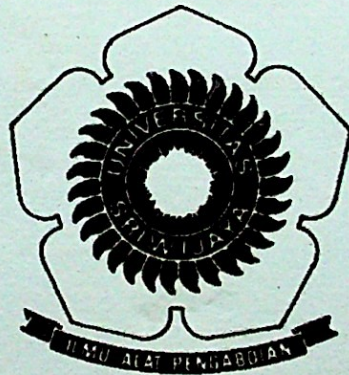


pp. Saleh  
2008

**ANALISIS RESPON KONSUMEN DAN KECENDERUNGAN KONSUMSI  
RUMAH TANGGA TERHADAP PRODUK TEH ROSELA (*Hibiscus  
sabdariffa linn*) DAN TEH HITAM (*Camellia sinensis*) DI KOTA  
PALEMBANG**

Oleh

**ANTON MARTONO**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDERALAYA**

**2008**

S  
641.337 2007  
Mar  
a  
2008

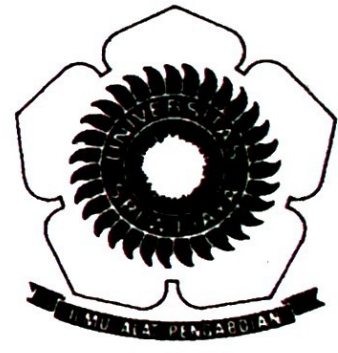


**ANALISIS RESPON KONSUMEN DAN KECENDERUNGAN KONSUMSI  
RUMAH TANGGA TERHADAP PRODUK TEH ROSELA (*Hibiscus  
sabariffa linn*) DAN TEH HITAM (*Camellia sinensis*) DI KOTA  
PALEMBANG**

Oleh

**ANTON MARTONO**

R. 16955  
i. 17397



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDERALAYA**

**2008**

## SUMMARY

**ANTON MARTONO.** Analysis of Consumer Response and Household Consume Inclination of Rosela (*Hibiscus sabdariffa linn*) and Black Tea Products (*Camelia sinensis*) in Palembang (Supervised by **MARYATI MUSTOFA HAKIM** and **IDHAM ALAMSYAH**).

The objectives of this research are 1) doing the organoleptical test of consumers response to rosela and black tea products of the taste, aroma, and the steeped tea colour, 2) analyzing the consumer consume Inclination to tea drinking habit, 3) recommending rosela tea producer in marketing strategics and the orientation market.

This research held on November 2007 to March 2008. The research method was explanatory survey method. The collected data were primary and secondary data. Primary data collected from questionnaire answers of housewives, while secondary data collected from related offices or institutions, literary study, and other data sources that related to this research. The collected data analyzed in tabulation manner and then interpreted descriptively.

The observed products were rosela and black tea, the number of respondents were 100 housewives. The respondents were asked to try both of tea products to know their response of the taste, aroma, and steeped tea colour. Besides that, this research was also held to know the consumer consume inclination from education level, job status, and income level to tea drinking habit. (Routine and Not Routine).

The research result showed that consumer prefer the rosela tea more than black tea from the taste, aroma, and steeped tea colour. This research also proved that 94,44 percent high education level consumer consume tea everyday (routine). while 75 percent of low education level consumer consume tea everyday (routine). 96,87 percent of consumer in permanent job status consumer tea everyday (routine), while 75 percent of the consumer in temporary job status consumer tea everyday (routine). All of high income level consumer consume tea routinely, while the low income level consumer that consume tea everyday only about 65,63 percent.

## RINGKASAN

**ANTON MARTONO.** Analisis Respon Konsumen dan Kecenderungan Konsumsi Rumah Tangga terhadap Produk Teh Rosela (*Hibiscus sabdariffa linn*) dan Teh Hitam (*Camellia sinensis*) di Kota Palembang (Dibimbing oleh **MARYATI MUSTOFA HAKIM** dan **IDHAM ALAMSYAH**).

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) melakukan uji organoleptik respon konsumen terhadap produk teh rosella dan teh hitam dari aspek rasa, aroma dan warna air seduh teh, 2) menganalisis bagaimana kecenderungan konsumsi konsumen terhadap kebiasaan minum teh, 3) memberikan rekomendasi kepada produsen teh rosella dalam hal strategi pemasaran dan pangsa pasar yang dapat dituju.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Nopember 2007 sampai dengan Maret 2008. Metode yang digunakan adalah metode *Explanatory Survey*. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan sekunder, data primer diperoleh melalui questioner dari ibu rumah tangga, sedangkan data sekunder diperoleh langsung dari dinas terkait, studi literatur dan sumber data lain yang berhubungan dengan penelitian ini. Data yang diperoleh di lapangan kemudian diolah secara deskriptif.

Produk dalam penelitian ini ialah teh rosella dan teh hitam, dengan jumlah responden 100 ibu Rumah Tangga. responden diminta untuk mencoba kedua produk teh guna mengetahui respon dari aspek rasa, aroma dan warna air seduhan. Selain itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kecenderungan

konsumsi konsumen dari tingkat pendidikan, status pekerjaan dan tingkat pendapatan terhadap kebiasaan minum teh (Rutin dan Tidak Rutin).

Hasil penelitian membuktikan bahwa dari segi rasa, aroma, dan warna air seduhan teh rosella lebih disukai oleh konsumen daripada teh hitam. Penelitian juga membuktikan bahwa konsumen yang berpendidikan tinggi, rutin mengkonsumsi teh tiap harinya dengan persentase 94,44 persen. Sedangkan konsumen yang berpendidikan rendah, rutin mengkonsumsi teh dengan persentase sebesar 75 persen. Konsumen yang memiliki status pekerjaan tetap, rutin mengkonsumsi teh tiap harinya dengan persentase 96,87 persen. Sedangkan konsumen yang memiliki status pekerjaan tidak tetap, rutin mengkonsumsi teh dengan persentase sebesar 75 persen. Konsumen yang berpendapatan tinggi semuanya rutin mengkonsumsi teh tiap harinya, yakni dengan persentase sebesar 100 persen. Sedangkan konsumen yang berpendapatan rendah, rutin mengkonsumsi teh dengan persentase hanya sebesar 65,63 persen.

**ANALISIS RESPON KONSUMEN DAN KECENDERUNGAN KONSUMSI  
RUMAH TANGGA TERHADAP PRODUK TEH ROSELA (*Hibiscus  
sabdariffa linn*) DAN TEH HITAM (*Camellia sinensis*) DI KOTA  
PALEMBANG**

**Oleh  
ANTON MARTONO**

**SKRIPSI  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pertanian**

**pada  
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA**

**2008**

**Skripsi**  
**ANALISIS RESPON KONSUMEN DAN KECENDERUNGAN KONSUMSI**  
**RUMAH TANGGA TERHADAP PRODUK TEH ROSELA (*Hibiscus***  
***sabdariffa linn*) DAN TEH HITAM (*Camellia sinensis*) DI KOTA**  
**PALEMBANG**

Oleh  
**ANTON MARTONO**  
**05033104005**

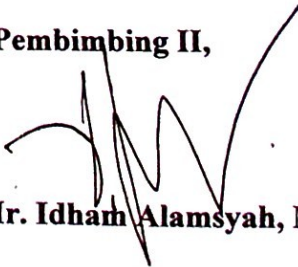
**telah diterima sebagai salah satu syarat**  
**untuk memperoleh gelar**  
**Sarjana Pertanian**

**Pembimbing I,**



**Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si.**

**Pembimbing II,**

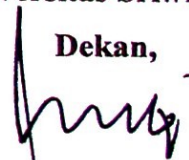


**Ir. Idham Alamsyah, M.Si**

**Indralaya, 3 Juni 2008**

**Fakultas Pertanian**  
**Universitas Sriwijaya**

**Dekan,**



**Prof. Dr. Ir. Imron Zahri, M.S**  
**NIP. 130 516 530**



Skripsi berjudul “Analisis Respon Konsumen dan Kecenderungan Konsumsi Rumah Tangga terhadap Produk Teh Rosela (*Hibiscus sabdariffa linn*) dan Teh Hitam (*Camellia sinensis*) Di Kota Palembang” oleh Anton Martono telah dipertahankan di depan Komisi Penguji pada tanggal 24 April 2008

### Komisi Penguji

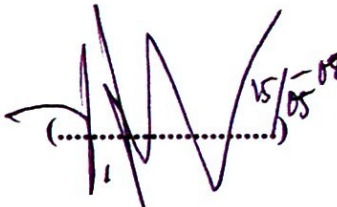
1. Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si

Ketua

(.....  
  
.....)

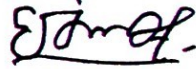
2. Ir. Idham Alamsyah, M.Si

Sekretaris

(.....  
  
.....)

3. Ir. Elisa Wildayana, M.Si

Anggota

(.....  
  
.....)

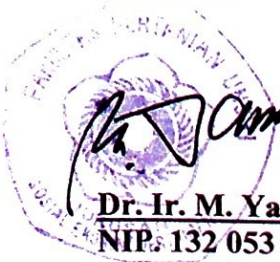

4. Dessy Adriani, S.P., M.Si

Anggota

(.....  
  
.....)

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sosial Ekonomi  
Pertanian

  
  
Dr. Ir. M. Yamin, M.P.  
NIP. 132 053 217

Mengesahkan,

Ketua Program Studi Agribisnis

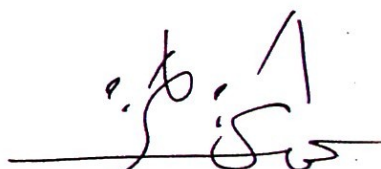
  
.....

Ir. Elisa Wildayana, M.Si  
NIP. 131 691 050

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa seluruh data dan informasi yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya, adalah hasil penelitian atau investigasi saya sendiri dan belum pernah atau tidak sedang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan lain atau gelar kesarjanaan yang sama di tempat lain.

Indralaya, 3 Juni 2008  
Yang Membuat Pernyataan,



Anton Martono

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Anton Martono, lahir di Palembang pada tanggal 7 Juni 1984 dan merupakan anak ke-5 dari 6 bersaudara, dari pasangan Ir. Ahmad Wajdi Tarmizi dan Darmawati.

Jenjang Pendidikan beliau dimulai sejak TK.AI-Falah di Palembang, Pendidikan Sekolah Dasar (SD) diselesaikan pada tahun 1996 di SDN 280 Palembang, Sekolah Menengah Pertama (SMP) diselesaikan pada tahun 1999 di SLTP N 1 Palembang, dan Sekolah Menengah Umum (SMU) tahun 2002 di SMU N I Palembang.

Penulis Terdaftar sebagai Mahasiswa di Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya sejak tahun 2003 melalui jalur Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB).

Laporan Praktik Lapangan diselesaikan penulis pada semester genap periode 2006/2007 yang berjudul “Analisis Usahatani, Budidaya dan Pemasaran Tanaman Jagung Manis (*Zea mays saccharatta sturt*) Di Kebun Percobaan Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya”.

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan ridho-Nya jualah Penulis dapat meyelesaikan skripsi hasil penelitian yang berjudul “Analisis Respon Konsumen dan Kecenderungan Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Produk Teh Rosela (*Hibiscus sabdariffa linn*) dan Teh Hitam (*Camellia sinensis*) Di Kota Palembang?”

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan studinya.
2. Prof. Dr. Badiah Perizade, MBA. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Dr. Ir. H. Imron Zahri, MS. selaku Dekan Fakultas Pertanian.
4. Ibu Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si. selaku pembimbing pertama dan Bapak Ir. Idham Alamsyah, M.Si. selaku pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Ibu Ir. Elisa Wildayana, M.Si. dan ibu Dessy Adriani, S.P., M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.
6. Terima kasih kepada bapak dan ibu, serta saudara-saudara dan keluarga yang tercinta yang senantiasa mendoakan, mendampingi penulis dan selalu memberi semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

7. Semua Dosen dan staf administrasi terutama di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian UNSRI yang telah memberikan bantuan selama penulis mengikuti pendidikan.
8. Sahabat-sahabatku terdekat Freinky Travolta, Muri, Oka dan Ridha, terima kasih atas bantuan, doa dan dukungannya.
9. Kepada teman-teman kerja Telkomsel; Violent, Koko, Meirina, Laura, Amir, Imela, Erlis, Deli, Dona, Meilan, Chika, Aya, Pipit, dan Yudi, setelah 2 tahun bekerja sama dengan kalian sangat membentuk kepribadianku untuk dewasa dan bijaksana dalam bertindak, berpikir dan bertanggung jawab.
10. Kepada Bunda tersayang Chinanti, selesai sudah tanggung jawab skripsi, Abi tinggal cari kerja tetap dan semoga kita cepat menikah. Amien.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyempurnaan skripsi ini.

Akhirnya, Penulis mengharapkan semoga penelitian ini dapat berguna bagi kita semua. Amin.

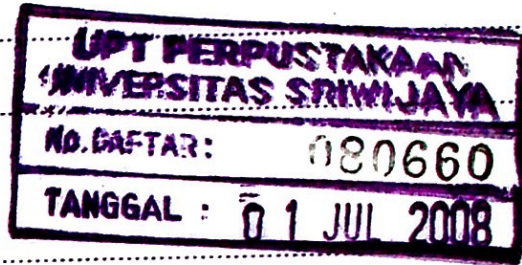
Inderalaya, 3 Juni 2008

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan .....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
II. KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Tinjauan Pustaka .....	9
1. Konsepsi Produk .....	9
a. Teh Rosela .....	10
b. Teh Hitam .....	13
2. Konsepsi Pemasaran.....	16
3. Konsepsi Respon Konsumen Terhadap Produk Teh.....	18
a. Rasa .....	20
b. Warna .....	20
c. Aroma .....	20
4. Konsep Kecenderungan Konsumsi Konsumen .....	21
a. Budaya Konsumen .....	22



	Halaman
b. Karakteristik Individu .....	23
c. Faktor Psikologi .....	24
d. Kelas Sosial .....	25
B. Model Pendekatan .....	29
C. Hipotesis .....	32
D. Batasan-Batasan .....	32
<b>III. PELAKSANAAN PENELITIAN</b>	
A. Tempat dan Waktu .....	35
B. Metode Penelitian.....	35
C. Metode Pengumpulan Data .....	35
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	39
E. Metode Pengolahan Data dan Analisis.....	43
<b>IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Keadaan Umum Daerah Penelitian .....	47
1. Letak dan Batasan Wilayah Administrasi .....	47
2. Keadaan Topografi dan Geografi .....	48
3. Keadaan Penduduk .....	48
4. Sarana dan Prasarana .....	53
B. Hasil Uji Organoleptik .....	56
a. Uji Beda Respon Konsumen Terhadap Rasa Teh Rosela dan Teh Hitam .....	56
b. Uji Beda Respon Konsumen Terhadap Aroma Teh Rosela dan Teh Hitam .....	58

	Halaman
c. Uji Beda Respon Konsumen Terhadap Warna Air Seduhan Teh Rosela dan Teh Hitam .....	60
C. Kecenderungan Konsumsi Terhadap Kebiasaan Minum Teh .....	61
1. Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	63
2. Berdasarkan Status Pekerjaan .....	64
3. Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	66
D. Rekomendasi Terhadap Produsen Teh Rosela .....	67
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	72
LAMPIRAN .....	74



## DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Kriteria Skor Pilihan Responden Terhadap Teh Rosela dan Teh Hitam....	38
2. Jumlah Rumah Tangga di Kota Palembang .....	40
3. Jumlah Ukuran Sampel Penelitian .....	42
4. Penduduk Menurut Jenis Kelamin, Sex Ratio, Kepadatan Penduduk, dan Laju Pertumbuhan Penduduk Per Kecamatan di Kota Palembang .....	49
5. Jumlah Pencari Kerja di Kota Palembang Menurut tingkat Pendidikan ...	50
6. Jumlah Penganut Agama di Kota Palembang Per Kecamatan .....	51
7. Banyaknya Tempat Peribadatan di Kota Palembang .....	52
8. Jumlah Murid, Guru dan Sekolah di Kota Palembang .....	53
9. Fasilitas Kesehatan Menurut Kecamatan di Kota Palembang .....	54
10. Uji Beda Respon Konsumen Terhadap Rasa Teh Rosela dan teh Hitam .....	56
11. Perbedaan <i>Rank</i> Terhadap Rasa Teh Rosela dan teh Hitam .....	57
12. Perbedaan Tes Statistik Terhadap Rasa Teh Rosela dan Teh Baisa .....	58
13. Uji Beda Respon Konsumen Terhadap Aroma Teh Rosela dan teh Hitam .	58
14. Perbedaan <i>Rank</i> Terhadap Aroma Teh Rosela dan Teh Hitam .....	59
15. Perbedaan Tes Statistik Terhadap Aroma Teh Rosela dan Teh Hitam .....	60
16. Uji Beda Respon Konsumen Terhadap Warna Teh Rosela dan teh Hitam...	61
17. Perbedaan <i>Rank</i> Terhadap Warna Teh Rosela dan teh Hitam .....	62
18. Perbedaan Tes Statistik Terhadap Warna Air Teh Rosela dan Teh Hitam ..	62
19. Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Kebiasaan Minum Teh .....	64

20. Pengaruh Status Pekerjaan Terhadap Kebiasaan Minum Teh ..... 65

21. Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Kebiasaan Minum Teh ..... 67

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Teh Rosela Kering Murni .....	13
2. Teh Hitam Kering Murni .....	15
3. Hubungan Diagramatis Antara Produk Terhadap Respon Konsumen dan Kecenderungan Konsumsi Konsumen .....	30

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta Kota Palembang .....	74
2. Hasil Perhitungan Uji Analisis <i>Wilcoxon</i> .....	75
3. Skor Teh Rosela dan Teh Hitam Terhadap Rasa, Aroma, dan Warna .....	81
4. Skor Teh Rosela dan Teh Hitam Terhadap Tingkat Pendidikan, Status Pekerjaan dan-Tingkat Pendapatan. ....	85
5. Kecenderungan Konsumsi Konsumen Terhadap Kebiasaan Minum Teh .	88

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Teh (*Camellia sinensis*) merupakan salah satu komoditi andalan masyarakat Indonesia sejak tahun 1860 pada zaman Hindia Belanda. Melalui sejarah yang panjang, perkebunan teh dibudidayakan dan dikelola oleh perusahaan negara, perusahaan swasta, maupun perkebunan rakyat. Industri teh saat ini sedang menghadapi berbagai masalah, antara lain terjadinya *over production* nasional maupun dunia dan di sisi lain tingkat konsumsi teh masyarakat masih tergolong rendah. Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk mentransformasi keunggulan komparatif (*comparative advantages*) menjadi keunggulan kompetitif (*competitive advantages*), dengan mengembangkan subsistem agribisnis hulu secara sinergi dengan pengembangan subsistem agribisnis hilir dan membangun jaringan pemasaran domestik maupun internasional, yang digerakkan oleh kekuatan inovasi (*innovation driven*) (Tampubolon, 2002).

Banyak faktor yang sangat mempengaruhi konsumsi konsumen tersebut antara lain, kecenderungan konsumsi konsumen seperti budaya, kelas sosial, karakteristik individu, dan faktor psikologis. Di samping itu, juga dipengaruhi oleh respon konsumen dalam memilih teh yang ditinjau dari rasa, warna dan aroma.

Budaya konsumen merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Budaya minum teh ditemukan di masyarakat China dan Jepang yang menjadikan teh sebagai minuman sehat (tradisi), sedangkan di Eropa pada umumnya minum teh merupakan minuman nasional.

Dilihat dari kelas sosial, masyarakat beranggapan bahwa minum teh merupakan minuman kelas rendah, sedangkan minuman susu atau minuman lainnya dipersepsikan sebagai minuman kelas sosial tingkat menengah dan atas. Padahal di negara lain, masyarakat yang mempunyai pendapatan tinggi menganggap sebagai minuman terpenting dalam pergaulan, karena minum teh telah dianggap sebagai bagian dari *life style (gaya hidup)*. Hal ini didukung oleh pendapat Ruslina (2003), tradisi minum teh telah berkembang di Indonesia, tetapi penghargaan terhadap teh berkualitas masih rendah, dibandingkan dengan masyarakat di Taiwan yang meyakini minum teh identik dengan kesehatan.-

Selain itu, rendahnya tingkat konsumsi teh juga dipengaruhi oleh semakin gencarnya promosi dari produk saingan seperti kopi, susu, aqua dan minuman ringan lainnya. Kondisi ini didukung oleh hasil penelitian Suryadi dkk., (2002) bahwa reaksi konsumen dalam merespons teh sesuai iklan televisi dipengaruhi oleh pendapatan keluarga, daya substitusi teh, keluarga, dan kerabat yang merupakan sumber referensi bagi konsumen.

Dilihat dari karaktersitk individu, secara umum menunjukkan adanya kecenderungan bahwa minuman teh hanya khusus orang dewasa saja, padahal untuk konsumsi anak-anak dan manusia usia lanjut jauh lebih baik karena teh dapat memenuhi gizi dan kesehatan. Jumlah konsumsi teh yang dibeli, erat hubungannya dengan jumlah anggota keluarga, sehingga semakin besar jumlah anggota keluarga seharusnya jumlah yang dibelipun akan meningkat.

Selanjutnya, faktor psikologis konsumen yang menunjukkan bahwa kecenderungan seseorang mengkonsumsi minuman teh masih terbatas pada

motivasi untuk menghilangkan rasa haus (pelepas dahaga) dan relatif belum mengetahui secara luas manfaat dari teh. Hal ini sesuai dengan pendapat Wijaya (2007), mengemukakan, bahwa respon konsumen dalam mengkonsumsi minuman teh tercermin dari tujuan dan anggapan konsumen bahwa produk teh merupakan minuman yang memberi manfaat kesehatan, enak, menyegarkan, pelepas dahaga, minuman murah, dan mudah didapat.

Dari sisi perilaku konsumen, pola konsumsi teh di Indonesia dapat dibedakan atas dasar usia dan status. Pada segmen usia remaja sampai dengan dewasa muda, pola konsumsi teh banyak didominasi oleh softdrink. Tingkat konsumsi teh sebagai softdrink ini juga dipengaruhi oleh kebiasaan makan di luar rumah. Pola ini selain banyak dilakukan oleh remaja juga dilakukan oleh pekerja kelas menengah. Selain itu, teh juga banyak dikonsumsi di rumah tangga.

Dalam 10 tahun terakhir, di kota-kota terutama di kalangan keluarga muda telah terjadi pergeseran pola konsumsi teh. Konsumsi teh rumah tangga yang semula di dominasi oleh teh seduh atau "teh tubruk" digantikan oleh teh celup. Penyebab utama pergeseran ini adalah perubahan gaya hidup dan hubungan suami istri dalam rumah tangga. Pada rumah tangga tradisional orang Indonesia, istri menyiapkan segala kebutuhan domestik suami. Dalam segala hal, termasuk dalam menyeduh kopi dan teh.

Perubahan preferensi atau keinginan konsumen ini tentunya juga membawa perubahan dalam produk yang harus kita sediakan kepada konsumen. Dalam pola hubungan ini, kenikmatan dan keistimewaan rasa teh adalah hal yang

utama. Terlebih karena didorong oleh keinginan untuk mendapat penghargaan dari lingkungan sekitarnya.

Perlu diketahui, bahwa respon konsumen terhadap teh yang enak menurut standar orang Indonesia sangat berbeda dengan standar orang Eropa. Apabila teh terbaik menurut orang Eropa adalah teh yang beraroma wangi lembut, maka orang Indonesia lebih menyukai aroma teh yang keras dan *tasteful*.

Perubahan gaya hidup di kalangan rumah tangga muda sedikit banyak juga membawa perubahan kepada relasi hubungan suami istri. Walaupun istri masih menyiapkan segala keperluan suami di rumah, namun penekanannya bukan lagi pada kepuasan, melainkan lebih pada sisi kepraktisan. Apalagi dengan kondisi di mana suami istri harus bekerja mencari nafkah. Dari sisi inilah teh celup secara perlahan-lahan mulai menggeser teh seduh di rumah tangga.

Produk teh mulai dikemas dalam berbagai bentuk seperti dalam botol plastik atau *sachet* yang merupakan salah satu jawaban atas kekosongan suplai dalam konsumsi teh di Indonesia. Berbagai macam merek produk yang sedang tren di pasar minuman ringan masih memiliki peluang untuk mendapatkan pangsa pasar.

Teh minuman yang mengandung kafein, sebuah infusi yang dibuat dengan cara menyeduh daun, pucuk daun, atau tangkai daun yang dikeringkan dari tanaman semak *Camellia sinensis* dengan air panas. Teh yang berasal dari tanaman dibagi menjadi 6 kelompok: teh biasa, teh hitam, teh oolong, teh hijau, teh putih, dan teh merah.



Apapun jenisnya, masyarakat sudah terlanjur percaya terhadap tanaman teh, dipercaya dapat membangkitkan energi dalam tubuh manusia. Selain itu, ditinjau dari segi kesehatan, teh memiliki efek antioksidan yang dapat menurunkan risiko kanker dan penyakit kardiovaskular serta meningkatkan kadar kolesterol baik, menurunkan gula darah, mencegah hipertensi dan meningkatkan penggunaan energi sehingga berpotensi menurunkan berat badan apabila disertai olah raga dan pola makan sehat.

Semua jenis teh termasuk teh rosela atau teh hitam berperan besar terhadap kebugaran dan kesehatan peminumnya. Para ahli yang meneliti daun teh sepakat, teh mengandung senyawa-senyawa bermanfaat seperti polifenol, theofilin, flavonoid/ metixantin, tanin, vitamin C dan E, catechin, serta sejumlah mineral seperti Zn, Se, Mo, Ge, Mg. Semua itu tidak hanya berguna sebagai zat antimutagenik dan antikanker, mengobati gangguan saluran pencernaan, serta membantu menetralkan lemak dalam makanan, tetapi juga mencegah oksidasi lemak densitas rendah yang bisa menjadi plak, menurunkan kolesterol darah, menyegarkan pernapasan, dan merangsang batang otak (Damandiri, 2007).

Umumnya para konsumen kurang memperhatikan kualitas dan khasiat teh yang diminumnya. Respons konsumen terhadap beberapa jenis teh dipengaruhi oleh rasa, aroma, dan warna air seduhan (Tuminah, 2004). Oleh karena itu sebagai bahan perbandingan penulis akan menguji perbedaan respons konsumen terhadap produk teh rosela dengan teh hitam.

Penelitian ini penting dilakukan karena untuk mendapatkan data seobjektif mungkin mengenai produk teh yang dikonsumsi oleh konsumen, khususnya pada

konsumen rumah tangga. Konsumen rumah tangga di Indonesia umumnya dan di Kota Palembang khususnya dalam mengkonsumsi serta memilih produk teh masih dipengaruhi oleh rasa, aroma, dan warna air seduhan teh.

Dari hasil survei kepada beberapa konsumen Ibu rumah tangga yang tinggal di kota Palembang umumnya diketahui bahwa masih banyak konsumen rumah tangga di Kota Palembang mengkonsumsi teh hitam atau teh tubruk. Hal ini dikarenakan teh hitam lebih mudah didapatkan di warung-warung dan harganya pun jauh lebih murah daripada teh-jenis rosela sehingga teh hitam sudah dikenal dengan baik oleh masyarakat Kota Palembang. Sedangkan pengetahuan masyarakat terhadap teh rosela menurut hasil survey masih minim. Hal ini disebabkan oleh promosi teh rosela kepada konsumen rumah tangga masih kurang. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan diperkenalkan teh rosela kepada para konsumen rumah tangga sebagai bahan perbandingan pengetahuan dan pemahaman masyarakat.

## **B. Rumusan Masalah**

Masyarakat kota Palembang telah mengenal teh pada umumnya, bahkan di setiap rumah tangga menyediakan serta mengkonsumsi teh setiap hari. Di antara jenis produk teh yang sering dikonsumsi oleh konsumen rumah yang tinggal di kota Palembang adalah jenis teh hitam sebab teh jenis ini mudah didapat dibandingkan dengan jenis teh rosela.

Dari segi rasa, aroma, dan warna air seduhan, teh hitam dan teh rosela memiliki perbedaan. Untuk mengetahui perbedaan kedua jenis teh ini dari sisi

rasa, aroma, dan warna air seduhan perlu dilakukan uji coba terlebih dahulu kepada konsumen rumah tangga. Berdasarkan uraian tersebut, masalah masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut: “Bagaimana respon konsumen ibu rumah tangga terhadap rasa, aroma, dan warna air seduhan pada saat dilakukan uji organoleptik terhadap teh rosela dan teh hitam serta bagaimana kecenderungan konsumsi konsumen terhadap kebiasaan minum teh.”

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Melakukan uji organoleptik respon konsumen terhadap produk teh rosela dan teh hitam dari aspek rasa, aroma dan warna seduh teh.
2. Menganalisis kecenderungan konsumsi konsumen terhadap kebiasaan minum teh
3. Memberikan rekomendasi kepada produsen teh rosela dalam hal strategi pemasaran dan pangsa pasar yang dituju.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan dapat mempunyai dua manfaat yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis:

#### **1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam kajian teori perilaku konsumen yang berkaitan dengan pengambilan keputusan pembelian, khususnya implementasinya pada komoditi teh yang berbeda yaitu teh rosela dan teh hitam.

## **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perusahaan teh dalam menentukan kebijakan dan pengembangan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar (konsumen).

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, H. 2003. Psikologi Umum. Rineka Cipta. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2006. Sumatera Selatan Dalam Angka. Palembang.
- Cravens, D.W. 2000. Strategic Marketing. Fifth Edition, Mc-Graw Hill. USA.
- Damandiri. 2007. Flora untuk Sekolah di Indonesia. Terjemahan cetakan ke-4. PT. Pradnya Paramita. Jakarta.
- Graham, H.N. 1984. Tea: The Plant and Its Manufacture : Chemistry and Consumption of the Beverage. In Liss AR. The Methylxanthine Beverages and Foods : Chemistry, Consumption, and Health Effects. Prog Clin Biol Rev. USA.
- Imron, A. 2001. Perilaku Konsumen. Terjemahan Budiyanto. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Kotler, P. 1999. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Edisi 11, Jilid 1, Diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Rusli, Prenhalindo. Jakarta.
- Lamb, C.W, Michelle, Robert, G, Houston. 2001. Pemasaran. Penerjemah David Octarevia. Salemba Empat. Jakarta.
- Maryani, H dan Kristiana, K. 2005. Khasiat & Manfaat Rosela. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Moeliono, A. 1998. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Balai Pustaka. Jakarta.
- Oktini, D.R. 2002. Pengaruh Karakteristik Pembeli dan Penjual Serta Unsur Produk Terhadap Tingkat Konsumsi Teh (Kasus Pada Konsumen Rumah Tangga di Daerah Pemasaran Kota Bandung). Tesis, Universitas Padjadjaran. Bandung.
- Peter, J.P. dan Olson. 2000. Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Terjemahan Damos Sihombing. Jilid 1. Edisi 4, Erlangga. Jakarta.
- Ruslina, S. 2003. Butik Teh dari Pulau Formosa. Swa 23/XX 17 November. Jakarta.

- Singarimbun, M dan Effendi. 1995. Metode Penelitian Survey. LP3ES. Jakarta.
- Sugiyono. 1999. Statistik Nonparametris untuk Penelitian. Cv Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, U. 2004. Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Mikro. Erlangga. Jakarta.
- Suryadi, D, Subarna, A, Imron, Nurul. 2002. Pengaruh Iklan terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Teh dalam Keluarga. Jurnal Agro Ekonomi, Vol. 20 N0.2, Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Tampubolon, S.M.H. 2002. Sistem dan Usaha Agribisnis: Kaca Mata Sang Pemikir. Pusat Studi Pembangunan IPB dan USESE Foundation. Bogor.
- Tjiptono, F. 1999. Strategi Pemasaran. Cetakan ketiga, Andi. Yogyakarta.
- Tjitrosoepomo, G. 1999. Taksonomi Tumbuhan (*Spermatophyta*). Cet ke-2. UGM Press. Yogyakarta.
- Tuminah, S. 2004. Teh sebagai Salah Satu Sumber Antioksidan. Pusat Penelitian dan Pengembangan Pemberantasan Penyakit Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan, Departemen Kesehatan RI. Jakarta.
- Wijaya, D. 2007. Daya Hambat Teh Hitam, Teh hijau dan Teh Oolong terhadap Pertumbuhan *Streptococcus mutans* (Inhibitory Effect of Black Tea, Green tea, Green Tea and Oolong Tea Against *Streptococcus mutans*). Jakarta.
- Wilkie, W.L. 1994. Consumer Behavior. Third Edition, Jhon Wiley & Sons Inc. New York.
- Yamane, T. 1987. Elementary Sampling Theory. Prentice Hall. Inc., Englewood Cliff. New York.