

ANALISIS PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP BERAGAM PRODUK MINUMAN SEHAT 'PULIH RASA' PADA BAZZAR UPI KAMPUS DI PURWAKARTA

Deliana Dwi Hafsari¹ Fira Muthia² Laila Puspita³ Mila Inayah⁴ Rosie Amelia⁵ Primanita Sholihah Rosmana⁶

Universitas Pendidikan Indonesia

Email: delianahfsrr16@upi.edu¹ firmamuthia30@upi.edu² lailapoespita@upi.edu³
milainayah13@upi.edu⁴ rosieareroses@upi.edu⁵ primanitarosmana@upi.edu⁶

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pengunjung terhadap produk minuman sehat "Pulih Rasa" yang diperkenalkan pada kegiatan Bazar UPI Kampus Purwakarta. Produk Pulih Rasa merupakan inovasi minuman berbahan alami yang dirancang tidak hanya untuk memberikan cita rasa yang lezat, tetapi juga manfaat kesehatan, sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan melibatkan 20 responden yang dipilih melalui teknik accidental sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert 1-4 yang mengukur empat aspek utama, yaitu rasa/kualitas produk, harga, kemasan, dan minat beli. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif berupa nilai rata-rata dan persentase jawaban responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh aspek memperoleh skor rata-rata $\geq 3,2$ yang termasuk dalam kategori sangat baik. Aspek minat beli memperoleh skor tertinggi, menunjukkan tingginya ketertarikan pengunjung untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk Pulih Rasa. Temuan ini mengindikasikan bahwa produk Pulih Rasa mampu memenuhi harapan konsumen dan memiliki potensi untuk dikembangkan secara berkelanjutan. Penelitian ini juga berkontribusi pada pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya poin 3 (Kehidupan Sehat dan Sejahtera), poin 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), serta poin 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab).

Kata kunci: persepsi konsumen, minuman sehat, kewirausahaan mahasiswa, bazar kampus

Abstract

This study aims to analyze visitors' perceptions of the healthy beverage product "Pulih Rasa" introduced at the UPI Purwakarta Campus Bazaar. Pulih Rasa is an innovative beverage made from natural ingredients, designed not only to offer an appealing taste but also health benefits, in line with the growing public awareness of healthy lifestyles. This research employed a descriptive quantitative approach involving 20 respondents selected through accidental sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire (1-4) measuring four main aspects: taste/product quality, price, packaging, and purchase intention. The data were analyzed using descriptive statistics in the form of mean scores and

Article History

Received: December 2025
Reviewed: December 2025
Published: December 2025Plagirism checker no 1548
Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.359
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

percentage distributions. The results indicate that all assessed aspects achieved mean scores of ≥ 3.2 , which fall into the “very good” category. Purchase intention obtained the highest score, reflecting visitors’ strong interest in repeat purchases and product recommendations. These findings suggest that the Pulih Rasa product meets consumer expectations and has strong potential for sustainable development. Furthermore, this study contributes to the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs), particularly Goal 3 (Good Health and Well-Being), Goal 8 (Decent Work and Economic Growth), and Goal 12 (Responsible Consumption and Production).

Keywords: *consumer perception, healthy beverages, student entrepreneurship, campus bazaar*

Latar Belakang

Bazar kewirausahaan merupakan salah satu bentuk kegiatan yang diselenggarakan untuk memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam mempraktikkan keterampilan berwirausaha, mulai dari proses produksi, pemasaran, hingga interaksi dengan konsumen. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya mempromosikan produk inovatif yang mereka ciptakan, tetapi juga memperoleh kesempatan untuk memahami dinamika pasar secara nyata. Pada Bazar UPI Kampus Purwakarta, mahasiswa memperkenalkan berbagai produk minuman sehat bertema “Pulih Rasa” yang dirancang dengan memanfaatkan bahan-bahan alami dan menawarkan variasi rasa yang menarik serta sesuai dengan kebutuhan konsumen masa kini.

Produk ini dihadirkan sebagai bentuk inovasi dalam menciptakan minuman yang tidak hanya lezat, tetapi juga memberikan manfaat kesehatan, sehingga diharapkan mampu menarik minat masyarakat yang semakin peduli terhadap gaya hidup sehat. Untuk memastikan bahwa produk tersebut dapat dikembangkan secara optimal, diperlukan kajian ilmiah mengenai persepsi pengunjung terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Persepsi pengunjung menjadi aspek penting karena mencerminkan bagaimana konsumen menilai rasa, harga, kemasan, serta minat mereka terhadap produk. Penelitian mengenai persepsi konsumen ini memberikan informasi yang relevan mengenai kualitas produk minuman sehat berdasarkan pengalaman langsung para pengunjung setelah melihat dan mencobanya. Melalui penilaian tersebut, dapat diketahui sejauh mana produk Pulih Rasa mampu memenuhi harapan konsumen dan memiliki peluang diterima di pasar.

Selain itu, penelitian ini juga memiliki nilai strategis bagi pengembangan usaha kewirausahaan mahasiswa. Data yang diperoleh dapat menjadi dasar dalam melakukan perbaikan produk, penyesuaian harga, pengembangan kemasan, maupun penyusunan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai ajang praktik bisnis, tetapi juga menjadi media pembelajaran berbasis riset yang mendukung peningkatan kualitas produk mahasiswa. Lebih jauh lagi, penelitian ini berkontribusi pada pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan atau Sustainable Development Goals (SDGs).

Dalam konteks ini, penelitian mendukung SDGs poin 3 tentang Kehidupan Sehat dan Sejahtera melalui pengembangan produk minuman sehat Pulih Rasa yang memanfaatkan bahan-bahan alami, aman dikonsumsi, serta berpotensi mendorong pola konsumsi yang lebih sehat di kalangan masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga mendukung SDGs poin 8 tentang Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi melalui upaya peningkatan kompetensi kewirausahaan mahasiswa dan penciptaan peluang usaha baru. Selanjutnya, penelitian ini sejalan dengan SDGs poin 12 mengenai Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab, karena mendorong pengembangan produk yang lebih berkualitas, aman dikonsumsi, dan berpotensi menggunakan kemasan yang ramah lingkungan. Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi luas tidak

hanya bagi pengembangan produk minuman sehat Pulih Rasa, tetapi juga bagi kemajuan akademik, kewirausahaan, dan keberlanjutan lingkungan.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi pengunjung terhadap kualitas produk minuman sehat Pulih Rasa?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pengunjung terhadap aspek rasa/kualitas, harga, dan kemasan?
3. Aspek apa yang perlu diperbaiki agar produk Pulih Rasa lebih siap bersaing dengan produk sejenis?

Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan persepsi pengunjung terhadap produk minuman sehat Pulih Rasa.
2. Menilai tingkat kepuasan pengunjung terhadap empat aspek utama: rasa/kualitas, harga, kemasan, dan minat beli.
3. Mengidentifikasi aspek yang paling lemah sebagai dasar perbaikan produk.

Metode Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk menggambarkan persepsi pengunjung bazar terhadap produk minuman sehat “Pulih Rasa”.

b. Responden Penelitian

Responden terdiri dari 20 pengunjung Bazar UPI Kampus Purwakarta. Pemilihan responden dilakukan dengan menggunakan accidental sampling, yaitu siapa saja pengunjung yang hadir dan bersedia mengisi kuesioner.

c. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan adalah kuesioner skala Likert 1-4, yang menilai persepsi pengunjung berdasarkan empat indikator berikut:

- Rasa/Kualitas Produk
- Harga
- Kemasan
- Minat Beli

Skala penilaian:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

Instrumen ini bertujuan mengetahui tingkat kepuasan dan minat beli pengunjung terhadap produk minuman “Pulih Rasa”.

Berikut link kuesioner yang dipakai pada penelitian ini:

- https://docs.google.com/forms/d/1YSvJygpKZKrKC_C8omBN-3rfIBvZosqIM81xKN3dUg/edit?chromeless=1

The figure displays four screenshots of a research instrument questionnaire. The title is "Analisis Persepsi Pengunjung terhadap Beragam Produk Minuman Sehat 'Pulih Rasa' pada Bazar UPI Kampus di Purwakarta". The questionnaire is divided into two sections: "Section 1 of 1" and "Section 2 of 1".

Section 1 of 1:

- Participasi Responden:** A statement "Silahkan dengan menjawab yang jujur" (Please answer honestly) is followed by a rating scale from "Sangat Setuju" (Strongly Agree) to "Sangat Tidak Setuju" (Strongly Disagree).
- Rasa kesehatan produk minuman 'Pulih Rasa' sesuai dengan kebutuhan anda? *** (The health taste of the 'Pulih Rasa' beverage product is suitable for your needs? *). Rating scale: Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju.
- Tingkat kemanisan/keasaman pada produk sesuai apa dan seberapa? *** (The level of sweetness/acidity in the product is appropriate and how much? *). Rating scale: Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju.
- Rasa herbal/bahan alami yang digunakan terasa segar dan tidak mengganggu? *** (The herbal/natural ingredients used feel fresh and do not disturb? *). Rating scale: Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju.
- Saya percaya bahwa produk 'Pulih Rasa' dibuat dari bahan-bahan berkualitas tinggi? *** (I believe that the 'Pulih Rasa' product is made from high-quality ingredients? *). Rating scale: Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju.
- Minuman 'Pulih Rasa' benar-benar memberikan efek menyegarkan/menghilangkan dahaga? *** (The 'Pulih Rasa' beverage really gives a refreshing/quenching effect? *). Rating scale: Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju.

Section 2 of 1:

- Saya bersedia merekomendasikan produk 'Pulih Rasa' ini kepada teman atau keluarga saya? *** (I am willing to recommend the 'Pulih Rasa' product to my friend or family? *). Rating scale: Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju.
- Apakah ada kemungkinan Anda akan membeli produk 'Pulih Rasa' di luar Bazar UPI (misalnya melalui media sosial atau stand di luar bazar UPI)? *** (Is there a possibility that you will buy the 'Pulih Rasa' product outside the UPI Bazaar (for example, through social media or a stand outside the UPI Bazaar)? *). Rating scale: Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju.
- Saya memiliki keinginan yang kuat untuk membeli produk 'Pulih Rasa' lagi di waktu mendatang? *** (I have a strong desire to buy the 'Pulih Rasa' product again in the future? *). Rating scale: Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju.
- Aspek mana yang paling perlu diperhatikan atau diperbaiki dari produk 'Pulih Rasa'? *** (Which aspect needs to be most considered or improved from the 'Pulih Rasa' product? *). This is an open-ended question with a text input field.
- Mohon berikan saran dan masukan spesifik Anda untuk pengembangan produk 'Pulih Rasa' di masa depan? *** (Please provide specific suggestions and input for the development of the 'Pulih Rasa' product in the future? *). This is an open-ended question with a text input field.

Gambar 1. Kuesioner Instrumen Penelitian

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui pembagian kuesioner secara langsung kepada pengunjung setelah mereka mencoba atau mengamati produk “Pulih Rasa” di booth bazar.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, yaitu:

- Rata-rata (mean) setiap indikator
- Persentase pilihan jawaban responden
- Penyajian dalam bentuk tabel atau grafik untuk mempermudah interpretasi

Kategori interpretasi skor rata-rata:

- $\geq 3,2$ = Sangat baik
- $2,6 - 3,1$ = Baik
- $2,0 - 2,5$ = Cukup

- $< 2,0$ = Perlu perbaikan

Interpretasi ini digunakan untuk menilai persepsi pengunjung terhadap setiap aspek produk minuman sehat "Pulih Rasa"

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 20 responden pengunjung Bazar UPI Kampus Purwakarta yang telah mencoba atau mengamati produk minuman sehat *Pulih Rasa*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert 1-4 yang mencakup empat aspek utama, yaitu rasa/kualitas produk, harga, kemasan, dan minat beli.

Tabel 1. Rata-rata Skor Persepsi Pengunjung terhadap Produk Pulih Rasa

Aspek yang Dinilai	Skor Rata-rata	Kategori
Rasa/Kualitas Produk	3,55	Sangat Baik
Harga Produk	3,48	Sangat Baik
Kemasan Produk	3,42	Sangat Baik
Minat Beli	3,60	Sangat Baik

Berdasarkan Tabel 1, seluruh aspek memperoleh skor rata-rata $\geq 3,2$ yang termasuk dalam kategori sangat baik. Skor tertinggi terdapat pada aspek minat beli, yang menunjukkan antusiasme pengunjung terhadap keberlanjutan pembelian produk.

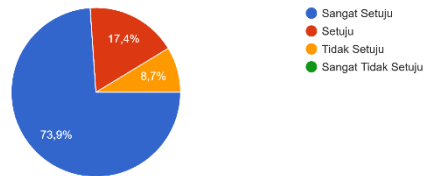
Tabel 2. Persentase Jawaban Responden

Skala Likert	Persentase
Sangat Setuju	$\pm 72\%$
Setuju	$\pm 25\%$
Tidak Setuju	$\pm 3\%$
Sangat Tidak Setuju	0%

Hasil pada tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap produk *Pulih Rasa*. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori kepuasan konsumen yang menyatakan bahwa persepsi positif terhadap kualitas produk akan meningkatkan kepuasan dan minat beli konsumen (Kotler & Keller, 2016). Selain itu, Tjiptono (2019) menjelaskan bahwa kualitas produk yang baik, harga yang sesuai, serta kemasan yang menarik merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian. Dalam konteks ini, produk Pulih Rasa mampu memenuhi ketiga aspek tersebut, sehingga memperoleh respons yang sangat baik dari pengunjung bazar.

Berdasarkan hasil penelitian, produk minuman sehat Pulih Rasa mendapatkan respons yang sangat positif dari pengunjung bazar. Pada aspek rasa dan kualitas, mayoritas responden menyatakan setuju hingga sangat setuju bahwa rasa produk sesuai dengan ekspektasi, memiliki keseimbangan rasa manis dan asam yang baik, serta menghadirkan sensasi herbal yang segar dan tidak mengganggu. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan bahan-bahan alami seperti rempah-rempah, bunga, dan buah segar mampu diterima dengan baik oleh konsumen.

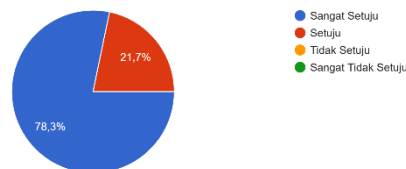
Rasa keseluruhan produk minuman 'Pulih Rasa' sesuai dengan ekspektasi saya.
23 jawaban



Gambar 2. Aspek Keseluruhan Produk Pulih Rasa Sesuai dengan Ekspektasi Pembeli

Pada aspek harga yang tertera pada gambar 3 pengunjung menilai bahwa harga produk Pulih Rasa sudah sebanding dengan kualitas dan manfaat kesehatan yang ditawarkan. Bahkan, beberapa responden menilai harga produk relatif murah dibandingkan kualitasnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa produk memiliki nilai jual yang kompetitif dan berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut, baik melalui penyesuaian harga maupun perluasan target pasar.

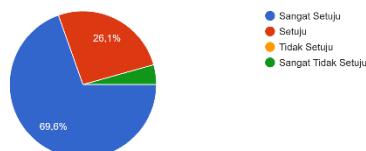
Harga jual produk 'Pulih Rasa' sudah sesuai dengan kualitas dan manfaat yang ditawarkan.
23 jawaban



Gambar 3. Aspek Harga Produk Pulih Rasa Sesuai dengan Ekspektasi Pembeli

Aspek kemasan juga memperoleh penilaian yang sangat baik, seperti gambar 4 dibawah pada kemasan terutama dari segi kepraktisan, keamanan, dan kemudahan dibawa. Meskipun demikian, beberapa responden memberikan masukan terkait peningkatan kualitas kemasan agar lebih kokoh dan tidak mudah tumpah, serta penyesuaian ukuran sedotan untuk minuman yang mengandung isian seperti nata de coco atau jelly. Masukan ini menjadi bahan evaluasi penting dalam upaya penyempurnaan produk.

Kemasan yang digunakan praktis, aman, dan mudah dibawa.
23 jawaban

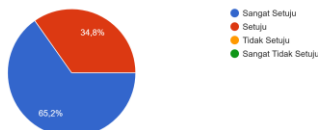


Gambar 4. Aspek Kemasan Produk Pulih Rasa Sesuai dengan Ekspektasi Pembeli

Sementara itu, pada aspek minat beli yang ditunjukkan pada gambar 5 dibawah, hasil penelitian menunjukkan tingkat minat yang sangat tinggi. Mayoritas responden menyatakan bersedia membeli kembali produk Pulih Rasa di masa mendatang serta merekomendasikannya kepada teman atau keluarga. Selain itu, responden juga menunjukkan ketertarikan untuk

membeli produk di luar kegiatan bazar, misalnya melalui media sosial atau penjualan di lokasi lain. Hal ini menunjukkan bahwa produk Pulih Rasa memiliki potensi keberlanjutan usaha yang cukup besar.

Saya memiliki keinginan yang kuat untuk membeli produk 'Pulih Rasa' lagi di waktu mendatang
23 jawaban



Gambar 5. Aspek Minat Beli Produk Pulih Rasa

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk minuman sehat Pulih Rasa telah memenuhi harapan konsumen dari segi kualitas produk, harga, kemasan, dan minat beli. Namun, pengembangan varian rasa, konsistensi rasa, serta inovasi kemasan perlu terus dilakukan agar produk semakin kompetitif di pasar.

Penelitian ini mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya SDGs Poin 3 (Kehidupan Sehat dan Sejahtera) Produk minuman sehat Pulih Rasa dikembangkan dengan memanfaatkan bahan-bahan alami seperti rempah, buah, dan bunga herbal yang memiliki manfaat kesehatan. Persepsi positif pengunjung terhadap aspek kesegaran, kualitas bahan, serta efek menyegarkan setelah dikonsumsi menunjukkan bahwa produk ini berkontribusi dalam mendorong pola konsumsi minuman yang lebih sehat. Dengan demikian, produk Pulih Rasa mendukung upaya peningkatan kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat, sejalan dengan tujuan SDGs poin 3.

SDGs Poin 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) Kegiatan kewirausahaan mahasiswa melalui bazar UPI Kampus Purwakarta memberikan pengalaman nyata dalam menciptakan, memasarkan, dan mengevaluasi produk. Produk Pulih Rasa menjadi sarana pembelajaran kewirausahaan yang mendorong pengembangan kompetensi mahasiswa serta berpotensi membuka peluang usaha berkelanjutan, sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif. SDGs Poin 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab)

Pengembangan produk Pulih Rasa menekankan penggunaan bahan alami yang aman dikonsumsi dan proses produksi yang memperhatikan kualitas serta kebersihan. Selain itu, adanya masukan pengunjung terkait kemasan menjadi dasar untuk pengembangan kemasan yang lebih ramah lingkungan dan efisien, sejalan dengan prinsip konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan produk minuman sehat dan kewirausahaan mahasiswa, tetapi juga mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan, khususnya pada aspek kesehatan, ekonomi, dan keberlanjutan konsumsi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa persepsi pengunjung terhadap produk minuman sehat Pulih Rasa berada pada kategori sangat baik untuk seluruh aspek yang dinilai. Produk Pulih Rasa dinilai memiliki cita rasa yang unik dan menyegarkan, menggunakan bahan-bahan berkualitas, serta memberikan manfaat kesehatan bagi konsumen. Selain itu, harga produk dianggap sesuai dan terjangkau, bahkan dinilai relatif murah apabila dibandingkan dengan kualitas dan manfaat yang ditawarkan. Dari segi kemasan, produk dinilai praktis dan aman untuk digunakan, meskipun masih terdapat beberapa aspek teknis yang perlu ditingkatkan. Tingginya tingkat minat beli pengunjung, baik untuk pembelian ulang maupun rekomendasi kepada orang lain, menunjukkan bahwa produk

Pulih Rasa memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan dan dipasarkan secara berkelanjutan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, disarankan agar pengelola produk Pulih Rasa dapat menambah dan memvariasikan pilihan rasa guna meningkatkan daya tarik konsumen. Selain itu, peningkatan kualitas dan kekuatan kemasan perlu dilakukan agar produk lebih aman dan tidak mudah tumpah saat digunakan. Penyediaan opsi tingkat kemanisan serta variasi penyajian, baik dalam bentuk minuman dingin maupun hangat, juga dapat menjadi strategi untuk menjangkau preferensi konsumen yang lebih beragam. Di samping itu, pengembangan strategi pemasaran digital sangat dianjurkan agar produk Pulih Rasa dapat dipasarkan secara lebih luas di luar kegiatan bazar dan menjangkau konsumen yang lebih besar.

Daftar Pustaka

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. (2020). *Tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs)*. Bappenas.