

**KESADARAN KONSUMEN TERHADAP INFORMASI PADA
LABEL PRODUK**

(Studi Kasus Minuman Isotonik Mizone)

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memenuhi Persyaratan

Mencapai Gelar Kesarjanaan S-1

Pada Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Soegijapranata



Disusun oleh :

Nama : Lucky Restu Rama

NIM : 03.30.0145

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2008**

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : Lucky Restu Rama

NIM : 03.30.0145

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul : **Kesadaran Konsumen Terhadap Informasi Pada Label Produk**
(Studi Kasus Minuman Isotonik Mizone)

Disetujui di Semarang, April 2008

Pembimbing

(Dra. MY. Dwi Hayu Agustini, MBA)

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : KESADARAN KONSUMEN TERHADAP
INFORMASI PADA LABEL PRODUK
Studi Kasus Minuman Isotonik Mizone

Disusun Oleh :

Nama : Lucky Restu Rama

NIM : 03.30.0145

Program Studi : Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen

Universitas Katolik Soegijapranata

Telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji pada hari Kamis, 29 Mei 2008

Tim Penguji

Koordinator Penguji

Anggota

Anggota

(Berta Bkti R, SE.MSi) (Dra. MY. Dwi Hayu, MBA) (A. Haryo Perwito, SE.MA-TRM)

Dekan
Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata

(Sentot Suciarto, A.Ph.D)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lucky Restu Rama

NIM : 03.30.0145

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabil dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan atau bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi Universitas Kaolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, Juni 2008

(Lucky Restu Rama)

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Ambillah, Tuhan dan terimalah
seluruh kemerdekaanmu, ingatanku,
pikiranku dan segenap kehendakmu,
segala kepunyaan dan milikmu.
Engkaulah yang memberikan,
padaMu Tuhan kukembalikan.
Semuanya milikMu,
pergunakan sekehendakMu.
Berilah aku cinta dan RahmatMu,
cukup itu bagiku” (LR 234).*

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Diriku dan masa depanku
2. Keluarga Ir. Yan Tamtomo Dan Singgih Asmoro
yang telah memberikan kasih sayang
3. Keluarga besar Sindu Asmoro
4. Keluarga besar Maryadi

KATA PENGANTAR

Kami panjatkan puji syukur kepada Allah Bapa dan Tuhan kami Yesus Kristus atas kasih dan curahan roh kudusNya dan kepada Bunda Maria atas terkabulnya permohonan kami melalui tiga kali Salam Maria, sehingga kami dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Kesadaran Konsumen Terhadap Informasi Pada Label Produk Studi Kasus Minuman Isotonik Mizone”.Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dorongan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta dan adikku tersayang (Gia dan Resta) yang telah memberikan dorongan dan doa restu untuk mencapai kemajuan dan keberhasilan
2. Keluarga Besar Singgih Asmoro (Pakde, Bude, Mas Adi, Vega, Alex, Mba Liza, Sisca and Nicolas) atas doa, dukungan, bantuan, nasehat dan semangat yang tiada henti kepada penulis.
3. Bapak Sentot Suciarto A, Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata
4. Ibu DRA. MY.Dwi Hayu, MBA, selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, dorongan, saran, dan kesediannya meluangkan waktu selama proses penyusunan skripsi.

5. Ibu Berta Bekti R, SE. MSi dan bapak A. Haryo Poerwito, SE. MA-TRM sebagai dosen penguji skripsi
6. All Crew dan Management Team Mc Donald's Sri Ratu dan ADA Setiabudi, terima kasih untuk dorongan, bantuan, doa serta semangat yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian
7. Kerabat PULPEN (BoCah, JemS, RiCh, Pak Soto, Mbe, Gaber, Badjuri, Ketek, Gori, Jo2, Keckik, 2- Cool, B2X, Tri''Gembul''Wibowo, De'Nang)
8. Crew Soepra FM (Tedy, Windy, Phine, We2K, Priyo, Sisca, CeBuL, Mbok Nah, Hendy, Edow, Mas Jems, Bala Soepra dan para Sesepuh)
9. Terima kasih untuk Pak Yus Hendra, Iyem, Pandu, Koh Hendrik, BagoEs, Don VaN Til, An69un, Sari GArmoJay, Ika, Luki, Dieta, Niken, EmOn, Fany, Taufik, Cik Maya, Om Noera, Tia, Tuti, No-Pex, serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memb, erikan bantuan dan doanya selama ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penulisan penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan, untuk itu penulis dengan hati terbuka menerima saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini. Besar harapan kami penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak lain yang membutuhkan

Semarang, 08 Juni 2008

Peneliti

(Lucky Restu Rama)

ABSTRAKSI

Selain air putih berbagai cara dilakukan oleh produsen air minum untuk menambah kenikmatan dalam mengonsumsi minuman termasuk melalui penambahan variasi rasa, warna maupun kemasan. Seiring dengan perkembangan jaman, maka konsumen cenderung mengubah pola hidupnya menjadi lebih praktis dan serba cepat sehingga perusahaan yang memproduksi air minum memproduksi minuman dalam kemasan. Produk fisik yang telah dikemas juga memerlukan pelabelan untuk identifikasi dan penentuan kelas mutu, penjelasan serta promosi produk. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan menegaskan bahwa setiap produk kemasan pangan wajib mencantumkan label pada kemasan. Pencantuman label dilakukan sedemikian rupa sehingga tidak mudah lepas dari kemasan, tidak mudah luntur atau rusak, serta terletak pada bagian kemasan pangan yang mudah untuk dilihat dan dibaca.

Salah satu contoh produk yang bermasalah dengan label adalah produk minuman isotonik Mizone yang diproduksi PT. Tirta Investama. Pada akhir tahun 2006 produk Mizone harus ditarik dari pasaran. Penarikan ini dilakukan karena adanya kesalahan dalam pencantuman label, dimana hanya tertera satu dari dua nama bahan pengawet yang digunakan. Mizone hanya mencantumkan satu nama bahan pengawet yakni *Kalium Sorbat* dengan konsentrasi 100 mg/liter. Sedangkan bahan pengawet lainnya, *Natrium Benzoat* 100 mg/liter tidak terdapat pada label kemasan.

Kasus penarikan minuman isotonik Mizone ini menunjukkan lemahnya pengawasan yang dilakukan pemerintah dan lemahnya kesadaran masyarakat di Indonesia sebagai konsumen dalam mencermati dan memperhatikan informasi yang ada dalam label makanan atau minuman. Hal ini senada dengan hasil kajian yang dilakukan oleh BPKN yang menemukan bahwa masalah label kurang mendapat perhatian dari konsumen. Hanya 6,7 % konsumen yang memperhatikan kelengkapan dari label. Informasi dari data tersebut terlihat bahwa kesadaran konsumen jauh dari yang diharapkan, termasuk diantaranya keharusan membaca label sebelum menjatuhkan pilihan untuk membeli. Dari uraian diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Kesadaran Konsumen Terhadap Informasi Pada Label Produk Studi Kasus Minuman Isotonik Mizone”**. Dalam penelitian ini permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana kesadaran konsumen minuman isotonik Mizone terhadap informasi yang terdapat pada label. Sedangkan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui kesadaran konsumen minuman isotonik Mizone terhadap informasi yang terdapat pada label.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli atau sedang membeli minuman isotonik Mizone. Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode penentuan sampel *convenience sampling*. Sampel berjumlah 100 responden dengan kriteria, pernah membeli atau kedapatan sedang membeli Mizone, usia lebih dari 17 tahun berdomisili di Semarang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif

Hasil penelitian mengenai kesadaran konsumen terhadap informasi label produk Mizone menunjukkan adanya selisih yang cukup besar dengan hasil yang dilakukan oleh BPKN dikarenakan penelitian yang dilakukan oleh BPKN mencakup berbagai produk yang sering dikonsumsi oleh konsumen sehingga hanya 6,7% yang memperhatikan label. Sedangkan dalam penelitian ini kesadaran responden dalam memperhatikan label sudah ada walaupun terdapat 51% responden yang masih kadang-kadang mencari informasi. Dari beberapa informasi yang terdapat pada label Mizone nampaknya informasi mengenai komposisi, tanggal kadaluarsa, halal dan rasa adalah informasi yang banyak diketahui oleh responden.

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa keterangan komposisi, tanggal kadaluarsa, halal dan rasa adalah keterangan yang banyak mendapat respon dari responden. Banyaknya responden yang mencari informasi di atas dapat terjadi karena sebanyak 51% responden hanya kadang-kadang mencari informasi dan 21% responden hanya sekedar mencoba Mizone. Jadi responden hanya mencari keterangan label yang dianggap penting saja dan keterangan label yang sesuai dengan fungsi Mizone yaitu sebagai minuman kesehatan.

Responden juga menganggap penting meneliti label sebelum membeli dengan alasan untuk tahu tanggal kadaluarsa dan supaya aman mengkonsumsinya. Dari beberapa informasi yang tertera pada label Mizone, komposisi, kadaluarsa rasa dan halal merupakan informasi label yang banyak diketahui dan dicari saat responden melakukan pembelian Mizone. Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa beberapa informasi tersebut adalah informasi yang dianggap penting oleh responden.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	8
2.2 Keputusan Pembelian	9
2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian	10
2.4 Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	13
2.5 Atribut Produk	14

2.6	Kemasan dan Label	16
2.7	Kesadaran Konsumen Terhadap Label	20
2.8	Kerangka Pikir	21
2.9	Definisi Operasional	22
BAB III Metode Penelitian		23
3.1	Populasi	23
3.2	Sampel	23
3.3	Metode Pengambilan Sampel	24
3.4	Jenis Data	24
3.5	Metode Pengumpulan Data	25
3.6	Metode Analisis Data	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		27
4.1	Gambaran Umum Responden.....	27
	1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	27
	2. Responden Berdasarkan Tingkat pendidikan akhir dan Pekerjaan.....	28
	3. Responden Berdasarkan Pengeluaran dan Pekerjaan.....	29
4.2	HASIL ANALISIS.....	30
	1. Pembelian Mizone Terakhir Kali.....	30
	2. Tempat Membeli Minuman Isotonik Mizone.....	30
	3. Alasan Responden Mengkonsumsi Minuman Isotonik Mizone....	31
	4. Pencarian Informasi atau Keterangan Pada Label Saat Membeli Mizone.....	33

5. Keterangan Yang Dicari Responden Saat Membeli Minuman	
Isotonik Mizone.....	34
6. Keterangan Label Yang Diketahui Responden Yang Terdapat Pada	
Minuman Isotonik Mizone.....	36
7. Pentingnya Meneliti Keterangan Label Sebelum Membeli	
Minuman Isotonik Mizone.....	37
8. Pengetahuan Responden Mengenai Produk Minuman Isotonik	
Mizone Yang Pernah Ditarik Dari Pasaran dan Telah Mengeluarkan	
Label Baru.....	41
9. Rasa Percaya Responden Terhadap Label Mizone Saat Ini.....	42
10. Kondisi Pengetahuan Responden Terhadap Informasi Pada	
Label Mizone.....	44
BAB V PENUTUP.....	47
1. Kesimpulan.....	47
2. Saran.....	49

DAFTAR PUSTAKA

KUESIONER

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Distrbusi Responden Menurut jenis Kelamin dan Usia.....	27
Tabel 4.2. Distribusi Responden Menurut Tingkat Pendidikan Akhir dan Pekerjaan.....	27
Tabel 4.3. Distribusi Responden Menurut Pekerjaan dan Pengeluaran.....	29
Tabel 4.4. Alasan Responden Mengkonsumsi Minuman Isotonik Mizone.....	31
Tabel 4.5 Keterangan Yang Dicari Responden Saat Membeli Minuman Isotonik Mizone	33
Tabel 4.6 Keterangan Label Yang Diketahui Responden.....	35
Tabel 4.7 Pencarian Informasi dan Penting atau Tidaknya Meneliti Informasi Label Sebelum Membeli.....	37
Tabel 4.8 Alasan Responden Dalam Meneliti Keterangan Label Sebelum Membeli.....	38
Tabel 4.9 Pengetahuan responden mengenai produk Mizone yang pernah ditarik dan dipasarkan kembali dengan label baru	40
Tabel 4.10 Alasan Responden Terhadap Kebenaran Informasi Label Mizone Saat Ini.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pikir.....	21
Gambar 4.1	Pembelian Minuman Isotonik Mizone Terakhir Kali.....	29
Gambar 4.2	Tempat Responden Membeli Minuman Isotonik Mizone.....	30
Gambar 4.3	Pencarian Informasi atau Keterangan Pada Label.....	33
Gambar 4.4	Meneliti Keterangan Label Sebelum Membeli Minuman Isotonik Mizone.....	36
Gambar 4.5	Kepercayaan Responden Terhadap Label Mizone Saat Ini.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KUESIONER
LAMPIRAN 2	JAWABAN RESPONDEN
LAMPIRAN 3	IDENTITAS RESPONDEN