

PENERAPAN ATRIBUT PRODUK PADA KERUPUK AZIZAH KOTA PADANG

Siska Fitrianti¹ Nurul Balqis²

Program Studi Agribisnis, Jurusan Bisnis Pertanian, Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh
Jl. Raya Negara Km 7 Tanjung Pati, Kec. Harau, Kab. Lima Puluh Kota (26271)
e-mail: ¹ nurulbalqissss17@gmail.com. ²

ABSTRAK

Adanya persaingan yang tinggi dalam bisnis mengharuskan perusahaan menyusun strategi untuk dapat bertahan bahkan memenangkan persaingan, terutama strategi bidang pemasaran. Salah satu strategi yang harus dilakukan perusahaan yaitu penerapan strategi produk yang tepat agar mampu bersaing. Bagi strategi produk ini, item yang sangat berpengaruh adalah atribut produk apa yang digunakan perusahaan. Tujuan dari penulisan artikel ini adalah untuk mengetahui penerapan atribut produk pada Kerupuk Azizah Kota Padang. Pengambilan data tahun akademik 2022-2023 dilaksanakan selama 10 minggu dimulai tanggal 16 Maret 2023 sampai 3 Juni 2023 dilakukan di Kerupuk Azizah yang beralamat di Indarung, Kecamatan Lubuk Kilangan, Kota Padang, Sumatera Barat. Data yang digunakan dalam penyusunan artikel bersumber dari data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah pengamatan secara langsung, wawancara, dan studi Pustaka. Kerupuk Azizah Padang telah menerapkan beberapa unsur atribut prroduk untuk menunjang kegiatan pemasarannya. Atribut produk yang telah diterapkan antara lain: 1) Variasi/Keanekaragaman Produk. Produk yang ada di Kerupuk Azizah ada 8 antara lain: kerupuk bawang original, kerupuk bawang pedas, kerupuk bawang kedelai, kerupuk bawang nan lamo, kerupuk ubi ungu, kerupuk pangsit udang, stik kentang, dan stik keju yang mana produk ini terdiri dari berbagai varian dan jenis rasa yang berbeda juga memiliki perbedaan dari segi ukuran kemasan. 2) Nama/Merek dagang, nama/merek dagang yang digunakan di pada produk di Kerupuk Azizah Padang adalah "Kerupuk Azizah". 3) Kualitas Produk yang dihasilkan di Kerupuk Azizah telah memiliki label halal, BPOM, SNI ISO 9001:2015, dan izin P-IRT sehingga dapat memberikan jaminan kualitas produk yang dihasilkan. 4) Desain produk yang dihasilkan di Kerupuk Azizah dapat dilihat dari bentuk dan warna produk yang ditampilkan. 5) Label yang digunakan Kerupuk Azizah sudah memuat identitas perusahaan. 6) Kemasan produk. Produk di Kerupuk Azizah menggunakan 3 jenis kemasan dalam pengemasan produknya yaitu kemasan primer, kemasan sekunder, dan kemasan tersier. 7) Pelayanan. Kerupuk Azizah menerapkan melayani pelanggan dengan sikap menghargai diwujudkan dengan menerapkan prinsip 3A (Attitude, Attention, Action). Di Kerupuk Azizah attitude (sikap) diwujudkan dengan sikap yang baik dan ramah diantaranya melayani pelanggan dengan berpikiran positif. Pelayanan yang baik akan akan menciptakan kesan yang positif bagi konsumen, melayani pelanggan dengan sikap menghargai. Attention (Perhatian) di Kerupuk Azizah konsep perhatian yang ditawarkan adalah dengan menimbulkan ketertarikan minat pelanggan terhadap produk di Kerupuk Azizah. Action (Tindakan) di Kerupuk Azizah menerapkan konsep tindakan dengan memberi layanan sense of service attitude dengan mengedepankan perhatian yang ditunjang oleh kemampuan melayani dan tampilan layanan yang baik. 8) Ciri khas produk. Ciri khas produk di Kerupuk Azizah dapat dilihat dari tampilan produk, bau, rasa dan tekstur. 9) Jaminan yang diberikan kepada pelanggan dengan selalu memperhatikan produk yang dipasarkan.

Kata kunci: *Atribut Produk, Produk, Kerupuk azizah*

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis BP 20253222035 Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh

²Staff Pengajar Program Studi Agribisnis Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh

PENDAHULUAN

Dalam rangka pembangunan pertanian, agroindustri merupakan salah satu tonggak pembangunan pertanian, dimana dalam masa yang akan datang pertanian memberikan kontribusi yang baik dalam pembangunan nasional sehingga peranan agroindustri akan semakin besar. Dengan begitu upaya mewujudkan pembangunan pertanian yang maju dan menjadi sektor dalam pembangunan nasional sangat dipengaruhi oleh pembangunan. Agroindustri merupakan kegiatan industri yang mengolah hasil pertanian menjadi suatu produk yang bertujuan untuk menambah nilai tambah dari hasil pertanian (Arifin, 2016). Salah satu industri rumah tangga yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah industri rumah tangga keripik singkong. Tujuan pengolahan ubi kayu menjadi aneka produk pangan adalah untuk meningkatkan daya tahan produk yang layak di konsumsi dan meningkatkan nilai jualnya di pasaran (Damayanti, 2016).

Persaingan dalam dunia bisnis ataupun perdagangan semakin ketat dan pesat. Pada saat ini kegiatan pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia usaha, karena di dalam persaingan ini para produsen atau para pedagang yang bergerak dalam komoditi yang sama bagaikan berada pada persaingan dalam menarik konsumen sebanyak-banyaknya dalam rangka pemenuhan kebutuhan pasar. Menurut Tjiptono, Fandy dan Anastasia (2016), pemasaran adalah aktivitas, rangkaian, institusi, proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran (*offerings*) yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Untuk memenangkan persaingan perusahaan terutama dalam bidang industri

pengolahan makanan menuntut para pelaku bisnis untuk memberikan produk yang beragam serta berkualitas.

Kerupuk adalah makanan kering yang terbuat dari bahan dasar tepung tapioka dan atau tanpa bahan tambahan lain yang diizinkan, harus disiapkan dengan cara menggoreng atau memanggang terlebih dahulu sebelum disajikan. Saat ini banyak kerupuk yang ditawarkan kepada masyarakat sebagai makanan ringan atau *snack food*. Kerupuk sebagai makanan ringan sudah banyak dikenal masyarakat, banyak dijumpai dipasaran dengan berbagai merk, rasa dan bentuk. Jenis makanan ini umumnya dikonsumsi sebagai makanan yang mampu membangkitkan selera makan atau sekedar dikonsumsi sebagai makanan kecil. Kerupuk disukai baik disegala usia maupun tingkat sosial masyarakat (Wahyono, 2010).

Kerupuk Azizah Padang merupakan salah satu industri makanan kering yang memproduksi dan menjual produk kerupuk dalam bentuk produk jadi (sudah digoreng), adapun jenis kerupuk yang dijual antara lain: kerupuk bawang original, kerupuk bawang pedas, kerupuk kedele, kerupuk bawang nan lamo, kerupuk ubi ungu, kerupuk pangsit udang, stik kentang, dan stik keju. Dengan banyaknya perusahaan-perusahaan memasarkan produk sejenis sehingga Kerupuk Azizah memiliki pesaing bisnis yang cukup tinggi. Adanya pesaing yang tinggi, perusahaan dalam bisnis ini masih kalah bersaing dari kompetitor lainnya sehingga perusahaan harus menyusun strategi pemasaran yang tepat. Salah satu strategi yang harus dilakukan perusahaan yaitu penerapan strategi produk yang tepat agar mampu bersaing. Bagi strategi produk ini, item yang sangat berpengaruh adalah atribut produk apa yang digunakan perusahaan. Atribut produk merupakan salah satu

faktor yang memegang peran yang sangat vital dalam pemasaran produk. Disamping itu, atribut produk dapat memberikan gambaran yang jelas tentang produk tersebut.

Menurut Tjiptono (2008), atribut adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Unsur-unsur atribut produk meliputi nama produk, variasi produk, mutu atau kualitas produk, label produk, kemasan produk, desain produk, ciri khas produk, pelayanan, serta jaminan dan garansi (Kotler dan Amstrong, 2007). Atribut produk inilah yang akan membedakan antara produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan dengan produk sejenis yang ditawarkan perusahaan lain. Perbedaan atribut ini kemudian bisa menimbulkan perbedaan persepsi konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga akhirnya dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembeli (Setyanto dkk, 2017).

Untuk dapat memasarkan produk dengan baik maka perusahaan harus memahami konsep produk. Dengan adanya atribut produk dapat mengoptimalkan dalam strategi pemasaran di Kerupuk Azizah. Tujuan dari penulisan artikel ini yaitu untuk mengetahui penerapan atribut produk pada Kerupuk Azizah Kota Padang

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengalaman Kerja Praktek Mahasiswa (PKPM) yang dilaksanakan selama 10 minggu dimulai pada tanggal 16 Maret 2023 sampai 3 Juni 2023 yang berlokasi di Kerupuk Azizah Jl. Bukit Ngalau RT 002 RW 004, Kecamatan Lubuk Kilangan, Indarung, Kota Padang, Sumatera Barat.

Cakupan topik yang dibahas dalam artikel ini adalah mengenai atribut produk

di Kerupuk Azizah Padang. Atribut produk di Kerupuk Azizah meliputi variasi/keanekaragaman produk, nama/merek dagang produk, kualitas produk, label produk, kemasan produk, desain produk, ciri khas produk, jaminan dan garansi serta pelayanan. macam-macam persediaan bahan baku dan penerapan pengendalian persediaan bahan baku yang diterapkan di Kerupuk Azizah Padang.

Adapun langkah-langkah dan Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu:

- a. Wawancara yaitu suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada responden seperti pemimpin perusahaan, pembimbing lapangan, serta karyawan di Kerupuk Azizah. Data yang diperoleh melalui wawancara yang bertujuan untuk mendapatkan data dan keterangan yang menunjang penulisan laporan ini.
- b. Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah yang berkaitan dengan topik yang diangkat baik dalam perusahaan maupun diluar perusahaan. Data yang berupa dokumentasi, majalah perusahaan, daftar reseller produk Kerupuk Azizah.
- c. Observasi yaitu melakukan pengamatan langsung di lapangan selama kegiatan PKPM berlangsung yang berhubungan dengan topik yang diangkat dalam Laporan Tugas Akhir. Data yang dikumpulkan melalui observasi seperti kegiatan dokumentasi, pemberian produk sampel pada kegiatan promosi penjualan.
- d. Studi Pustaka adalah pengumpulan data dengan cara memanfaatkan data yang tersedia yang berhubungan dengan kegiatan dilapangan. Data tersebut diperoleh dari buku, jurnal, laporan magang mahasiswa, internet dan lain-lain yang bersifat informatif dan berhubungan dengan judul Laporan Tugas Akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerupuk Azizah berdiri sejak tahun 2009 yang didirikan oleh pemilik/owner Yeni Fitra. Kerupuk Azizah adalah sebuah Perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan makanan ringan dengan tujuan utama pasar dalam daerah maupun luar daerah (luar sumbar).

Pada tahun 2009 Kerupuk Azizah yang didirikan oleh Yeni Fitra hanya seorang ibu rumah tangga biasa yang mengurus segala kebutuhan suami dan ibu bagi empat orang anaknya. Nama Azizah sendiri diambil dari anak kedua dari Ibu Yeni yang mana merupakan anak perempuan satu-satunya. Pada tahun 2009, Yeni Fitra merupakan Ibu RT ditempat tinggalnya mencetuskan ide brilian ini pada saat menggelar kegiatan arisan bagi ibu-ibu rumah tangga. Saat pertemuan arisan tersebutlah ide tersebut dikemukakan olehnya dengan membuat makanan ringan dikarenakan kue kering memiliki masa kadaluarsa yang cukup lama.

Membuat usaha makanan kering merupakan langkah awal yang tepat dilakukan oleh seorang ibu rumah tangga, setidaknya hasil usaha makanan kering dapat membantu ekonomi keluarga dan pengangguran pada daerah setempat. Modal yang dikeluarkan oleh Yeni sebesar Rp. 500.000 untuk membeli kebutuhan atau bahan baku. Makanan kering pertama yang dibuat oleh Yeni adalah Kerupuk Bawang Sayur dengan menggunakan konsep *try and error*. Target pasar yang beliau lakukan adalah kepada warga sekitar dan beberapa teman.

Pada saat ini Kerupuk Azizah sudah memiliki 8 produk makanan kering yang diproduksi setiap harinya. Kerupuk Azizah tidak hanya dipasarkan di Kota Padang namun, juga sudah dipasarkan di seluruh Indonesia seperti Medan, Aceh, Pekanbaru, Bengkulu, Jambi dan Batam. Kerupuk Azizah juga pernah mengikuti pameran yang diselenggarakan oleh Pemerintah di Indonesia hingga Malaysia. Pemasarannya tidak hanya dilakukan *offline* tapi juga *online* pada

berbagai platform jual beli online seperti *Shopee, Tokopedia, Facebook, Instagram* dan *Tiktok*.

Visi dan Misi

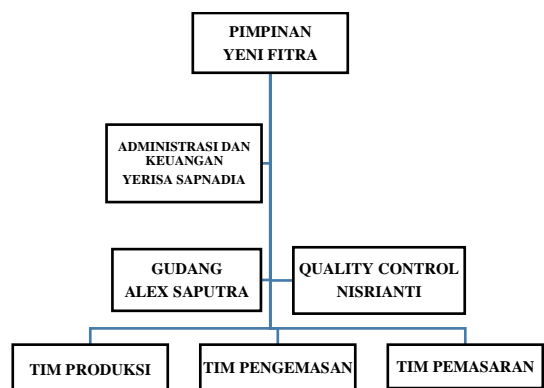
Adapun visi dan misi pada usaha Kerupuk Azizah sebagai berikut:

1. Visi
Menciptakan produk makanan bermutu dengan bahan baku lokal dan menaikkan kepuasan konsumen untuk tercapainya pemasaran global.

2. Misi
Adapun misi Kerupuk Azizah yaitu:

1. Memproduksi kerupuk yang higienis, bermutu dan aman dikonsumsi dengan kemasan menarik untuk berbagai segmen pasar.
2. Menerapkan standar mutu produk dan mengacu pada perundang-undangan yang berlaku.
3. Memperluas pemasaran dengan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui jaringan pasar nasional dan internasional (ekspor).
4. Meningkatkan kompetensi SDM yang ada.

Struktur Organisasi



Sumber daya yang dimiliki oleh Kerupuk Azizah berdasarkan tingkat pendidikan mulai dari SD, SMP, dan SMA/SMK. Tenaga kerja Kerupuk Azizah berjumlah 35 orang yang terdiri dari 30 tenaga kerja wanita dan 5 orang tenaga kerja pria.

Kegiatan Bisnis di Kerupuk Azizah

a. Deskripsi Kegiatan Produksi

Kerupuk Azizah merupakan Perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan makanan ringan. kerupuk Azizah beroperasi pada hari Senin-Sabtu dari pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 16.00 WIB. Usaha Kerupuk Azizah memproduksi 8 macam produk diantaranya kerupuk bawang original, kerupuk bawang pedas, kerupuk bawang kedele, kerupuk bawang nan lamo, kerupuk ubi ungu, kerupuk pangsit udang, stik kentang dan stik keju.

b. Deskripsi Produk

Produk yang dipasarkan di Kerupuk Azizah terdiri dari 8 macam item yaitu kerupuk bawang original, kerupuk bawang pedas, kerupuk bawang kedelai, kerupuk bawang nan lamo, kerupuk ubi ungu, kerupuk pangsit udang, stick kentang dan stick keju. Kerupuk Azizah menjual produk dalam bentuk kemasan dengan berat 220 gr, 200 gr, dan 10 kg.

c. Deskripsi Pelanggan

Pelanggan adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa secara terus menerus. Pelanggan atau pemakai suatu produk adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan Perusahaan-perusahaan bisnis. Pelanggan dari Kerupuk Azizah terdiri dari pelanggan tetap dan pelanggan tidak tetap.

d. Deskripsi Pemasok Bahan Baku

Pemasok bahan baku di Kerupuk Azizah didapatkan dengan cara bermitra dengan distributor seperti tepung, telur, bawang merah, bawang putih, dan minyak goreng. Pemasok bahan baku yang ada di Kerupuk Azizah tidak hanya satu tempat tetapi pada beberapa tempat, jika tidak ada di satu tempat maka pada tempat yang lain sehingga proses

produksi tidak terganggu. Pemasok bahan baku yang dipilih oleh Kerupuk Azizah harus sesuai dengan kriteria yang diinginkan Perusahaan agar produk yang dihasilkan berkualitas dan tetap terjaga.

e. Deskripsi Pemasaran

Pemasaran adalah suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memasarkan atau mempromosikan produk. Untuk kegiatan pemasaran di Kerupuk Azizah, pemilik menerapkan sistem pemasaran langsung dan tidak langsung. Adapun pemasaran langsung dilakukan dengan *personal selling* dan pemasaran tidak langsung dilakukan dengan cara menitipkan produk ke beberapa swalayan dan memanfaatkan media sosial seperti *Instagram, Facebook, WhatsApp, Tiktok*, dan juga *Shopee*.

Penerapan Atribut Produk Pada Kerupuk Azizah Kota Padang

1. Variasi/Keanekaragaman Produk

Produk yang ada di Kerupuk Azizah ada 8 antara lain: kerupuk bawang original, kerupuk bawang pedas, kerupuk kedelai, kerupuk bawang nan lamo, kerupuk ubi ungu, kerupuk pangsit udang, stik kentang dan stik keju yang mana produk ini terdiri dari berbagai varian dan jenis rasa yang berbeda juga memiliki perbedaan dari segi ukuran kemasan.

A. Kerupuk Bawang (Original, pedas dan kedele)

Kerupuk bawang (original, pedas dan kedele) merupakan salah satu olahan kerupuk yang bahan dasarnya adalah tepung tapioka dan tepung terigu. Terbuat dari bahan bawang merah, bawang putih, telur, garam, seledri, dan air. Yang membedakan antara kerupuk bawang original, pedas dan kedele hanya terletak pada bahan yang ditambahkan yaitu cabe merah dan kedele. Diolah dengan cara dipotong tipis menggunakan pisau kemudian digoreng menggunakan api

sedang. Kerupuk ini sangat gurih dan berwarna kecoklatan. Ukuran kemasan 180 gr, 200 gr dan 10 kg.

B. Kerupuk Bawang Nan Lamo

Kerupuk bawang nan lamo disebut juga dengan kerupuk bawang gunting. Proses pembuatan kerupuk bawang nan lamo dibuat dengan cara menipiskan adonan menggunakan ampia kemudian dibuat berbentuk bulat lonjong setelah itu digunting menggunakan gunting dan digoreng. Ukuran kemasan 220 gr dan 10 kg.

C. Kerupuk Ubi Ungu

Kerupuk ubi ungu merupakan salah satu olahan kerupuk yang bahan dasarnya adalah ubi ungu. Terbuat dari bahan tepung terigu, gula, dan garam. Kerupuk ubi ungu diolah dengan cara dipotong tipis menggunakan pisau kemudian digoreng menggunakan api sedang. Kerupuk ini sangat gurih dan manis berwarna ungu. Ukuran kemasan 180 gr, 200 gr dan 10 kg.

D. Kerupuk Pangsit Udang

Kerupuk pangsit udang merupakan salah satu olahan kerupuk yang bahan dasarnya adalah tepung gunung agung. Terbuat dari bahan udang dan garam. Kerupuk pangsit udang diolah dengan cara dipotong tipis menggunakan pisau kemudian digoreng menggunakan api sedang. Kerupuk ini sangat gurih dan mempunyai rasa udang. Ukuran kemasan 200 gr dan 10 kg.

E. Stik Kentang

Stik kentang merupakan salah satu olahan yang berbahan dasar kentang. Terbuat dari bahan tepung terigu, telur, garam, dan air. Stik kentang diolah dengan cara dicetak menggunakan mesin dan ampia lalu digoreng menggunakan api sedang. Stik kentang ini sangat gurih dan berwarna kuning keemasan. Ukuran kemasan 200 gr.

F. Stik Keju

Stik keju merupakan salah satu olahan yang bahan dasarnya adalah tepung cap tani. Terbuat dari bahan keju, telur, garam, dan air. Stik kentang diolah dengan cara cetak plintir menggunakan tangan lalu digoreng menggunakan api sedang. Stik keju ini sangat gurih, asin, dan berwarna kuning keemasan. Ukuran kemasan 200 gr.

2. Nama/Merek Dagang

Penggunaan merek dagang kerupuk azizah telah menjadi identitas suatu produk yang membedakan dari produk yang lainnya dan memudahkan konsumen dalam mengidentifikasi produk. Merek dagang yang digunakan pada produk di Kerupuk Azizah Padang adalah “Kerupuk Azizah”. Penggunaan nama Kerupuk menandakan bahwa perusahaan ini bergerak dalam bidang aneka olahan kerupuk. Nama Azizah sendiri diambil dari anak kedua dari Ibu Yeni (owner) yang mana merupakan anak perempuan satu-satunya. Bentuk logo yang digunakan pada Kerupuk Azizah berupa lonjong yang berarti tanduk kerbau yang menggambarkan ciri khas dari produk minang. Jadi Kerupuk Azizah adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan makanan ringan yang berasal dari minang. Warna merah pada logo berarti berani dan warna putih merupakan warna kontras sehingga tulisan lebih terlihat. Penggunaan merek tersebut bertujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang produk yang diproduksi dan memperkenalkan produk kepada konsumen bahwa ada produk olahan kerupuk yang ada di Kelurahan Batu Gadang, Kecamatan Lubuk Kilangan, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat.

3. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan hal yang sangat penting bagi Kerupuk Azizah

terhadap bahan baku, produk yang diproduksi, maupun produk yang dipasarkan. Indikator mengenai kualitas di Kerupuk Azizah dapat dilihat dari pemilihan bahan baku utama yang digunakan harus yang berkualitas.

Kerupuk Azizah selalu menjaga kualitas bahan baku yang digunakan selama proses produksi. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menggunakan tepung yang berkualitas dan menggunakan minyak kemasan untuk proses penggorengan. Serta selalu mencuci bahan dan alat sebelum digunakan sehingga bersih, higienis, dan terhindar dari kuman. Dari segi ketahanan produk Kerupuk Azizah memiliki ketahanan lebih kurang selama 3 bulan jika disimpan di suhu ruangan dan tidak terkena cahaya matahari.

Produk di Kerupuk Azizah selalu memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan berdasarkan *Standard Operational Procedure* (SOP) yang ditetapkan. Salah satu SOP produk yang ditetapkan adalah kerupuk bawang yang dihasilkan harus tipis dan tidak terpotong-potong, mencuci alat dan bahan sebelum digunakan, serta kerupuk bawang berwarna kuning kecoklatan. Jika ada produk yang tidak memenuhi SOP, contohnya kerupuk bawang yang pecah-pecah maka dijual lagi dengan harga yang lebih murah. Penyebab kualitas produk tidak sesuai di Kerupuk Azizah biasanya disebabkan oleh tenaga kerja pada saat memotong dan penggorengan, metode yang digunakan seperti kerupuk yang tebal, serta alat yang digunakan contohnya pisau yang tidak tajam pada saat memotong kerupuk. Kualitas produk yang dihasilkan di Kerupuk Azizah telah memiliki label halal, BPOM, SNI ISO 9001:2015 dan izin P-IRT sehingga dapat memberikan jaminan kualitas produk yang dihasilkan. Sertifikat halal akan diperpanjang setiap 2 tahun, SNI ISO 9001: 2015 diperpanjang setiap 3 tahun sekali, izin P-IRT diperpanjang setiap 5 tahun sekali.

4. Desain Produk

Desain adalah model atau bentuk yang dipandang menarik, modis, dan sesuai dengan selera konsumen yang

dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam keputusan pembelian. Desain berpengaruh terhadap penampilan (*performance*) sebuah produk. Desain produk dapat dilihat dari varian produk yang dihasilkan Kerupuk Azizah. Kerupuk bawang original, kerupuk bawang pedas, kerupuk bawang kedele, kerupuk ubi ungu, dan kerupuk pangsit udang memiliki bentuk produk tidak beraturan dengan diameter 6 cm, sedangkan kerupuk bawang nan lamo, stik kentang, dan stik keju memiliki produk memanjang dengan panjang 4,5 cm. Ukuran ini dianggap standar oleh perusahaan yang bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam mengkonsumsi produk kerupuk ini.

Selain itu, desain produk di Kerupuk Azizah juga dapat dilihat dari warna produk yang ditampilkan. Kerupuk bawang original memiliki warna kuning kecoklatan dan rasanya sama dengan kerupuk bawang biasa, kerupuk bawang pedas memiliki warna agak kemerahan dan memiliki rasa agak pedas, kerupuk bawang kedele memiliki warna kuning kecoklatan dan memiliki rasa tambahan seperti tempe, kerupuk bawang nan lamo memiliki warna kuning kecoklatan dan memiliki rasa gurih, kerupuk ubi ungu memiliki warna ungu dan memiliki manis, kerupuk pangsit udang memiliki warna kuning kecoklatan dan memiliki rasa tambahan seperti udang, stik kentang memiliki warna kuning kecoklatan dan memiliki rasa manis tambahan kentang, stik keju memiliki warna kekuningan dan memiliki rasa keasinan, sehingga dapat menimbulkan keinginan bagi setiap orang yang melihat untuk membeli atau mengkonsumsinya.

5. Label Produk

Produk yang ada di Kerupuk Azizah pada umumnya sudah menggunakan label dalam memasarkan produknya. Label produk yang ada hanyalah kemasan produk 220 gr, 200 gr, dan 180 gr yaitu berbentuk sticker. Sedangkan untuk kemasan dengan berat 10 kg tidak menggunakan label karena itu

permintaan dari pelanggan karena akan dikemas dan dijual lagi oleh pelanggan. Label di Kerupuk Azizah didesain langsung di tempat pemesanan label dan diprint sesuai dengan desain label berdasarkan produk yang berbeda-beda.

Label produk di desain dengan bentuk persegi panjang dengan ukuran untuk kerupuk bawang original, kerupuk bawang pedas, kerupuk bawang kedele, kerupuk, kerupuk ubi ungu, kerupuk pangsit udang, stik kentang dan stik keju yaitu berukuran 6,5 x 10 cm dan untuk kemasan kerupuk bawang nan lamo yaitu berukuran 8,5 x 6 cm. Label memiliki ukuran yang berbeda karena menyesuaikan dengan ukuran plastik kemasan yang digunakan. Terdapat beberapa informasi yang ditampilkan pada label produk di Kerupuk Azizah antara lain: merek dagang, daftar bahan yang digunakan, keterangan tentang halal, BPOM, SNI ISO 9001:2015, dan izin P-IRT, nama dan alamat pihak yang memproduksi, dan keterangan tentang tanggal, bulan dan tahun kadaluwarsa

6. Kemasan Produk

Kemasan bertujuan untuk melindungi atau menjaga keamanan produk dari suatu hal yang merusaknya, serta berfungsi untuk promosi produk. Produk di Kerupuk Azizah menggunakan 3 jenis kemasan dalam pengemasan produknya. Berikut uraian kemasan yang digunakan oleh Kerupuk Azizah dalam pengemasan produknya:

1. Kemasan Primer yaitu kemasan yang langsung bersentuhan dengan produk. Kemasan primer yang digunakan untuk pengemasan produk adalah plastik *Polypropylene* (PP). Pemberian kemasan bertujuan untuk melindungi produk supaya lebih tahan lama, lebih higienis, dan untuk menarik perhatian konsumen.
2. Kemasan Sekunder merupakan kemasan yang tidak bersentuhan langsung dengan produk dan

bertujuan untuk melindungi kemasan primernya.

3. Kemasan Tersier merupakan kemasan akhir yang melindungi produk dalam rangka menyimpan dan mengirim produk serta mengidentifikasi produk.

7. Pelayanan

Pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat pelanggan merasa nyaman. Pelayanan yang diterapkan oleh Kerupuk Azizah yaitu melayani pelanggan dengan berfikir positif, di Kerupuk Azizah ada beraneka pelanggan yang berkunjung, dan para pelanggan tersebut memiliki sifat yang beraneka ragam pula, ada tipe pelanggan yang banyak bertanya namun tidak satupun melakukan kegiatan pembelian, disitulah para karyawan dituntut untuk senantiasa berfikir positif dan sabar dalam menghadapi pelanggan tersebut, melayani pelanggan dengan sikap menghargai ini diwujudkan dengan menerapkan prinsip 3A (*Attitude, Attention, dan Action*)

a. *Attention* (Sikap)

Di Kerupuk Azizah konsep sikap diwujudkan dengan sikap yang baik dan ramah diantaranya:

1. Melayani pelanggan dengan berpikiran positif. Pelayanan yang baik akan menciptakan kesan yang positif bagi konsumen.

Di Kerupuk Azizah ada banyak ragam jenis pelanggan yang berkunjung dan para pelanggan memiliki sifat yang berbeda-beda. Dengan perbedaan itulah karyawan dituntut harus selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan supaya pelanggan merasa puas dan senang berbelanja di Kerupuk Azizah.

2. Melayani pelanggan dengan sikap menghargai

Di Kerupuk Azizah setiap karyawan diwajibkan selalu menghargai para pelanggan. Dengan bersikap sopan dan ramah, mudah senyum, serta menjelaskan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan merupakan wujud dari penerapan menghargai pelanggan bagi karyawan.

b. *Attention* (Perhatian)

Di Kerupuk Azizah konsep perhatian yang ditawarkan adalah dengan menimbulkan ketertarikan dan minat pelanggan terhadap produk di Kerupuk Azizah. Ketertarikan dan minat pelanggan terhadap produk dapat dimunculkan dengan menjelaskan mengenai produk baik keunggulan dan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan. Ketertarikan dan minat pelanggan juga dapat muncul apabila pelanggan dilayani dengan baik dan sopan.

c. *Action* (Tindakan)

Di Kerupuk Azizah menerapkan konsep tindakan dengan memberi layanan *sense of service attitude* dengan mengedepankan perhatian yang ditunjang oleh kemampuan melayani dan tampilan layanan yang baik. Tindakan yang dilakukan oleh karyawan dalam melayani pelanggan dengan mengambil dan menyiapkan semua produk yang diinginkan oleh pelangga

8. Ciri Khas Produk

Ciri khas adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (*taste*) makanan tersebut. Ciri khas produk yang dimiliki di Kerupuk Azizah meliputi:

a. Tampilan Produk

Produk yang dihasilkan di Kerupuk Azizah memiliki tampilan warna alami sesuai dengan warna masing-masing produk tanpa adanya bahan pewarna makanan atau minuman. Kerupuk Azizah

juga selalu menjaga tampilan produk yang dihasilkannya selalu dalam keadaan baru dan memiliki warna yang segar, hal tersebut dilakukan dengan memperhatikan kualitas bahan baku yang digunakan serta kualitas produksi yang dilakukan saat proses produksi. Dalam proses produksinya produk di Kerupuk Azizah tidak menggunakan bahan pengawet, pewarna buatan dan bahan kimia lainnya, warna produk yang dihasilkan segar dari bahan yang dihasilkan dari bahan baku utama.

b. Bau

Ciri khas wangi dan aroma Produk di Kerupuk Azizah memiliki aroma dan bau yang wangi dan segar, pada kerupuk bawang (original, pedas, dan kedele), kerupuk bawang nan lamo, kerupuk ubi ungu, kerupuk pangsit udang, stik kentang dan stik keju yang ditonjolkan adalah aroma harum, aroma harum yang dihasilkan dari setiap produk juga berasal dari bahan yang digunakan.

c. Rasa

Produk di Kerupuk Azizah memiliki beberapa varian rasa. Kerupuk bawang original memiliki rasa yang gurih, kerupuk bawang pedas memiliki rasa yang gurih dan sedikit pedas dengan memakai cabe merah, kerupuk bawang kedele memiliki rasa gurih dan penambahan kedele di dalamnya, kerupuk bawang nan lamo memiliki rasa yang gurih, kerupuk ubi ungu memiliki rasa gurih dan manis ubi ungu, kerupuk pangsit udang memiliki rasa gurih dengan penambahan udang, stik kentang memiliki rasa gurih, dan stik keju memiliki rasa gurih juga asin. Variasi rasa produk yang diproduksi oleh Kerupuk Azizah yang tergolong unik ini cukup menimbulkan ketagihan konsumen untuk membeli produk ini dalam jumlah yang banyak.

d. Tekstur

Kerupuk Azizah selalu menjaga tekstur setiap variasi produk yang

dihasilkannya dalam kondisi mutu yang berkualitas. Produk yang dihasilkan Kerupuk Azizah memiliki tekstur yang gurih.

9. Jaminan dan Garansi

Kerupuk Azizah selalu memperhatikan kualitas produk yang akan dipasarkan. Produk yang dikirim dihasilkan dikirim langsung oleh pihak perusahaan kepada konsumen menggunakan mobil perusahaan, jika pengiriman luar daerah maka akan dikirim melalui ekspedisi pengiriman paket seperti JNE dan JNT. Kerupuk Azizah menjamin barang sampai kepada konsumen dengan aman dan selalu memastikan barang yang dikirim sesuai dengan pesanan. Jika terjadi kesalahan dan kerusakan dalam pengiriman yang disebabkan oleh kelalaian pihak perusahaan, maka pihak perusahaan akan sepenuhnya bertanggung jawab dan akan mengirim ulang produk sesuai dengan pesanan dan mengganti produk yang rusak. Proses pengiriman menggunakan jasa pengiriman yang terjamin, sehingga jika terjadi kesalahan, kerusakan atau keterlambatan pengiriman yang disebabkan oleh pihak ekspedisi akan menjadi tanggung jawab pihak ekspedisi. Jaminan yang diberikan oleh Kerupuk Azizah dalam pemasaran suatu produk memberikan rasa aman. Kerupuk Azizah belum memberikan garansi dalam bentuk apapun kepada konsumennya.

Kesimpulan

1. Variasi / Keanekaragaman Produk. Produk yang ada di Kerupuk Azizah ada 8 antara lain: kerupuk bawang original, kerupuk bawang pedas, kerupuk kedelai, kerupuk bawang nan lamo, kerupuk ubi ungu, kerupuk pangsit udang, stik kentang dan stik keju yang mana produk ini terdiri dari berbagai varian dan jenis rasa yang berbeda juga memiliki perbedaan dari segi ukuran kemasan.
2. Nama / Merek Dagang. Merek dagang yang digunakan pada produk di Kerupuk Azizah Padang adalah "Kerupuk Azizah".

3. Kualitas Produk. Indikator mengenai kualitas di Kerupuk Azizah dapat dilihat dari pemilihan bahan baku utama yang digunakan dan menyangkut jumlah bahan-bahan penampilan fisik produk, serta pada proses produksi dan produk akhir. Kualitas produk yang dihasilkan di Kerupuk Azizah telah memiliki label halal, BPOM, SNI ISO 9001:2015, dan izin PIRT sehingga dapat memberikan jaminan kualitas produk yang dihasilkan.
4. Desain Produk. Desain produk Kerupuk Azizah berbeda-beda dapat dilihat dari warna masing-masing produk.
5. Label. Pada Kerupuk Azizah menggunakan label yang berbentuk stiker pada kemasan plastic PP (Polypropylene). Label berisikan informasi seperti yang merek dagang, bahan yang digunakan, nama pihak yang memproduksi dan alamat perusahaan, keterangan tentang halal, BPOM, SNI ISO 9001:2015, izin P-IRT, dan tanggal, bulan tahun kedaluwarsa.
6. Kemasan Produk. Produk di Kerupuk Azizah menggunakan 3 jenis kemasan dalam pengemasan produknya yaitu kemasan primer, kemasan sekunder, dan kemasan tersier. Kemasan primer terdiri dari plastik *Polypropylene* (PP). Kemasan sekunder terdiri dari kemasan kantong plastik, dan kemasan plastik *Polypropylene* (PP). Kemasan tersier terdiri dari kemasan kardus.
7. Pelayanan. Pelayanan di Kerupuk Azizah mengutamakan kepuasan konsumen dengan menerapkan konsep 3 A yaitu *Attitude*, *Attention*, dan *Action*.
8. Ciri Khas Produk. Dapat dilihat dari penampakan, bau ciri khas wangi dan aroma, serta dari rasa dan tekstur produk yang ada di Kerupuk Azizah.

9. Jaminan Dan Garansi. Jaminan yang diberikan oleh Kerupuk Azizah dalam pemasaran suatu produk memberikan rasa aman. Kerupuk Azizah belum memberikan garansi dalam bentuk apapun kepada konsumennya

Daftar Pustaka

- Arifin. 2016. Pengantar Agroindustri. CV Mujahid Press: Bandung.
- Damayanti, A. 2016. Analisis Usaha Keripik Singkong Merk Pedas Gila Pada Kecamatan Tenggara Kabupaten Kutai Kartanegara. Magrobis Jurnal Volume 16 No.2
- Kotler, Philip dan Gray Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Setyanto Linggar Eka, Arifin Zainur, dan Sunarti. 2017. Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis Vol 46 No 2.
- Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia, Diana. 2016. Pemasaran Aplikasi. Yogyakarta: Andi
- Wahyono, et al. 2010. Pembuatan Aneka Kerupuk. Jakarta: Penebar Swadaya.