

**PENENTUAN ATRIBUT PRODUK TEH HIJAU BERCITA RASA
DENGAN METODE *CONJOINT ANALYSIS* DI D.I. YOGYAKARTA**

Febriana Kumala Dewi¹⁾, Novita Erma Kristanti²⁾, Henry Yuliando²⁾

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara penghasil teh terbesar keenam di dunia sehingga memiliki potensi usaha teh yang besar. Tingkat konsumsi teh masyarakat Indonesia masih rendah oleh sebab itu perlu dilakukan penelitian mengenai inovasi produk terhadap teh hijau bercita rasa Serai, Jahe dan Melati. Teh hijau bercita rasa merupakan produk yang belum dikenal oleh masyarakat sehingga dibutuhkan penelitian lanjutan untuk menentukan atribut produk teh hijau bercita rasa dengan metode *Conjoint*. Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan atribut produk teh hijau bercita rasa yang dianggap paling penting oleh konsumen dan menentukan karakteristik produk teh hijau bercita rasa yang sesuai dengan preferensi konsumen.

Penelitian ini menggunakan 2 kuesioner yaitu kuesioner pendahuluan untuk mengetahui tingkat kepentingan atribut produk teh hijau dan kuesioner penelitian untuk mengetahui preferensi konsumen produk teh hijau. Kuesioner pendahuluan diolah dengan menggunakan perhitungan nilai kepentingan relatif, kemudian kuesioner penelitian diolah dengan menggunakan *software* SPSS dengan analisa *conjoint*. Sampel dari penelitian ini adalah responden berjumlah 50 orang untuk kuesioner pendahuluan dan 100 orang yang pernah meminum teh hijau untuk kuesioner penelitian. Jumlah pengambilan sampel berdasarkan perhitungan dengan rumus *Slovin* dengan teknik pengambilan sampel *random sampling*.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan atribut-atribut produk teh hijau yang dianggap paling penting oleh konsumen adalah atribut rasa dan aroma teh. Karakteristik produk teh hijau yang sesuai dengan preferensi responden secara keseluruhan adalah produk teh hijau bercita rasa Jahe dengan rentang harga Rp 10.000 – Rp 15.000, ketahanan produk 1-2 tahun, warna seduhan hijau kekuningan, dan dengan tipe kemasan produk teh celup. Kuesioner disebar lagi kepada 45 responden dengan menghilangkan atribut harga, dan didapat hasil teh hijau bercita rasa Melati, dengan ketahanan produk >2 tahun, warna seduhan teh bening kehijauan dan tipe kemasan teh seduh.

Kata kunci: atribut, *conjoint*, teh hijau.

¹⁾ Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, Universitas Gadjah Mada

²⁾ Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, Universitas Gadjah Mada

DETERMINATION OF PRODUCT ATTRIBUTES OF GREEN TEA FLAVOURED WITH CONJOINT ANALYSIS METHOD IN D.I. YOGYAKARTA

Febriana Kumala Dewi¹⁾, Novita Erma Kristanti²⁾, Henry Yuliando²⁾

ABSTRACT

Indonesia is the sixth largest tea producer in the world that has a huge potential of tea business. Indonesian tea consumption level is still low and therefore need to do research on product innovation in green tea flavoured (Lemongrass, Ginger and Jasmine). Green tea flavoured is a product that has not known by the public so that more research is needed to determine the product attributes of green tea flavoured with conjoint method. The purpose of this research is to determine the attributes of green tea flavoured product that are the most important by consumers and to determine the characteristics of green tea flavoured products in accordance with consumer preferences.

This study used two questionnaires that preliminary questionnaire is to determine the importance level of attributes in green tea product and a research questionnaire is to determine consumer preferences in green tea product. Preliminary questionnaires were processed with the calculation of the relative importance, then the research questionnaires were analyzed with SPSS software with conjoint analysis. Samples of this research were the respondents amounted to 50 people for a preliminary questionnaire and 100 people who drank green tea to a research questionnaire. Total sampling based on calculations by the formula Slovin with sampling random sampling technique.

Based on research, the most important attributes in green tea products by consumers is taste and aroma of tea attribute. Characteristics of appropriate green tea products for the respondents preferences is the product of a green tea with ginger flavour, and the product has a price range of Rp 10,000 - Rp 15,000, product durability 1-2 years, steeping yellowish green colour, and tea bags packaging type. The questionnaire that the price attribute was omitted, distributed to 45 respondents, and the obtained result is green tea with jasmine flavour, product durability >2 years, translucent greenish color steeping tea and brewed tea packaging types.

Key words: attribute, *Conjoint*, green tea.

¹⁾ Student of Department of Agroindustrial Technology, Universitas Gadjah Mada

²⁾ Faculty Member of Department of Agroindustrial Technology, Universitas Gadjah Mada