

ANALISIS EKUITAS MEREK COKELAT NDALEM PADA CV NDALEM MULYA MANDIRI YOGYAKARTA

Sita Kusuma Dewi¹, Ibnu Wahid Fakhruddin.A², Makhmudun Ainuri²

INTISARI

CV nDalem Mulya Mandiri merupakan produsen produk cokelat khas Indonesia yang mengusung ke khasan Jawa. Perusahaan ini mengolah produk cokelat dengan merek Cokelat nDalem. Namun pihak Cokelat nDalem memprediksi bahwa jumlah pengunjungnya masih fluktuatif dan jumlah konsumen yang sering melakukan pembelian ulang masih sedikit, sedangkan pesaing merek cokelat serupa yang beredar di Yogyakarta semakin beragam, menyebabkan beragamnya pilihan konsumen dalam membeli produk cokelat. Untuk itu, pengukuran dan analisis mengenai ekuitas merek perlu dilakukan agar konsumen cokelat lebih tertarik terhadap merek Cokelat nDalem.

Pengukuran ekuitas merek dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang diisi oleh 100 responden, responden tersebut merupakan konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi produk Cokelat nDalem. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Tingkat kepuasan konsumen terhadap ekuitas merek Cokelat nDalem diukur dengan mencari *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan atribut ekuitas merek yang membutuhkan perbaikan dicari dengan *Importance Performance Analysis* (IPA) .

Menurut penelitian yang dilakukan nilai kepuasan konsumen berdasarkan nilai CSI yang diperoleh yaitu sebesar 77,80% dan termasuk dalam kriteria “Puas” karena memiliki nilai lebih dari 60% namun kurang dari sama dengan 79,99%. Sedangkan dari hasil pemetaan *Importance Performance Analysis* (IPA), diketahui bahwa atribut “Produk cokelat nDalem mudah ditemukan”, “karakter Cokelat nDalem sebagai cokelat khas Jogja berbeda dengan merek lainnya”, dan “harga produk Cokelat nDalem terjangkau” memiliki nilai kinerja yang rendah tetapi memiliki nilai kepentingan yang tinggi sehingga merupakan prioritas utama yang harus diperbaiki oleh CV nDalem Mulya Mandiri. Saran dan rekomendasi perbaikan untuk ketiga atribut adalah memperluas jangkauan distribusi produk, sehingga lebih mudah untuk ditemukan oleh konsumen, memperkuat karakter Cokelat nDalem melalui studi perancangan dan pengembangan produk, dan melakukan penyesuaian harga dengan kualitas dan kuantitas produk.

Kata Kunci : cokelat, ekuitas merek, *customer satisfaction index* (CSI), *importance performance analysis* (IPA)

¹ Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

² Staf Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

BRAND EQUITY ANALYSIS OF COKELAT NDALEM AT CV NDALEM MULYA MANDIRI YOGYAKARTA

Sita Kusuma Dewi¹, Ibnu Wahid Fakhruddin. A², Makhmudun Ainuri²

ABSTRACT

CV nDalem Mulya Mandiri is a producer of chocolate products, which has unique Indonesian chocolate products, especially Javanese chocolate. This company has a brand that called Cokelat nDalem. Cokelat nDalem predicts that the number of visitors is still fluctuating and the consumers who frequently make repeat purchases is still few in number, while the chocolate trademark circulating in Yogyakarta is increasingly diverse, causing a variety of consumer choices in buying chocolate products. For this reason, measurement and analysis of brand equity is necessary, so that consumers are expected to be more interested in Cokelat nDalem.

Measurement of brand equity is done by distributing questionnaires filled by 100 respondents, the respondents have the qualifications to have bought and consumed Cokelat nDalem products. The technique used in sampling was purposive sampling. The level of customer satisfaction with the brand equity of Cokelat nDalem was measured by finding the Customer Satisfaction Index (CSI), and brand equity attributes that require improvement are sought with the Importance Performance Analysis (IPA).

According to research conducted, the value of consumer satisfaction based on the CSI value obtained is equal to 77.80%, and is included in the criteria of "Satisfied" because it has a value of more than 60% but less than equal to 79,99%. While from the results of the Importance Performance Analysis (IPA), it is known that the attribute "Cokelat nDalem products is easy to find", "Cokelat nDalem character as Jogja's distinctive chocolate is different from other brands", and "Cokelat nDalem has affordable product prices" have low performance value but has a high importance value so that it is the top priority that must be corrected by CV nDalem Mulya Mandiri. Recommendations for improvement of the three attributes are to expand the range of product distribution, so that it is easier to find by consumers, strengthen the character of Cokelat nDalem through product design and development studies, and adjust prices with product quality and quantity.

Keywords : chocolate, brand equity, *customer satisfaction index* (CSI), *importance performance analysis* (IPA)

¹ Student of Agroindustrial Technology Departement, Faculty of Agro Technology, Universitas Gadjah Mada

² Lecturer of Agroindustrial Technology Departement, Faculty of Agro Technology, Universitas Gadjah Mada