

### 3. HASIL PENELITIAN

Dari penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil sebagai berikut. Survey dilakukan di retail yang ada di Kota Semarang yang termasuk dalam kategori supermarket, hypermarket, dan *departement store*. Kategori supermarket memiliki 12 retail dengan total jumlah cabang 33 gerai, kategori hypermarket memiliki 4 retail dengan total jumlah cabang 8 gerai, dan kategori *department store* memiliki 6 retail dengan total jumlah cabang 11 gerai. Adapun data daftar retail yang ada di Kota Semarang diperoleh dari Dinas Perdagangan Kota Semarang. Daftar retail dapat dilihat pada lampiran 1.

Dari data tersebut dipilih beberapa retail yang memiliki produk makanan khususnya kerupuk ikan tenggiri. Adapun retail yang dipilih yaitu retail “A”, retail “G”, retail “H”, retail “S”, dan retail “T”. Kelima retail tersebut dipilih karena retail tersebut terdapat sampel yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Dari lima retail tersebut didapatkan 9 sampel kerupuk ikan tenggiri dan beberapa diantaranya di produksi di kota Semarang. Semua produk yang dijadikan sampel juga sudah memiliki nomor registrasi. Daftar sampel kerupuk tenggiri yang diperoleh dapat dilihat pada Tabel 1. berikut.

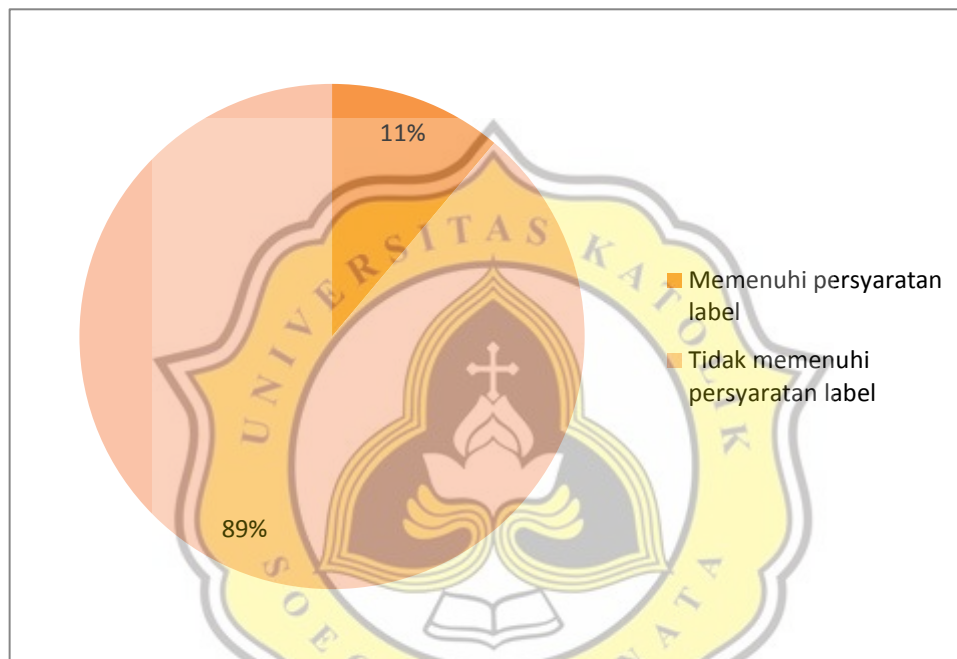
Tabel 1. Daftar Sampel Kerupuk Tenggiri

No.	Merk Produk	No. PIRT	Alamat Produsen
1	Kerupuk Tenggiri VS	20633xxxxxxxx-21	Semarang
2	Kerupuk Tenggiri KC	2.15.xxxx.xx.173	Magelang
3	Kerupuk Tenggiri TS	20633xxxxxxxx-23	Semarang
4	Kerupuk Tenggiri SR	20433xxxxxxxx-19	Cilacap
5	Kerupuk Tenggiri CM	20633xxxxxxxx-19	Semarang
6	Kerupuk Tenggiri SB	20633xxxxxxxx-23	Magelang
7	Kerupuk Tenggiri GI	20633xxxxxxxx-19	Solo
8	Kerupuk Tenggiri AM	20633xxxxxxxx-19	-
9	Kerupuk Tenggiri HD	20xxxxxxxxxxx-22	Bogor

Dari Tabel 1. di atas diketahui bahwa terdapat lima produsen kerupuk ikan tenggiri di Kota Semarang yaitu kerupuk tenggiri “VS”, kerupuk tenggiri “TS”, dan kerupuk tenggiri “CM”.

### 3.1. Pemenuhan Persyaratan Label Produk Kerupuk Ikan Tenggiri

Hasil pemenuhan persyaratan label pada produk kerupuk tenggiri dapat dilihat pada Gambar 1. dibawah ini. Dari 9 produk kerupuk ikan tenggiri ada 1 produk (11,11%) yang memenuhi persyaratan label pangan. Sedangkan 8 produk (88,89%) produk yang tidak memenuhi persyaratan label minimal sesuai yang diterapkan regulasi. Grafik pemenuhan persyaratan label pangan produk dapat dilihat pada Gambar 1. berikut. Foto sampel produk yang diperoleh dari retail yang ditentukan dapat dilihat pada Lampiran 2.



Gambar 1. Persentase produk kerupuk tenggiri di retail di Semarang yang memenuhi dan yang tidak memenuhi persyaratan label

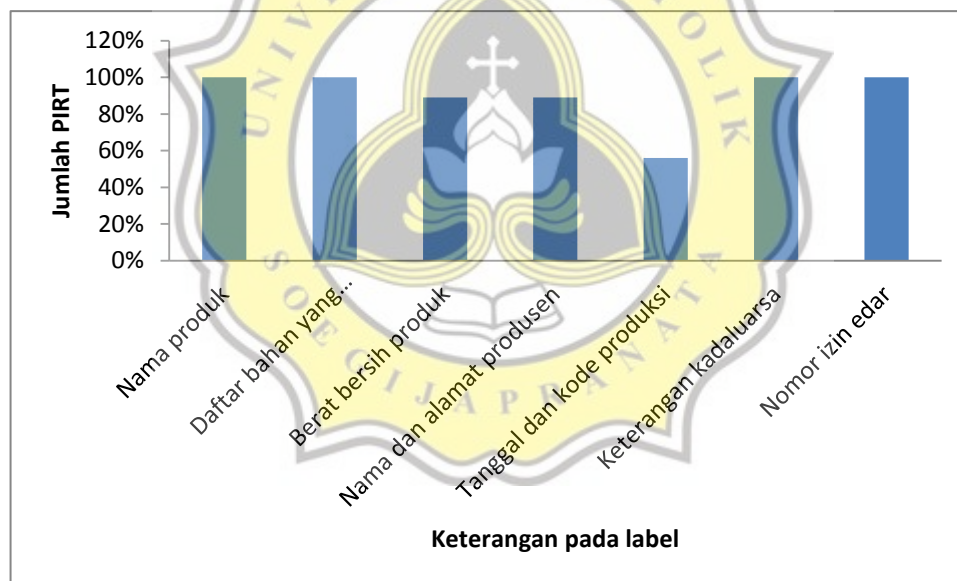
Hasil analisis kepatuhan label produk kerupuk ikan tenggiri yang beredar di retail yang ada di Kota Semarang dapat dilihat pada Tabel 2. berikut.

Tabel 2. Analisa Label Pangan Produk Kerupuk Ikan Tenggiri

No	Produk	Retail	Keterangan pada Label								Kesesuaian	Keterangan
			Nama produk	Daftar bahan yang digunakan	Berat bersih produk	Nama dan alamat produsen	Halal bagi produk yang dipersyaratkan	Tanggal dan kode produksi	Keterangan Kadaluarsa	Nomor izin edar		
1	Kerupuk Tenggiri VS	A	v	v	v	v	v	v	v	v	100%	Memenuhi
2	Kerupuk tenggiri KC	G	v	v	v	v	-	v	v	v	86%	Belum memenuhi
3	Kerupuk Tenggiri TS	G	v	v	v	v	-	v	v	v	86%	Belum memenuhi
4	Kerupuk Tenggiri SR	A	v	v	v	v	v	v	v	v	100%	Memenuhi
5	Kerupuk Tenggiri CM	A	v	v	v	v	v	v	v	v	100%	Memenuhi
6	Kerupuk Tenggiri SB	S	v	v	v	v	v	v	v	v	100%	Memenuhi
7	Kerupuk Tenggiri GI	A	v	v	v	v	v	v	v	v	100%	Memenuhi
8	Kerupuk Tenggiri AM	H	v	v	-	-	-	v	v	v	57%	Belum memenuhi
9	Kerupuk Tenggiri HD	T	v	v	v	v	-	v	v	v	86%	Belum memenuhi

Dari hasil di atas dapat dilihat bahwa ada 9 produk kerupuk ikan tenggiri dengan produsen yang berbeda yang ditemukan di retail yang telah ditentukan. Dari masing-masing keterangan yang digunakan sebagai syarat pada label untuk keterangan nama produk, daftar bahan yang digunakan, keterangan kadaluarsa, dan nomor izin edar merupakan keterangan yang semua produk mencantumkan keterangan tersebut.

Sementara untuk keterangan berat bersih, nama dan alamat produsen, tanggal dan kode produksi terdapat produsen yang belum mencantumkan. Dari sembilan produk kerupuk ikan tenggiri yang diperoleh, terdapat lima produk yang memenuhi persyaratan keterangan yang harus tercantum pada label menurut acuan yang digunakan. Sementara untuk empat produk lainnya masih belum memenuhi persyaratan keterangan yang harus tercantum pada label. Dari Tabel 2. tersebut untuk melihat informasi pada label mana saja yang sering tidak dicantumkan dapat dilihat pada grafik berikut.



Gambar 2. Informasi yang tertera pada label produk kerupuk ikan tenggiri yang beredar di retail di Kota Semarang

Dari grafik diatas didapatkan hasil sebagai berikut, Sebanyak 100% dari sampel produk mencantumkan nama produk, daftar bahan yang digunakan, keterangan kadaluarsa, dan nomor izin edar, 89% dari sampel produk mencantumkan berat bersih produk serta nama dan alamat produsen, 56% dari sampel produk mencantumkan tanggal dan kode

produksi. Tanggal dan kode produksi merupakan keterangan yang paling sering tidak dicantumkan pada label oleh produsen diikuti oleh berat bersih produk serta nama dan alamat produsen. Keterangan yang sering dicantumkan pada label adalah nama produk, daftar bahan yang digunakan, keterangan kadaluarsa, dan nomor izin edar. Beberapa foto produk yang tidak memenuhi persyaratan dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 3. Produk A tidak memenuhi persyaratan



Gambar 4. Produk B tidak memenuhi persyaratan

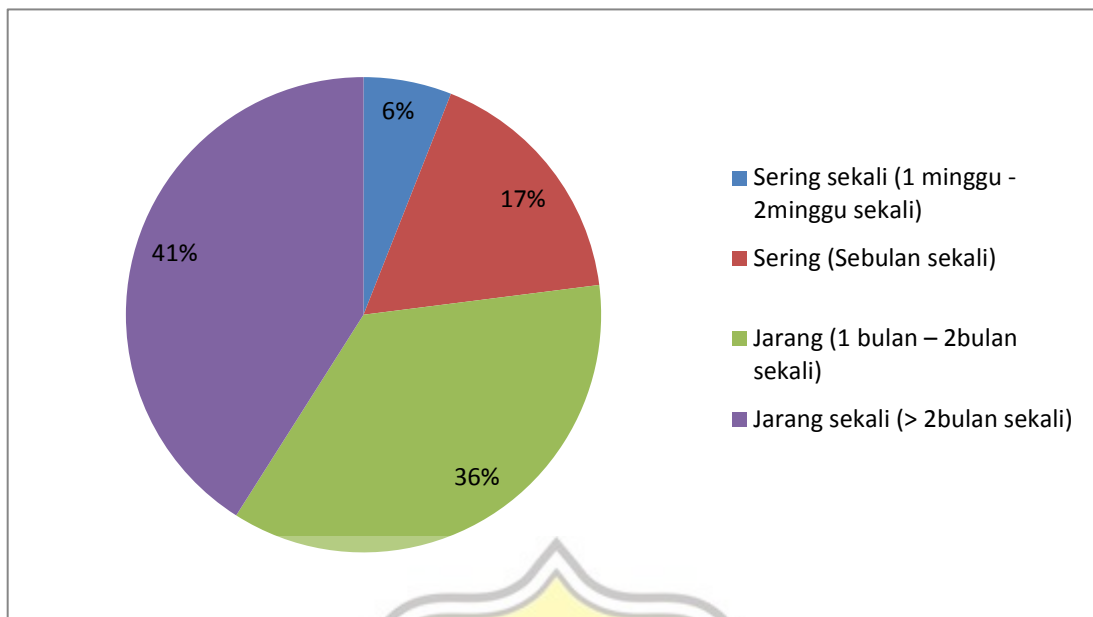
Berdasarkan analisa, kedua produk tersebut tidak mencantumkan keterangan secara lengkap. Produk pada Gambar 3. tidak mencantumkan berat bersih produk, nama dan alamat produsen, keterangan halal, serta tanggal dan kode produksi. Sedangkan produk pada Gambar 4. tidak mencantumkan keterangan halal serta tanggal dan kode produksi.

### **3.2. Pandangan Konsumen tentang Pentingnya Label Pangan**

Sebagai tambahan informasi, dilakukan survey dengan pengisian kuesioner oleh responden dengan tujuan untuk mengetahui seberapa penting label produk bagi konsumen terutama saat memutuskan untuk membeli produk tersebut. Responden berjumlah 100 orang dan sudah memenuhi kriteria. Pertanyaan kuesioner dapat dilihat pada lampiran 3 dan jawaban dari responden dapat dilihat sebagai berikut.

Pertanyaan no. 1 merupakan pertanyaan guna menyaring responden yang akan masuk pada kriteria awal yaitu responden pernah membeli produk kerupuk tenggiri dalam kemasan di swalayan. Pada kuesioner juga diberi tambahan gambar contoh produk untuk memudahkan responden. Dari pertanyaan tersebut didapatkan hasil 100% responden atau sebanyak 100 responden seluruhnya pernah membeli produk kerupuk tenggiri yang dijual di swalayan. Responden yang memenuhi kriteria selanjutnya dapat melanjutkan ke pertanyaan selanjutnya.

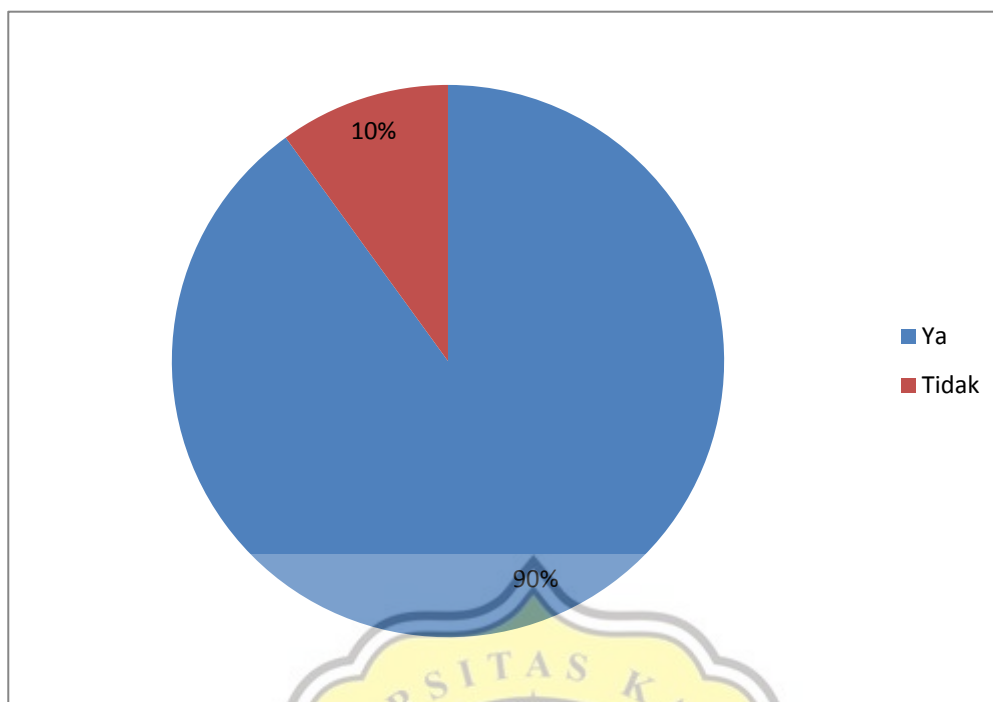
Pertanyaan no. 2 untuk mengetahui seberapa sering responden membeli produk kerupuk ikan tenggiri yang beredar di retail/swalayan. Dari pertanyaan tersebut didapatkan jawaban sebagai berikut.



Gambar 5. Frekuensi pembelian kerupuk ikan tenggiri oleh konsumen

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa responden membeli produk dalam rentang waktu yang berbeda-beda. Sebanyak 6% dari total responden atau 6 orang responden membeli produk sering sekali yaitu dalam rentang waktu seminggu sampai 2 minggu sekali. Sebanyak 17% dari total responden atau 17 orang responden sering membeli produk yaitu dalam rentang waktu sebulan sekali. Sebanyak 36% dari total responden atau 36 orang responden jarang membeli produk yaitu membeli produk dalam rentang waktu 1 bulan-2bulan sekali dan 41% dari total responden atau 41 orang responden jarang sekali membeli produk yaitu membeli produk dalam rentang waktu lebih dari 2 bulan sekali.

Pertanyaan no. 3 menanyakan tentang apakah label merupakan salah satu aspek yang digunakan responden atau konsumen dalam memilih produk sebelum akhirnya membeli produk tersebut. Dari pertanyaan di atas didapatkan jawaban sebagai berikut.

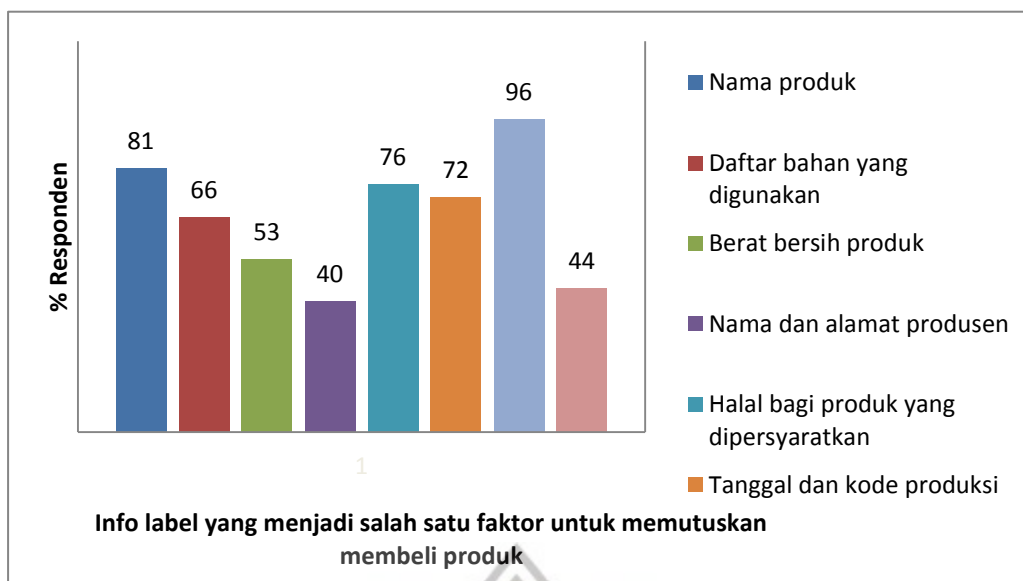


Gambar 6. Label sebagai salah satu aspek keputusan pembelian bagi konsumen

Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa tidak semua responden menjadikan label sebagai salah satu aspek yang digunakan sebelum membeli produk. Sebanyak 10% dari total responden atau sekitar 10 orang responden tidak menjadikan label sebagai salah satu aspek yang dilihat sebelum membeli produk dan sebanyak 90% dari total responden atau sekitar 90 orang menjadikan label sebagai salah satu aspek sebelum membeli produk.

Pertanyaan no. 4 bertujuan untuk mengetahui keterangan pada label apa saja yang dilihat oleh responden/konsumen sebelum membeli produk. Responden dapat memilih lebih dari 1 apabila responden melihat lebih dari 1 keterangan yang digunakan sebagai aspek pembelian produk. Dari pertanyaan diatas didapatkan jawaban sebagai berikut.





Gambar 7. Keterangan pada label yang dilihat oleh konsumen sebelum membeli produk. Pada diagram di atas dapat disimpulkan sebagai berikut. Keterangan nama dan alamat produsen merupakan keterangan pada label yang paling rendah dalam hal ini tidak banyak konsumen yang memperhatikan keterangan tersebut. Dapat dilihat bahwa hanya 44% dari 100% responden yang melihat keterangan ini sebagai salah satu dasar keputusan pembelian produk. Keterangan kadaluarsa merupakan keterangan dalam label yang paling banyak dilihat oleh responden. Sebanyak 96% dari total 100% responden yang melihat keterangan ini sebagai salah satu dasar keputusan pembelian produk.

Pertanyaan no. 5 menanyakan kepada responden apakah informasi mengenai produk yang tertera dalam label merupakan hal yang penting atau tidak. Dari pertanyaan tersebut didapatkan jawaban 100% responden setuju pentingnya informasi yang tertera pada label.