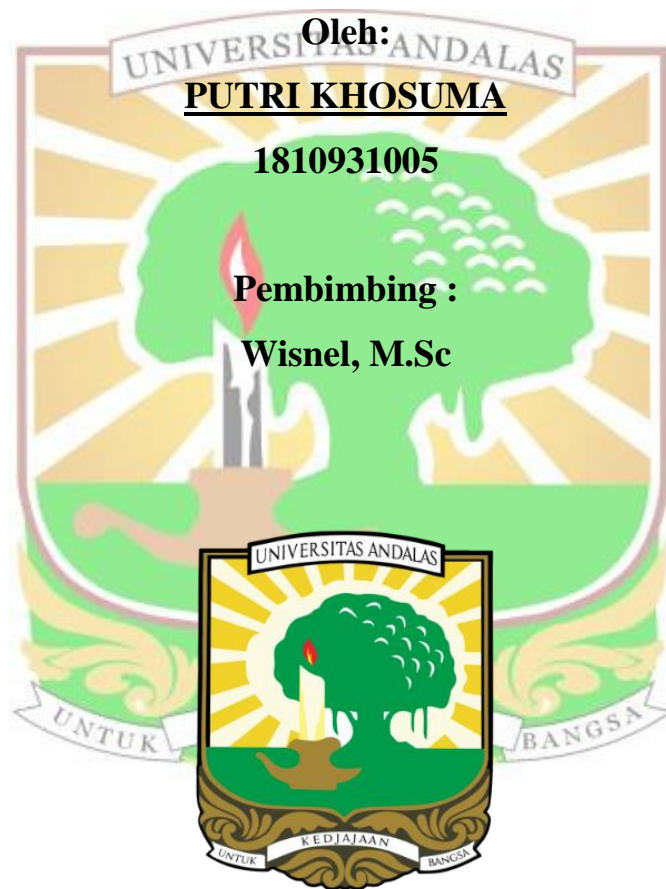
**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2022

**PENGEMBANGAN PRODUK TEH KESEHATAN BERBASIS
GAMBIR BERDASARKAN PREFERENSI KONSUMEN**

TUGAS AKHIR

*Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana di
Departemen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Andalas*



**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022**

ABSTRAK

Gambir merupakan tanaman daerah tropis yang biasa ditemukan pada daerah dataran tinggi. Tanaman gambir juga memiliki banyak manfaat, karena terdapat kandungan kimia penyusunnya seperti katekin (7-33%) yang bermanfaat bagi kesehatan. Pemasok gambir Sumatera Barat, 90% berasal dari Kabupaten Lima Puluh Kota. Hal tersebut menjadi peluang yang kuat bagi masyarakat daerah Sumatera Barat memanfaatkan tanaman gambir menjadi suatu inovasi produk olahan gambir. Upaya masyarakat Sumatera Barat dalam memanfaatkan tanaman gambir yaitu berupa produk teh celup daun gambir. Tetapi teh celup daun gambir belum banyak tersedia di pasaran, sehingga banyak dari masyarakat tidak mengetahui produk teh celup gambir. Kemudian harga dari teh celup gambir lebih tinggi dibandingkan teh biasa. Untuk memanfaatkan tanaman gambir maka dilakukanlah penambahan variasi produk teh gambir, yang dapat minimalisir harga teh celup gambir. Selain itu rasa teh gambir pahit membuat banyak orang tidak dapat menikmati rasa tersebut. Salah satu upaya agar dapat menarik simpati masyarakat yaitu dengan melakukan pencampuran antara rasa dengan variasi rasa tambahan dan juga mempertimbangkan kepraktisan. Pencampuran rasa dilakukan berdasarkan keinginan konsumen. Salah satu upaya yang dapat dilakukanlah adalah melakukan pengembangan produk teh gambir dalam kemasan siap minum.

Pengembangan produk teh gambir dalam kemasan siap minum pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode tradisional conjoint analysis untuk melihat preferensi konsumen terhadap atribut teh gambir yang dianggap penting. Berdasarkan hasil pengumpulan dan pengolahan data diketahui bahwa terdapat enam atribut yang dianggap penting oleh responden dalam pengembangan teh gambir dalam kemasan siap minum yaitu, atribut rasa, atribut kemudahan membeli, atribut harga, atribut bentuk kemasan, atribut aroma, dan atribut manfaat. Kemudian berdasarkan atribut dan level yang dianggap penting oleh responden tersebut maka terbentuk 25 kombinasi produk teh gambir dalam kemasan siap minum. Preferensi konsumen terhadap kombinasi produk teh gambir yang berada pada peringkat pertama adalah teh gambir dengan rasa tambahan madu dengan bentuk kemasan kaleng, rentang harga yang diminati oleh responden <Rp7.000, manfaat yang diinginkan oleh responden yaitu untuk menghilangkan dahaga/haus, minuman teh gambir dalam kemasan juga diharapkan mudah didapatkan, dan aroma teh gambir yang relatif. Berdasarkan kombinasi atribut dan level tersebut dilakukan pembagian sampel minuman teh, dan responden diharapkan memberikan penilaian dan saran untuk teh gambir. Diperoleh sebanyak 37% responden menyukai rasa teh gambir dengan tambahan rasa madu, 23% responden lumayan menyukai rasa teh gambir tetapi sebanyak 40% responden tidak menyukai rasa teh gambir dengan tambahan rasa madu. Oleh sebab itu penelitian selanjutnya dapat merincikan kandungan gula atau komposisi lainnya dari teh gambir yang layak.

Kata Kunci: Atribut, Produk, Teh Gambir, Preferensi Konsumen, Tradisional Conjoint Analysis

ABSTRACT

Gambir is a tropical plant that is commonly found in highland areas. Gambir plants also have many benefits, because there are chemical constituents such as catechins (7-33%) which are beneficial for health. West Sumatra gambir suppliers, 90% come from Fifty Cities District. This is a strong opportunity for the people of West Sumatra to utilize the gambir plant as an innovation for processed gambir products. The efforts of the people of West Sumatra in utilizing the gambir plant are in the form of tea bags from gambir leaves. However, gambir leaf tea bags are not widely available in the market, so many people do not know about gambir tea bags. Then the price of gambir tea bags is higher than ordinary tea. To take advantage of the gambir plant, it is necessary to add a variety of gambir tea products, which can minimize the price of gambir tea bags. In addition, the taste of bitter gambir tea makes many people unable to enjoy the taste. One of the efforts to attract public sympathy is to mix flavors with additional flavors and also consider practicality. Flavors are mixed based on consumer desires. One of the efforts that can be done is to develop gambir tea products in ready-to-drink packaging.

The development of gambir tea products in ready-to-drink packaging in this study was carried out using the traditional conjoint analysis method to see consumer preferences for the attributes of gambir tea which are considered important. Based on the results of data collection and processing, it is known that there are six attributes that are considered important by respondents in the development of ready-to-drink gambir tea, namely, taste attributes, ease of buying attributes, price attributes, packaging form attributes, aroma attributes, and benefits attributes. Then based on the attributes and levels considered important by the respondents, 25 combinations of gambir tea products were formed in ready-to-drink packages. Consumer preferences for the combination of gambir tea products which are ranked first are gambir tea with an additional taste of honey in the form of cans packaging, the price range of interest to respondents is <Rp 7,000, the benefits desired by respondents are to quench thirst/thirst, drink gambir tea. The packaging is also expected to be easy to obtain, and the relative aroma of gambir tea. Based on the combination of attributes and levels, the sample distribution of tea drinks is carried out, and respondents are expected to provide assessments and suggestions for gambir tea. It was found that 37% of respondents liked the taste of gambir tea with the addition of honey, 23% of respondents quite liked the taste of gambir tea but 40% of respondents did not like the taste of gambir tea with the addition of honey. Therefore, further research can detail the sugar content or other compositions of proper gambir tea.

Keywords: Attributes, Products, Gambir Tea, Consumer Preferences, Traditional Conjoint Analysis