

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

4.1.1 Nilai dan *Image* Produk Ijen Coffee Mix 3 in 1 Original

Berikut Nilai dan *Image* yang di dapat dari PT. Rolas.

1. *Image*

Semua produk dari Rolas menggunakan bahan yang asli dari perkebunan milik PTPN XII (persero). Bahan – bahan tersebut adalah bahan yang sudah memenuhi *standart* internasional karena sebagian bahan untuk diekspor dan sebagian diolah lagi oleh PT. Rolas Nusantara Mandiri. Untuk kopi Ijen Coffee 3in1 Original sendiri berasal dari biji kopi robusta yang benar – benar sudah berwarna merah sehingga akan menghasilkan rasa yang terbaik.

2. Nilai

Mengenai nilai yang ingin di tunjukkan kepada konsumen, PT. Rolas telah memperkirakan antara harga dan rasa yang sesuai. Rasa yang di tawarkan pada setiap produk PT. Rolas berasal dari rasa kopi yang benar – benar biji kopi pilihan dan tidak berasal dari bahan sisa maupun sekedar *essens*. Pada harga PT. Rolas telah memperhitungkan mengenai kesesuaian harga dengan *benefit* yang di berikan melalui keaslian bahan baku dengan *cost* produksi yang dikeluarkan sehingga mendapatkan harga yang pas pada setiap produknya.

4.1.2 Kesesuaian Paradigma Konsumen dan Perusahaan mengenai Produk

PT. Rolas Nusantara Mandiri merupakan perusahaan yang mampu untuk menjamin produk – produknya pada kualitas yang ber-*standart* internasional serta mampu mengembangkan produk minuman yang

baik untuk dikonsumsi dengan cita rasa *standart café* yang pas bila dibandingkan dengan produk – produk teh dan kopi lain. Terutama kopinya yang memiliki banyak variasi biji dengan cita rasa yang berbeda – beda dan dari berbagai lokasi kebun milik PTPN 12 yang sudah ber-*standart* internasional.

Untuk khususnya Kopi Ijen Coffee Mix 3 in 1 Original, sebenarnya dari segi rasa sudah seperti kopi yang di padu dengan *creamer* di restoran dan di hotel. Tetapi produk ini di jual dalam bentuk mentah yang mana masih memiliki kekurangan dalam bentuk fisiknya yang kurang menarik untuk pelanggan baru. Kemasan juga membuat paradigma konsumen menjadi rendah terhadap produk dalam segi rasa, isi kemasan, dan *benefit* produk, konsumen berfikir bahwa bila dilihat dari kemasannya produk ini tidak ada bedanya dalam segi, rasa, isi, kemasan, dan juga benefitnya dengan produk lain.

Untuk mendapatkan kesesuaian yang pas antara nilai dan *image* dari perusahaan dengan nilai dan *image* dari benak konsumen, maka diperlukan data respon dari konsumen dengan menanyakan pertanyaan sebagai berikut: (1) Mengerti atau tidaknya PT. Rolas Nusantara Mandiri; (2) Pernah mengenal produknya atau tidak; (3) Penilaian fisik produk; (4) Produk 3 in 1 lain yang pernah dicoba; (5) Perbandingan rasa 3 in 1 lain dengan 3 in 1 milik PT. Rolas; (6) Pembelian ulang produk 3 in 1 PT. Rolas; (7) Harga ritel yang di tawarkan produk 3 in 1 PT. Rolas; (8) Perbandingan *benefit* dan harga dari 3 in 1 milik PT. Rolas dengan produk 3 in 1 lain; (9) Kesesuaian *statement image* PT. Rolas terhadap produk 3 in 1 nya; (10) Saran.

Dari pembahasan bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa nilai dan *image* dari produk Ijen Coffee Mix 3 in 1 Original belum tersampaikan dengan baik di mata konsumen. Dari berbagai aspek yang dipertanyakan tentang produk masih ada kekurangan yang harus di benahi oleh perusahaan, dari segi kemasan, desain kemasan dan desain gambar yang ada pada kemasan yang digunakan dan juga yang

paling penting perusahaan untuk kedepannya dapat menghilangkan paradigma tentang produk ini yang mana konsumen berfikir produk ini tidak ada bedanya dengan produk 3 in 1 lain.

4.2 Saran

Dari segi kemasan produk produk ini masih mempunyai banyak kekurangan, seperti:

- Model kemasan dari produk ini tidak ada bedanya dengan produk lain yang ada dipasaran sehingga merubah paradigma terhadap kopi ini.
- Konsumen berekspektasi bahwa produk ini sama saja dengan kopi 3 in 1 lain.
- Isi dari produk ini yang sedikit dan mengakibatkan kopi kurang kental dan bila di seduh aromanya tidak tajam.
- Kemasan yang besar seharusnya di buat pada gelas yang berukuran sedang, padahal kopi Ijen Coffee Mix 3in1 Original harus di hidangkan pada cangkir kecil.
- Kopi Ijen Coffee Mix 3 in 1 Original ini baiknya di kemas dengan kemasan yang lebih kecil bila memang isi kemasannya sedikit.
- Desain gambar yang ada pada kemasan harus di buat lagi lebih menarik agar selalu dapat menarik pelanggan.
- Kemasan baiknya dapat di sediakan dalam berbagai jenis, sehingga dari hal itu perusahaan dapat memainkan harga dan juga produk dapat digunakan tidak hanya untuk konsumsi sehari – hari saja.
- Pada kemasan di berikan keterangan bahwa produk tersebut sudah berstandart internasional dan lebih baik lagi bila diberi sertifikasi apa saja yang ada pada bahan baku dan proses pembuatan produk tersebut.

Dari segi tempat penjualannya, produk Ijen Coffee Mix 3 in 1 Original harusnya bisa lebih dekat lagi pada pelanggan, karena yang dituju adalah

pelanggan kelas menengah keatas maka produk dapat dijual pada tempat – tempat sebagai berikut

- *Café*
- *Supermarket premium*

Untuk pengenalan produk perusahaan bisa melakukan komunikasi dua arah dengan pelanggan yang di target, seperti:

- Iklan
- Promosi penjualan
- Pemasaran *sponsorship*
- Publisitas
- Komunikasi ditempat pembelian
- *Trade promotion*
- *Brand product placement*
- *Public relation*
- *Corporate advertising*

