

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN POKAK MADU  
(STUDI KASUS UMKM TARESNA DESA MANDING LAOK  
KECAMATAN MANDING)**

**Nafila Istighfari Wahyudi<sup>1</sup>, Henny Diana Wati<sup>2</sup>, Fatmawati<sup>3</sup>.**

- 1) Fakultas Pertanian Prodi Agribisnis Universitas Wiraraja Madura,  
[nafilaistghfariwahyudi@gmail.com](mailto:nafilaistghfariwahyudi@gmail.com)
- 2) Fakultas Pertanian Prodi Agribisnis Universitas Wiraraja Madura,  
[henny.fp@wiraraja.ac.id](mailto:henny.fp@wiraraja.ac.id)
- 3) Fakultas Pertanian Prodi Agribisnis Universitas Wiraraja Madura,  
[fatmawati@wiraraja.ac.id](mailto:fatmawati@wiraraja.ac.id)

**ABSTRAK**

UMKM ini sudah di produksi sejak tahun 2019 pada masa pandemi Covid-19 yang diberi nama “TARESNA“.Produk tersebut banyak diminati oleh para masyarakat untuk membeli minuman pokak madu karena pokak madu ini mempunyai banyak manfaat bagi kesehatan dan juga rasanya yang enak, sayangnya minuman pokak madu belum memiliki sertifikat halal atau surat izin dari pemerintah dimana bapak Rahmat sendiri belum berani untuk memasarkan produknya ke pasar dan toko online, Akan tetapi produk tersebut telah banyak dikenal oleh para masyarakat khususnya di Desa Manding Laok karena bapak Rahmat selalu mempromosikan produknya kepada seluruh masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap pembelian pokak madu di UMKM Taresna Desa Manding Laok Kecamatan Manding. Sampel yang digunakan adalah konsumen pokak madu yang sudah pernah membeli dan tidak pernah produk tersebut dengan metode penelitian kuisisioner kemudian data yang dianalisis menggunakan analisis skala likert dan skoring. Hasil dari penelitian persepsi konsumen terhadap pembelian pokak madu di Desa Manding Laok Kecamatan Manding dapat dikategorikan sangat setuju karena penelitian tersebut telah diukur dan dihitung.

***Kata Kunci : Pokak Madu, Persepsi Konsumen, Skoring***

**PENDAHULUAN**

Pokak adalah minuman tradisional khas Jawa Timur dibuat dari rempah-rempah, sehingga memiliki bau yang khas. Minuman ini biasanya disajikan untuk menghangatkan tubuh saat cuaca sedang dingin. Beberapa orang mengkonsumsi minuman tersebut untuk membuat badan menjadi lebih nyaman dan

terasa segar. Pokak adalah minuman tradisional khas Jawa Timur dibuat dari rempah-rempah, sehingga memiliki bau yang khas. Minuman ini biasanya disajikan untuk menghangatkan tubuh saat cuaca sedang dingin. Beberapa orang mengkonsumsi minuman tersebut untuk membuat badan menjadi lebih nyaman dan terasa segar.

Wedang pokok memiliki kombinasi rasa yang manis, pedas dan sedikit asam dengan memiliki sentuhan rasa yang pas di lidah, serta memiliki tekstur yang hangat dan lembut dilidah dan segar.

Persepsi Konsumen merupakan langkah konsumen untuk mengetahui dan memilih suatu objek yang memiliki sifat personal ( perseorangan ), yang diawali dengan proses pengindraan seeara terpilih, umum , maupun ketahanan konsumen. (Muhlisin Riadi, 2022).

Kabupaten Sumenep termasuk salah satu Kabupaten yang mempunyai minuman tradisional yang sangat terkenal di kelompok masyarakat, serta memiliki banyak manfaat untuk kesehatan, misalnya seperti jamu, dan wedang pokok. Ada beberapa usaha yang menjual minuman tradisional di berbagai toko atau pasar. Tidak hanya itu banyak dari mereka yang mengelola usahanya di rumah sendiri. Salah satunya yaitu pada minuman pokok madu yang ada di Desa Manding Kecamatan Manding yang dikelola oleh bapak Rahmat selaku kelompok tani hutan. Bapak Rahmat mengelola minuman pokok madu di rumahnya sendiri. UMKM ini sudah diproduksi sejak tahun 2019 pada masa pandemi Covid'19 yang diberi nama "TARESNA". UMKM tersebut banyak diminati oleh para masyarakat untuk membeli minuman pokok madu karena pokok madu ini mempunyai banyak manfaat bagi kesehatan dan juga rasanya yang enak, sayangnya minuman pokok madu masih belum memiliki sertifikat halal atau surat izin dari pemerintah dimana bapak Rahmat sendiri belum berani untuk memasarkan produknya ke pasar dan toko online, Akan tetapi produk tersebut telah banyak dikenal oleh para masyarakat khususnya di Desa Manding Laok karena bapak Rahmat selalu mempromosikan produknya kepada seluruh masyarakat khususnya Desa Manding Laok bila ada pertemuan dengan seluruh kelompok tani desa. Maka dari itu banyak konsumen yang

mempromosikan minuman tersebut kepada kerabat atau temannya untuk mencoba dan membeli produk dari pak Rahmat.

Berdasarkan latar belakang dari penelitian terdahulu sebagai dasar untuk melakukan pengujian lebih lanjut terkait dengan persepsi konsumen. Salah satu metode analisis yang dapat digunakan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap suatu produk yaitu dengan analisis skoring.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap pembelian pokok madu Desa Manding Laok Kecamatan Manding.

## METODE

Lokasi penelitian dilakukan di UMKM Taresna desa Manding Laok dengan pertimbangan bahwa satu satunya usaha yang memproduksi minuman pokok madu dan berdiri sejak tahun 2019 yang telah memiliki konsumen tetap tidak hanya di Kabupaten Sumenep tapi juga di luar Kabupaten Sumenep. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2023 sampai bulan Maret 2024.

Penelitian ini menggunakan metode *Non-probability sampling* dengan cara *judgement sampling*. Sampel pada penelitian ini mengarah pada pendapat *Roscoe* pada Sugiyono (2012), mengatakan bahwa jumlah sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 yaitu benar dengan banyaknya penelitian, dimana sampel tersebut dipisah ke dalam subsampel antara pria dan wanita dengan jumlah sampel maksimum 50 dengan jumlah 50 responden.

Jumlah sampel untuk studi persepsi dapat dihitung dengan menggunakan rumus Menurut Sugarimbun dan Effendy ( 1995 ) dalam Saharuddin, 2012 yaitu  $P = f/n \times 100\%$ .

Sumber data dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer didapat secara langsung dari responden dengan cara melakukan observasi langsung atau wawancara kepada responden yang pernah membeli minuman pokok madu.

Sedangkan data sekunder didapat dari sumber lain yang sudah ada.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan disajikan secara runtun mulai awal dan dilengkapi dengan **Karakteristik Responden Pokak Madu**

Responden untuk penelitian ini adalah konsumen Pokak Madu Taresna Desa Manding Kecamatan Manding. Responden pada

pembahasan/pembahasan. Pembahasan menyajikan hasil eksplorasi yang signifikan dari hasil penelitian. Gambar dan tabel harus berupa format dalam bentuk yang bisa di edit. Gambar disajikan dengan warna hitam putih.

penelitian ini adalah konsumen yang melangsungkan pembelian minuman Pokak Madu Taresna. Karakteristik Responden bisa dilihat pada tabel 1.

Tabel.1 Karakteristik Responden

No.	Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah	Persentase
1.	Jenis kelamin	Perempuan	28	59%
		Laki-laki	22	41%
2.	Usia	12-25	17	34%
		26-45	24	48%
		46-65	9	18%
3.	Pekerjaan	Mahasiswa	12	24%
		Wirausaha	11	22%
		PNS	17	34%
		Ibu Rumah Tangga	7	14%
		Dosen	1	2%
		Petani	2	4%

#### **Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin**

Berdasarkan Tabel. 1 menunjukkan bahwa jumlah responden laki laki lebih dominan daripada jenis kelamin perempuan. Mayoritas kaum laki - laki sehingga harus bisa menjaga kesehatan dengan selalu mengkonsumsinya setiap hari, dan juga sebagai kebutuhan keluarga dirumah. Sedangkan konsumen dengan jenis kelamin perempuan jarang mengkonsumsi setiap hari, dan juga sebagai kebutuhan keluarga dirumah.

#### **Karakteristik Responden Menurut Usia**

Dalam penelitian ini kategori usia menurut Depkes RI (2009) yaitu usia remaja 12-25 tahun, usia dewasa 26-45 tahun, dan lansia 46-65 tahun.

Berdasarkan tabel. 3 menunjukkan bahwa konsumen pokak madu paling terbanyak

berusia 26 – 45 tahun. Hal ini menunjukkan usia dewasa termasuk usia yang sering mengkonsumsi minuman tradisional dimana mereka aktif beraktivitas diluar rumah dan harus bisa menjaga kesehatan badan agar terhindar dari penyakit.

#### **Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan**

Tabel. 1 menunjukkan bahwa responden paling terbanyak pada tingkat pendidikan yaitu PNS. Hal ini menunjukkan bahwa Menurut hasil dari wawancara yang dilakukan kepada responden beberapa mengatakan bahwa produsen pokak madu sendiri lebih aktif mempromosikan di berbagai kantor kantor yang ada di Sumenep maupun diluar daerah. Hal ini juga berkaitan dengan pendapat Irianto (2021) dimana pekerjaan PNS yang paling dominan

**Uji Validitas**

Pada penelitian tersebut dapat diuji dengan menghitung korelasi antara nilai dari masing masing pertanyaan terhadap total nilai yang diperoleh. Jika suatu item pernyataan

dinyatakan valid ( benar ) dimana nilai koefesien korelasi ( r hitung) lebih dari nilai r tabel pada tingkat signifikan 5% ( 0,05 ), maka bisa diperhatikan pada tabel dibawah ini

Tabel. 2 Uji Validitas

Variabel	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Variabel (X1)	0,67	0,27	Valid
Variabel (X2)	0,76	0,27	Valid
Variabel (X3)	0,71	0,27	Valid
Variabel (X4)	0,79	0,27	Valid
Variabel (X5)	0,75	0,27	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa seluruh variabel pada item pertanyaan yang digabung telah diukur dan dihitung dikatakan valid pada persepsi konsumen minuman pokok madu dimana r tabelnya 0,27 karena r hitung > r tabel yang dapat digunakan untuk pengambilan data

**Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Produk Minuman PokakMadu di Kecamatan Manding**

Persepsi konsumen terhadap pembelian produk minuman pokok madu dalam penelitian

ini. yaitu penilaian atau pendapatan konsumen terhadap pembelian produk pada minuman pokok madu yang meliputi variabel- variabel tertentu yaitu kualitas, harga, rasa, kemasan, dan promosi melalui indera penglihat, pengecap dan pendengar dengan menggunakan metode skoring pada konsumen yang mengkonsumsi pokok madu dan memiliki penilaian tersendiri bagi konsumen. Konsumen dimohon untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan oleh peneliti dengan pemberian rating 1-4 yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan hasil pengisian kuesioner dari 50 responden.

**Total Persepsi Secara Keseluruhan**

Untuk mengetahui total persepsi secara keseluruhan mengenai pembelian minuman produk pokok madu, maka dilakukan

rekapitulasi persepsi konsumen bisa diperhatikan pada tabel dibawah berikut

Tabel. 3 Hasil Rekapitulasi

Variabel	Indikator Variabel	Nilai	Keterangan
Harga	1. Harga lebih murah dari minuman tradisional lainnya.	152	Setuju
	2. Harga yang ditawarkan terjangkau untuk konsumen.	164	Sangat Setuju

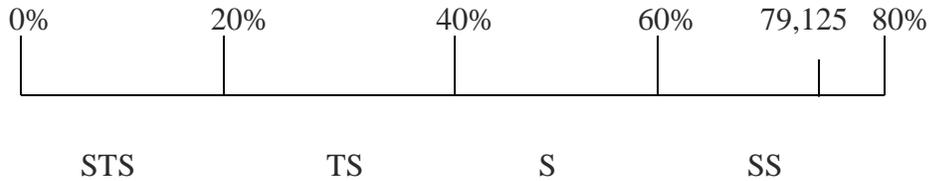
	3. Harga produk minuman pokok madu sesuai dengan kualitas yang diinginkan	165	Sangat Setuju
	4. Harga produk sesuai dengan manfaat yang dirasakan.	167	Sangat Setuju
<b>Jumlah</b>		648	
Rasa	1. Rasa sesuai dengan minat konsumen.	158	Setuju
	2. Memiliki rasa yang berbeda dari minuman tradisional lainnya.	158	Setuju
	3. Memiliki kombinasi rasa yang menggugah selera.	159	Setuju
	4. Memiliki produk dengan rasa yang sudah dikenal.	157	Setuju
<b>Jumlah</b>		632	
Kemasan	1. Kemasan dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk.	169	Sangat Setuju
	2. Kemasan tidak diberi label halal.	118	Tidak Setuju
	3. Kemasan dibuat sangat menarik.	166	Sangat Setuju
	4. Kemasan yang ramah lingkungan dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk.	169	Sangat Setuju
<b>Jumlah</b>		622	
Promosi	1. Produk tersebut penjualannya selalu meningkat karena adanya promosi.	160	Setuju
	2. Promosi produk dapat mencerminkan nilai atau citra merk.	165	Sangat Setuju
	3. Konsumen selalu memberikan informasi tentang promosi produk kepada keluarga atau	158	Setuju



Nilai 2001 – 3000% = Setuju

Nilai 3001 – 4000% = Sangat setuju

Keterangan : Pengukuran Presentase Interpretasi Skor



Nilai 0 - 20% = Sangat tidak setuju

Nilai 21 – 40% = Tidak setuju

Nilai 41% – 60% = Setuju

Nilai 61% – 80% = Sangat Setuju

Diketahui persentase indeks persepsi konsumen terhadap persepsi konsumen diperoleh 79,125%. Berdasarkan analisis yang dapat diperhatikan diatas bahwa hasil pada penilaian responden persepsi konsumen terhadap pembelian produk minuman pokok madu secara keseluruhan adalah 3.165 dinyatakan Sangat Setuju dan hasil analisisnya menggunakan skala likert dapat diketahui bahwa nilai indicator pada persepsi konsumen adalah sebesar 79,125% dan tergolong dalam kategori sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen pokok madu sangat setuju terhadap pembelian produk minuman pokok madu.

Hasil wawancara pada responden dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada bapak Rahmat selaku pemilik pokok madu yang telah bersedia menjadi narasumber pada penelitian ini. Terimakasih juga kepada Dosen Fakultas

lebih memilih mengkonsumsi pokok madu karena bermanfaat untuk menyegarkan badan dan menjaga kesehatan badan. Sebagian besar konsumen mulai dari remaja, dewasa, serta orangtua selalu rutin mengkonsumsi minuman pokok madu, alasan konsumen selalu mengkonsumsi pokok madu karena harganya yang sangat terjangkau dari minuman tradisional lainnya.

#### KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa ke 5 variabel yang diteliti yaitu kualitas, harga, rasa, kemasan, dan promosi sangat mempengaruhi persepsi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian minuman pokok madu di desa Manding Laok Kecamatan Manding.

Pertanian Program Studi Agribisnis yang telah mendukung penelitian ini dari awal penelitian hingga selesai.

#### DAFTAR PUSTAKA

Budi, A., & Saefuddin, Z. (2015). PENGARUH KEMASAN PRODUK DAN LABEL PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Produk Coca – cola).

Budiaji, W. (2018). *Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert*.  
 Dewati, R., & Saputro, W. A. (2020). PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK HERBAL DI

- KABUPATEN SUKOHARJO.  
*AGRISAINTIKA: Jurnal Ilmu-  
Ilmu Pertanian*, 4(2), 144.
- Dwi, F. H., Herfian, M., Trias, M. M., Wahyudi, M. C., & Hasanah, R. (2021). Studi Etnobotani Minuman Pokak di Desa Clarak Kabupaten Probolinggo Sebagai Potensi Wisata Kuliner. *Journal of Science Education*.
- Ernawati, R., Dwi, B. A., & Argo, G. J. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. Vol.4 No.2. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*.
- Fidela, A., Pratama Aprinaldi., & Nursyamsiah. (2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya Di Desa Jambu Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*.
- Fuad., dkk. (2006). Pengantar Bisnis, Jakarta : PT Gamedia Pustaka Utama.
- Haque, M. G. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. BERLIAN MULTITAMA DI JAKARTA*.
- Herzegovina, H., Kusriani, M. D., & Masy'ud, B. (2019). Community Characteristics and Perception of Traditional Medicine Made from Herpetofauna in Jakarta and Bandung: KARAKTERISTIK DAN PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP OBAT TRADISIONAL BERBAHAN HERPETOFAUNA DI JAKARTA DAN BANDUNG.
- Kurniawati, D., Suharyono., & Kusumawati, A (2014). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang)*. Vol.14 No.2. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Laili, R. R., & Canggih, C. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK BODY LOTION CITRA (STUDI KASUS MAHASISWA SURABAYA)*. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 8(6), 743.
- Lasander, C. (2013). *CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MAKANAN TRADISIONAL (Survey Pada Industri Rumah Tangga Dodol Daging Pala Audia di Tahuna Kab. Sangihe)*. Vol.1 No.3. *Jurnal EMBA*.
- Lumintang, F. M. (2013). *ANALISIS PENDAPATAN PETANI PADI DI DESA TEEP KECAMATAN LANGOWAN TIMUR*.
- Marwati., & Amidi. (2018). Pengaruh Budaya, Persepsi Dan Kepercayaan Keputusan Pembelian Obat Herbal. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Mutia, L, D, K. (2019). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI MAHASISWA DAN ALUMNI AKUNTANSI DALAM MEMILIH KARIR PROFESI SEBAGAI AKUNTAN DI KOTA KUPANG*. *Jurnal Akuntansi: Transparansi dan Akuntabilitas*. Vol.7 No.1, 55 - 73.
- Narendra Tista, A & Purwati Ngurah G.I. 9 (2020). *KEDUDUKAN UMKM*

YANG TIDAK MEMILIKI SURAT  
IZIN USAHA PERDAGANGAN  
(SIUP) DI KOTA DENPASAR.

- Ramadhan, M. F., Siroj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Validitas and Reliabilitas. *Journal on Education*, 6(2), 10967–10975.
- Sihotang, D. M. (2016). Metode Skoring dan Metode Fuzzy dalam Penentuan Zona Resiko Malaria di Pulau Flores. *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi (JNTETI)*, 5(4).
- Supriyani, R., & Faroh, N, W. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Xavier Marks Gading Serpong. Vol.3 (4). *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen*.
- Utama, W. P., Andhika, B. R. D., Fahrian, A. R., & Luthfiah, S. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KOPI KENANGAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBis)*, 3(2), 130–138.
- Wahyuni V., Rais, M.A., Sintia E., Haslinda., & Nurjannah. (2023). PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMEBELIAN PADA WARUNG MAKAN FRESH DI KOTA PALOPO. Vol.3 No.3. *Jurnal Riset dan Akuntansi (JURIMA)*.