

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini terdiri dari dua yaitu, pemilik dan konsumen memiliki identitas yang beragam berdasarkan usia, jenis kelamin, dan pekerjaan. Keberagaman ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana persepsi konsumen terhadap produk Sarabba Bubuk Khas Leon dari berbagai latar belakang sosial. Data dari responden inilah yang menjadi dasar dalam menganalisis penerapan strategi pemasaran 7P, seperti produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Responden adalah semua individu atau kelompok yang akan dimintai keterangan yang diperlukan oleh pencari data.

1.1.1. Identitas Informan

Jumlah informan yang di ambil pada penelitian ini adalah satu orang yaitu ketua/pemilik Usaha Sarabba Bubuk Khas Leon. Penelitian melakukan wawancara secara *offline* kepada informan dengan bantuan kuisioner yang diharapkan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Identitas informan dibagi berdasarkan nama, usia, jabatan, pendidikan dan upah.

Tabel 15. Identitas Informan Usaha Sarabba Bubuk Khas Leon.

No	Nama	Usia (Tahun)	Jabatan	Pendidikan	Upah/Wajan	Jumlah Wajan	Upah/ Produksi (Rp)
1	Hamida	48	Ketua	SMK			100.000
2	Farida	57	Anggota	SMK	25.000	3	75.000
3	Rasmina	48	Anggota	SMA	25.000	3	75.000
4	Hani	50	Anggota	SMA	25.000	3	75.000
5	Hania	50	Anggota	SMA	25.000	3	75.000
6	Syamsiar	55	Anggota	SMA	25.000	3	75.000
7	Eni	58	Anggota	SMP	25.000	3	75.000

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa informan yang telah diwawancarai adalah ketua usaha dan anggota. Alasan dipilihnya informan tersebut sebagai sumber informasi karena dianggap mengetahui tentang Usaha Sarabba Bubuk Khas Leon. Adapun upah tenaga kerja produksi di hitung per wajan sebesar Rp25.000, dalam satu kali produksi sebanyak tiga wajan sehingga total upah per produksi adalah Rp75.000. Sedangkan upah Ketua Usaha Sarabba Bubuk dihitung setiap kali produksi dengan upah sebesar Rp100.000 dalam satu kali produksi.

5.1.2. Identitas Konsumen

Penelitian ini melibatkan 30 responden yang merupakan pelaku atau individu yang terlibat dalam penelitian Sarabba Bubuk di Desa Rosoan, Kecamatan Enrekang. Karakteristik responden yang dikaji meliputi usia, jenis kelamin, dan pekerjaan. Pemahaman terhadap karakteristik ini penting untuk mengetahui latar belakang sosial demografis responden yang dapat memengaruhi pandangan mereka terhadap kegiatan usaha Sarabba Bubuk.

Tabel 16. Identitas Responden Berdasarkan Usia Usaha Sarabba Bubuk Khas Leon

No	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	20 – 30	18	60
2.	31 – 40	6	20
3	41 – 50	6	20
Total		30	100

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 16 mengenai karakteristik responden berdasarkan usia, dapat dilihat bahwa mayoritas responden berada pada kelompok usia 20–30 tahun dengan jumlah 18 orang atau sekitar 60 persen dari total responden. Sementara itu, responden dengan rentang usia 31–40 tahun berjumlah 6 orang atau sebesar 20 persen dari keseluruhan responden dan responden pada kelompok usia 41-50 tahun

berjumlah 6 orang atau sebesar 20 persen. Dengan total keseluruhan responden sebanyak 30 orang, data ini menunjukkan bahwa kelompok usia 20–30 tahun mendominasi dalam penelitian ini, yang kemungkinan mencerminkan usia produktif yang lebih aktif dalam memberikan respon terhadap penelitian.

Tabel 17. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	11	36,7
Perempuan	19	63,3
Total	30	100

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 17 yang menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, terlihat bahwa mayoritas responden adalah perempuan dengan jumlah 19 orang atau 63,3 persen dari total responden. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 11 orang atau 36,7 persen dari keseluruhan responden. Dengan total responden sebanyak 30 orang, data ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki proporsi lebih besar dibandingkan laki-laki dalam penelitian ini, yang dapat mengindikasikan tingkat partisipasi perempuan yang lebih tinggi pada kegiatan atau survei yang dilakukan.

Tabel 18. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Ibu Rumah Tangga (IRT)	9	30
Mahasiswa	14	46,7
Pegawai	4	13,3
Petani	3	10
Total	30	100

Sumber : Lampiran 4

Tabel 18 mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah mahasiswa dengan jumlah 14 orang atau sebesar 46,7 persen dari total responden. Selanjutnya, terdapat 9 orang responden yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga (IRT) dengan persentase 30 persen. Sementara itu, responden yang bekerja sebagai pegawai berjumlah 4 orang atau sebesar 13,3 persen dan responden yang bekerja sebagai petani berjumlah 3 orang dengan persentase 10 persen. Dengan total keseluruhan responden sebanyak 30 orang, data ini menunjukkan bahwa kelompok mahasiswa mendominasi penelitian ini, yang kemungkinan terkait dengan tingkat keterlibatan mereka dalam aktivitas penelitian atau kuesioner.

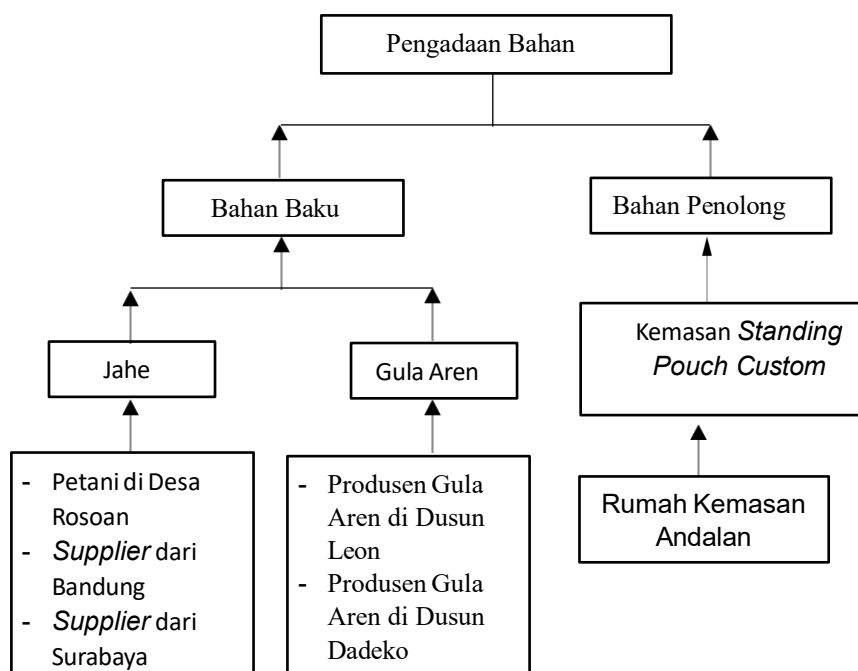
5.2. Pengadaan Bahan Baku Sarabba Bubuk Khas Leon

Proses pengadaan baku adalah kegiatan untuk memastikan bahan baku yang dibutuhkan selalu tersedia guna mendukung produksi barang. Bahan baku adalah segala jenis material yang digunakan dalam suatu usaha (Hilary dkk., 2021). Ketersediaan bahan baku ini sangat penting karena secara langsung memengaruhi kelancaran proses produksi. Jumlah bahan baku yang disediakan harus selaras dengan target produksi. Jika bahan baku tidak tersedia dalam jumlah yang cukup, produksi bisa terhambat atau bahkan terhenti. Karena itu, sebelum memulai proses produksi, penting untuk memastikan bahwa bahan baku yang digunakan memiliki kualitas tinggi. Produk berkualitas tinggi hanya dapat dihasilkan melalui proses produksi yang tepat dan terencana dengan baik (Sutrisno dkk.,2024).

Bahan baku memegang peranan penting dalam usaha Sarabba Bubuk Khas

Leon karena kualitas bahan baku sangat menentukan cita rasa dan keunikan produk. Sarabba bubuk yang merupakan minuman tradisional membutuhkan bahan baku utama seperti jahe dan gula aren pilihan untuk menciptakan rasa yang khas. Pemilihan bahan baku berkualitas tinggi akan meningkatkan nilai produk di mata konsumen. Selain itu, ketersediaan bahan baku secara konsisten harus diperhatikan agar proses produksi berjalan dengan lancar.

Bahan yang digunakan dalam usaha sarabba bubuk khas Leon terdiri atas bahan baku dan bahan penolong. Bahan baku adalah bahan utama yang menjadi komponen utama produk, seperti jahe dan gula aren, yang memberikan cita rasa khas pada sarabba bubuk.. Alur pengadaan bahan pada usaha Sarabba Bubuk Khas Leon dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Proses Pengadaan Bahan Usaha Sarabba Bubuk Khas Leon

Gambar 4, dapat diketahui proses pengadaan bahan untuk produksi Sarabba Bubuk Khas Leon. Bahan baku terdiri dari jahe dan gula aren. Jahe biasanya

diperoleh dari petani lokal di Desa Rosoan. Kabupaten Enrekang merupakan salah satu daerah dengan produksi jahe yang melimpah, namun ketersediaan jenis jahe merah sering terbatas, pemilik usaha mencari solusi dengan mendatangkan jahe dari beberapa *supplier* luar daerah, seperti dari Bandung (Jawa Barat) dan Surabaya (Jawa Timur) yang merupakan daerah dengan produksi jahe terbanyak di Indonesia. Selain itu, pemilik usaha lebih memilih untuk memesan bahan baku dari luar daerah *melalui online shop* karena dinilai lebih praktis dibandingkan harus mencari bahan secara langsung. Sementara itu, gula aren diambil dari produsen gula aren lokal yang berada di Dusun Leon, yang juga merupakan pusat produksi sarabba bubuk. Jika stok gula aren di Dusun Leon tidak mencukupi, pemilik beralih ke produsen gula aren di Dusun Dadeko, yang berada di desa tetangga.

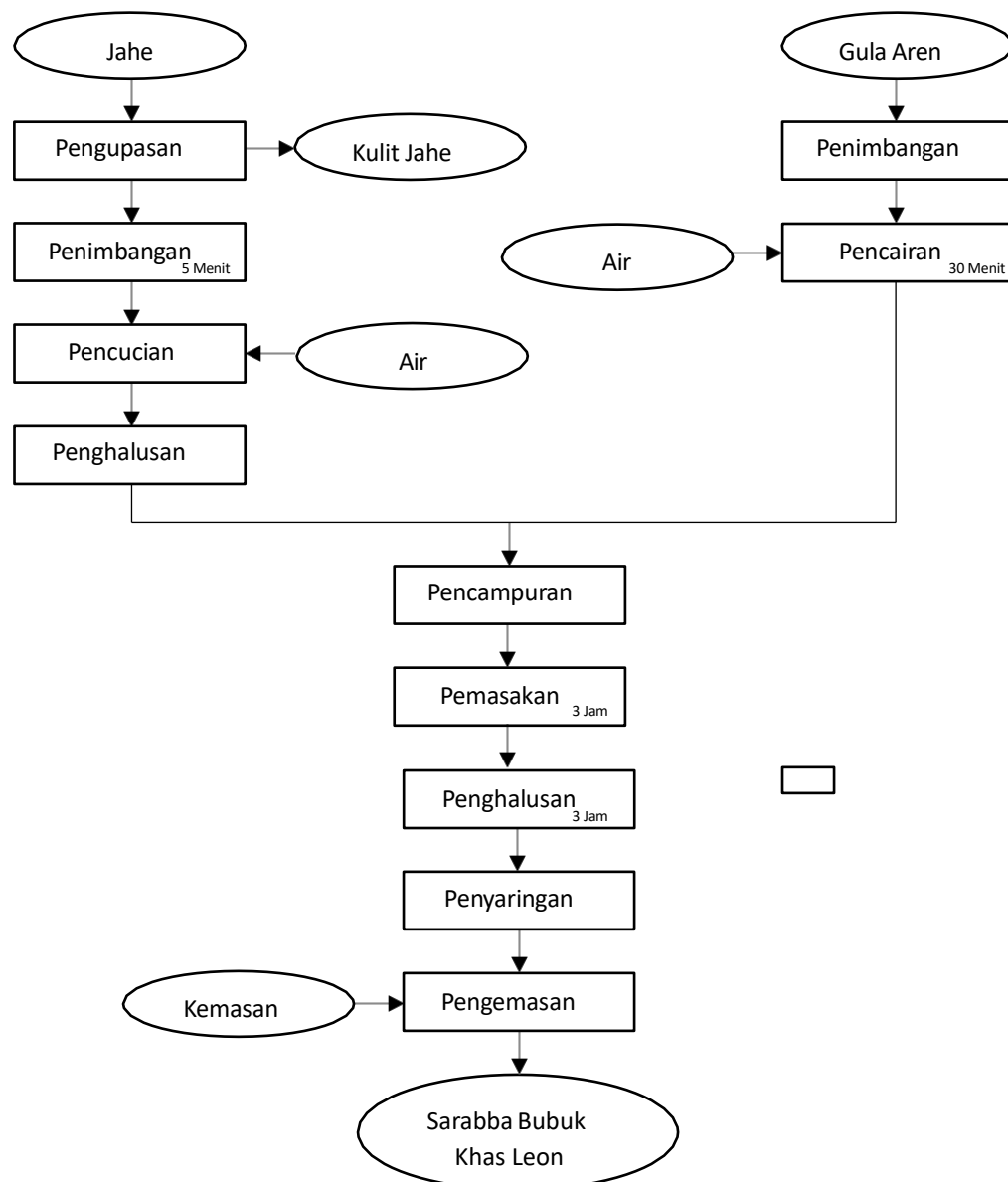
Bahan penolong yang digunakan dalam produksi Sarabba Bubuk adalah kemasan *standing pouch custom*. Kemasan ini diperoleh dari Rumah Kemasan Andalan, sebuah program dari UPT Industri Makanan, Minuman, dan Kemasan Dinas Perindustrian Provinsi Sulawesi Selatan, yang berlokasi di Jalan Sultan Alauddin, Kota Makassar. Dalam proses pengadaan bahan, kendala yang sering dihadapi adalah kurangnya mitra untuk membeli bahan. Mitra pengadaan bahan baku hanya diandalkan dari domisili tempat produksi yaitu Desa Rosoan dan memilih memesan dari luar daerah ketika tidak tersedia di Desa Rosoan, sehingga sering mengalami kekurangan stok bahan baku dalam siklus produksi.

5.2.1. Proses Produksi Sarabba Bubuk

Produksi adalah proses mengubah bahan baku menjadi barang jadi atau

menambahkan nilai pada suatu produk (baik barang maupun jasa) agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Produksi adalah proses mengubah input menjadi output (Rudiawan dkk., 2021). Proses produksi adalah kegiatan yang menggabungkan berbagai sumber daya untuk membuat produk, baik barang atau jasa, yang berguna bagi konsumen (Arwini, 2021). Oleh karena itu, dibutuhkan manajemen proses produksi untuk memastikan kualitas dan kelancaran produksi agar kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dengan baik.

Alur produksi Sarabba Bubuk Khas Leon dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. *Flowchart* Proses Pembuatan Sarabba Bubuk Khas Leon

1. Pengupasan Jahe, proses pengupasan jahe adalah tahap awal yang memakan cukup banyak waktu karena harus dilakukan secara manual menggunakan pisau. Proses ini juga dilakukan penyortiran jahe yang kurang baik. Proses pengupasan jahe dilakukan satu hari sebelum proses produksi dilakukan.
2. Penimbangan Jahe, setelah proses pengupasan selesai, jahe ditimbang sesuai dengan jumlah yang telah ditentukan. Setiap wajan diisi dengan 5 kg jahe yang akan diolah.
3. Pencucian Jahe, Jahe yang telah dikupas kemudian dicuci hingga bersih. Proses pencucian ini bertujuan untuk memastikan tidak ada kotoran atau sisa kulit yang dapat memengaruhi kualitas dan kebersihan produk akhir.
4. Penghalusan Jahe, Jahe yang telah dicuci dihaluskan menggunakan chopper dan blender. Proses ini cukup berat sehingga sering menyebabkan kerusakan pada blender. Untuk mengatasinya, jahe terlebih dahulu dihaluskan menggunakan chopper, kemudian dilanjutkan dengan blender agar hasilnya lebih halus dan tidak berserat.
5. Penimbangan Gula Aren, Tahap penimbangan gula aren, jumlahnya disesuaikan dengan standar yang telah ditetapkan, yaitu setiap wajan diisi dengan 10 kg gula aren. Penyesuaian takaran ini dilakukan untuk memastikan proporsi bahan tetap konsisten, sehingga hasil produk memiliki kualitas yang sesuai dengan harapan.

6. Pemasakan gula aren, tahap ini, gula aren di potong-potong kemudian dilelehkan di atas wajan besar dengan menambahkan sedikit air. Penambahan air ini bertujuan untuk mempercepat proses pencairan.
7. Pencampuran bahan, setelah jahe dihaluskan hingga mencapai tekstur yang diinginkan dan gula aren dilelehkan sampai benar-benar cair, kedua bahan tersebut kemudian dicampurkan ke dalam wajan untuk segera di masak.
8. Pemasakan bahan, campuran gula aren dan jahe dimasak sekitar 1,5 jam. Selama proses pemasakan, campuran harus terus diaduk secara perlahan agar tidak gosong dan bahan tercampur merata.
9. Pendinginan, setelah pemasakan sarabba, didinginkan menggunakan kipas angin sambil terus diaduk. Proses pendinginan ini dilakukan untuk mencegah bahan menggumpal sehingga mudah untuk dihaluskan.
10. Penghalusan, setelah dingin, bahan dihaluskan kembali dengan menggunakan tampah bambu dan mangkuk stainless kecil. Sarabba bubuk ditekan-tekan menggunakan mangkuk di atas tampah hingga teksturnya menjadi lebih halus dan merata.
11. Pengayakan sarabba, sarabba yang sudah dihaluskan diayak untuk memastikan tekstur benar-benar halus. Sisa sarabba yang tidak lolos saringan dihaluskan ulang dan diayak kembali. Proses ini diulangi hingga semua bahan selesai diayak.
12. Pengemasan, sarabba bubuk yang telah selesai diayak dimasukkan ke dalam kemasan *standing pouch custom* dengan takaran 150 gram per kemasan. Setelah itu, dilakukan pengepresan kemasan menggunakan mesin sealer untuk

memastikan kemasan tertutup rapat. Proses ini bertujuan untuk menjaga kualitas dan kebersihan produk agar tetap aman hingga sampai ke tangan konsumen.

5.3. Analisis Produksi, dan Pendapatan

Produk Sarabba Bubuk Khas Leon merupakan hasil olahan oleh Kelompok Usaha Bersama Sarabba Bubuk Khas Leon yang dipasarkan atau di jual kepada masyarakat. Produksi yang dihasilkan Kelompok Usaha Bersama Sarabba Bubuk Khas Leon dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 19. Produksi Sarabba Bubuk Khas Leon Perbulan

Frekuensi Produksi	Produksi (Kemasan)
1	220
2	225
3	218
4	220
Jumlah	883

Sumber: Lampiran 5

Tabel 19 menunjukkan jumlah produksi yang dihasilkan satu bulan, dimana Kelompok Usaha Bersama memproduksi Sarabba Bubuk Khas Leon selama 4 kali dalam satu bulan. Produksi pertama di hasilkan sebanyak 220 kemasan, produksi yang kedua dihasilkan sebanyak 225 kemasan, produksi yang ketiga dihasilkan sebanyak 218 kemasan, dan yang keempat menghasilkan hanya 220 kemasan. Jadi total yang di produksi dalam sebulan sebanyak 883 kemasan.

5.3.1. Penerimaan

Penerimaan adalah seluruh jumlah uang yang diterima oleh suatu usaha dari hasil penjualan produk atau jasa dalam satu periode tertentu. Berikut adalah

analisis nilai penjualan dari tiap produk yang dimiliki oleh kelompok Usaha Bersama Sarabba Bubuk Khas Leon .

Tabel 20. Produksi, Harga Produk, dan Penerimaan Per produksi

No	Jumlah Produksi (kemasan)	Harga Produk (Rp)	Penerimaan (Rp)
1	220	15.000	3.300.000
2	225	15.000	3.375.000
3	218	15.000	3.270.000
4	220	15.000	3.300.000
Total			13.245.000

Sumber: Lampiran 5

Tabel 20 menunjukkan bahwa Kelompok Usaha Bersama melakukan 4x produksi dalam sebulan. Harga yang ditawarkan sebesar Rp15.000/kemasan dengan total penerimaan yang didapatkan sebesar Rp13.245.000/Bulan.

5.3.2. Biaya

a. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang totalnya tetap untuk satu periode tertentu dan per unitnya berubah- ubah berbanding terbalik dengan volume kegiatan. Berikut adalah tabel biaya tetap Kelompok Usaha Bersama Sarabba Bubuk Khas Leon.

Tabel 21. Biaya Tetap Kelompok Usaha Bersama Sarabba Bubuk Khas Leon Per Bulan

No.	Jenis Biaya	Nilai (Rp)
1.	Biaya Listrik	50.000
2.	Penyusutan alat	142.000
3.	Pajak	5.000
Total Biaya		197.000

Sumber: Lampiran 7

Tabel 21 di atas menunjukkan biaya tetap usaha Sarabba Bubuk meliputi biaya listrik, penyusutan alat dan pajak sebesar Rp197.000 per bulan. Biaya penyusutan alat per bulan sebesar Rp142.000 sedangkan biaya listrik sebesar Rp50.000 dan biaya pajak sebesar Rp5.000. Biaya tetap ini menjadi beban yang harus ditanggung usaha setiap bulan tanpa tergantung pada volume produksi.

b. Biaya Variabel

Biaya Variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan kegiatan, seperti tenaga kerja dan biaya bahan baku yang digunakan selama proses produksi. Berikut adalah tabel biaya variabel dari Kelompok Usaha Bersama Sarabba Bubuk Khas Leon.

Tabel 21. Biaya Variabel Usaha Sarabba Bubuk Per bulan

No.	Biaya Variabel		
	Jenis Biaya	Jumlah (Frekuensi)	Harga (Rp/Satuan)
Bahan Utama			
1.	Jahe Merah (kg)	60	35.000
Bahan Penolong			
3.	Gula Merah (kg)	120	35.000
4.	Kemasan (pcs)	883	1.550
5	Transportasi (Frekuensi)	4	60.000
5.	Upah Tenaga kerja		
1.	Tk. Produksi	6	75.000
2.	Ketua (Orang)	1	100.000
Total			10.108.650

Sumber :Lampiran 8

Tabel 21 diatas biaya variabel yang muncul berhubungan langsung dengan tingkat produksi, meliputi bahan utama seperti jahe merah, bahan penolong seperti gula merah dan kemasan, serta tenaga kerja produksi. Total biaya variabel yang dikeluarkan mencapai Rp10.108.650 dengan rincian bahan utama jahe merah sebesar Rp2.100.000, gula merah Rp4.200.000, dan kemasan Rp1.368.650. Tenaga

kerja produksi terdiri dari 6 pekerja dengan upah total Rp1.800.000, ditambah upah pemilik Rp 400.000. Biaya variabel ini meningkat seiring dengan bertambahnya volume produksi dan menjadi faktor utama dalam menentukan total biaya produksi.

5.3.3. Pendapatan

Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya yang dikeluarkan, untuk mengetahui pendapatan bersih dalam usaha Sarabba Bubuk Khas Leon Kelompok Usaha Bersama dapat dilihat pada Tabel 22.

Tabel 22. Produksi dan Pendapatan Usaha Sarabba Bubuk Khas Leon/Bulan

No.	Keterangan	Jumlah	Harga (Rp)	Nilai (Rp)
1.	Produksi (Pcs)	883	15.000	
2.	Penerimaan			13.245.000
3.	Biaya Tetap			197.000
4.	Biaya Variabel			10.108.650
5.	Total Biaya (3+4)			10.305.650
6.	Pendapatan (2-5)			2.939.350

Sumber : Data Primer, 2025

Tabel 22 menjelaskan bahwa Usaha Sarabba Bubuk Khas Leon mampu memproduksi sebanyak 883 kemasan dengan harga jual per kemasan sebesar Rp 15.000 dari total penjualan tersebut diperoleh penerimaan sebesar Rp13.245.000 total biaya produksi yang dikeluarkan mencapai Rp10.305.650, dengan demikian diperoleh pendapatan bersih sebesar Rp2.939.350, Usaha Sarabba Bubuk Khas Leon menunjukkan penerimaan lebih besar dari biaya yang dikeluarkan sehingga Usaha tersebut menguntungkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa **hipotesis 1 diterima**

5.4. Analisis Kelayakan Usaha

Kelayakan usaha merupakan suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha yang akan dijalankan untuk menentukan layak atau tidaknya suatu usaha dijalankan.

Tabel 23. Analisis Kelayakan Usaha Sarabba Bubuk Khas Leon

Uraian	Nilai (Rp)
Total Penerimaan	13.245.000
Total Biaya	10.305.650
R/C-Ratio	1,3

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 23 menunjukkan bahwa R/C-Ratio dari Usaha Sarabba Bubuk Khas Leon adalah 1,3 atau $R/C\text{-Ratio} > 1$, artinya setiap Rp 1 biaya yang dikeluarkan oleh Usaha Sarabba Bubuk, maka memperoleh penerimaan sebesar Rp 1,3 sehingga Sarabba Bubuk Khas Leon layak diusahakan. Dengan demikian **hipotesis 2 diterima**.

5.5. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran secara keseluruhan mencakup kombinasi dari produk, harga, promosi, dan tempat yang digunakan dalam strategi pemasaran Sarabba Bubuk. Keempat elemen ini saling terkait dan berperan penting dalam menarik serta mempertahankan konsumen. Analisis bauran pemasaran membantu mengevaluasi strategi yang telah diterapkan serta merumuskan langkah perbaikan yang lebih efektif.

5.5.1. Variabel Produk

Jawaban responden terhadap variabel produk didasarkan pada respon atas pertanyaan pertanyaan seperti yang terdapat dalam kuisioner yang diberikan kepada

responden. Variasi jawaban responden untuk variabel produk dapat di lihat pada tabel

Tabel 24. Tanggapan Responden Untuk Indikator Kemasan Sarabba Bubuk Khas Leon.

No	Alternatif Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	0	0	0
3.	Netral	3	0	0	0
4.	Setuju	4	8	32	22,5
5.	Sangat Setuju	5	22	110	77,5
Total			30	142	100
Kategori			Sangat Menerapkan		

Sumber :Data Primer,2025

Tabel 24 Menunjukkan bahwa indikator kemasan produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 8 orang dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 22 orang. Total skor 142 berada pada kategori sangat menerapkan Marketing Mix. Berdasarkan hasil kuisioner sebagian konsumen memberikan penilaian setuju hingga sangat setuju terhadap kemasan produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai kemasan sudah cukup praktis, mampu melindungi produk dan menampilkan identitas merek. Namun, beberapa responden menyarankan agar penambahan informasi lebih lengkap.

Tabel 25. Tanggapan Responden Untuk Indikator Rasa Sarabba Bubuk Khas Leon.

No	Alternatif Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	0	0	0
3.	Netral	3	7	21	16,8
4.	Setuju	4	11	44	35,2
5.	Sangat Setuju	5	12	60	48
Total			30	125	100
Kategori			Menerapkan		

Sumber: Data Primer,2025

Tabel 25 Menunjukkan bahwa indikator rasa produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban netral sebanyak 7 orang yang memberikan jawaban setuju sebanyak 11 orang dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 12 orang. Total skor 125 berada pada kategori menerapkan Marketing Mix. Berdasarkan hasil kuisisioner sebagian konsumen memberikan penilaian netral hingga sangat setuju terhadap indikator rasa produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai rasa sudah memenuhi harapan mereka, perpaduan rasa jahe, gula dirasakan sudah seimbang. Meskipun demikian beberapa konsumen menilai belum sepenuhnya sesuai ekspektasi mereka.

Tabel 26. Tanggapan Responden Untuk Indikator Kualitas Sarabba Bubuk Khas Leon.

No	Alternatif Responden	Jawaban	Skor	Frekuensi	Total skor	Persentase(%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	0	0	0	0
3.	Netral	3	3	9	7,3	
4.	Setuju	4	21	84	68,3	
5.	Sangat Setuju	5	6	30	24,4	
Total			30	123	100	
Kategori			Menerapkan			

Sumber : Data Primer, 2025

Tabel 26 Menunjukkan bahwa indikator kualitas produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban netral sebanyak 8 orang yang memberikan jawaban setuju sebanyak 21 orang dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 6 orang. Total skor 123 berada pada kategori menerapkan *Marketing Mix*. Berdasarkan hasil kuisisioner sebagian konsumen memberikan penilaian netral hingga sangat setuju terhadap kualitas produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai kualitas sudah sangat baik, hingga kemasan yang menjaga

keawetan produk. Namun, beberapa responden menyarankan untuk meningkatkan kehalusan pada tekstur produk.

Tabel 27. Tanggapan Responden untuk Indikator Ukuran Kemasan Sarabba Bubuk Khas Leon.

No	Alternatif Responden	Jawaban	Skor	Frekuensi	Total skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju		1	0	0	0
2.	Tidak Setuju		2	0	0	0
3.	Netral		3	1	3	2,3
4.	Setuju		4	20	80	62,5
5.	Sangat Setuju		5	9	45	35,2
Total				30	128	100
Kategori					Sangat Menerapkan	

Sumber : Data primer, 2025

Tabel 27 Menunjukkan bahwa indikator kualitas produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban netral sebanyak 1 orang yang memberikan jawaban setuju sebanyak 20 orang dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 9 orang. Total skor 128 berada pada kategori menerapkan *Marketing Mix* yang artinya Usaha Sarabba Bubuk menerapkan marketing mix dalam indikator kesesuaian harga dengan produk. Berdasarkan hasil kuisisioner sebagian konsumen memberikan penilaian setuju hingga sangat setuju terhadap indikator ukuran produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai bahwa ukuran kemasan sudah sangat ideal baik dari sisi kepraktisan maupun kemudahan penyimpanan. Ukuran tersebut juga dianggap praktis serta cocok untuk berbagai keperluan, baik konsumsi pribadi maupun dijadikan oleh-oleh khas daerah.

Tabel 28. Tanggapan Responden Untuk Indikator Label Sarabba Bubuk Khas Leon

No	Alternatif Responden	Jawaban	Skor	Frekuensi	Total skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju		1	0	0	0
2.	Tidak Setuju		2	0	0	0
3.	Netral		3	1	3	2,4
4.	Setuju		4	24	96	77,4
5.	Sangat Setuju		5	5	25	20,2
Total				30	124	100
Kategori				Menerapkan		

Sumber: Data primer, 2025

Tabel 28 Menunjukkan bahwa indikator Label pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban netral sebanyak 1 orang yang memberikan jawaban setuju sebanyak 24 orang dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 5 orang. Total skor 124 berada pada kategori menerapkan *Marketing Mix*. Berdasarkan hasil kuisisioner sebagian konsumen memberikan penilaian netral hingga sangat setuju terhadap indikator label produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai bahwa label pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon sudah memuat informasi penting seperti nama produk dan komposisi kejelasan tulisan dan penataan informasi dianggap memudahkan konsumen untuk memahami isi produk. Sementara itu beberapa responden menyarankan untuk penambahan informasi seperti tanggal kadaluarsa.

Tabel 29. Rekapitulasi Responden Terhadap Variabel Produk (*Product*) Sarabba Bubuk Khas Leon

Variabel Produk	Total Skor	Kategori
a. Kemasan	142	Sangat Menerapkan
b. Rasa	125	Menerapkan
c. Kualitas	123	Menerapkan
d. Ukuran	128	Sangat Menerapkan
e. Label	124	Menerapkan
Total	642	Sangat Menerapkan

Sumber : Data Primer, 2025

Tabel 29 menunjukkan bahwa variabel produk (*product*) pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon terdiri atas indikator kemasan, rasa, kualitas, ukuran, label memiliki total skor 642 dengan kategori sangat menerapkan marketing mix dalam variabel produk pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon.

5.5.2. Variabel Harga

Jawaban Responden terhadap variabel hanya didasarkan pada respon atas pertanyaan -pertanyaan seperti yang terdapat dalam kuisisioner yang diberikan kepada responden. Variasi jawaban responden untuk variabel harga dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 30. Tanggapan Responden untuk Indikator Kesesuaian Harga Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

No	Alternatif Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	0	0	0
3.	Netral	3	1	3	2,3
4.	Setuju	4	18	72	55,4
5.	Sangat Setuju	5	11	55	42,3
Total			30	130	100
Kategori			Sangat Menerapkan		

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 30 Menunjukkan bahwa indikator Kesesuaian harga pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban netral sebanyak 1 orang yang memberikan jawaban setuju sebanyak 18 orang dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 11 orang. Total skor 130 berada pada kategori Sangat menerapkan *Marketing Mix* yang artinya Usaha Sarabba Bubuk menerapkan marketing mix dalam indikator kesesuaian harga dengan produk. Berdasarkan hasil kuisisioner sebagian konsumen memberikan penilaian setuju hingga sangat setuju terhadap kesesuaian harga pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen

menilai harga produk dinilai sudah sepadan dengan rasa dan kualitas yang diperoleh. Namun, beberapa responden belum sepenuhnya sebanding dengan ekspektasi mereka terhadap kualitas atau kuantitas produk.

Tabel 31. Tanggapan Responden Untuk Indikator Harga Terjangkau Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

No	Alternatif Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	0	0	0
3.	Netral	3	0	0	0
4.	Setuju	4	23	92	72,4
5.	Sangat Setuju	5	7	35	27,6
Total			30	127	100
Kategori			Sangat Menerapkan		

Sumber: Data primer, 2025

Tabel 31 Menunjukkan bahwa indikator harga terjangkau pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 23 orang dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 7 orang. Total skor 127 berada pada kategori sangat menerapkan *Marketing Mix* yang artinya Usaha Sarabba Bubuk menerapkan marketing mix dalam indikator Harga terjangkau Berdasarkan hasil kuisioner sebagian konsumen memberikan penilaian setuju hingga sangat setuju terhadap harga terjangkau produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai harga sangat terjangkau untuk semua kalangan, harga tersebut dianggap sesuai kualitas. Namun beberapa responden memberikan alasan bahwa harga produk sudah tergolong wajar dan sesuai dengan kemampuan beli mereka. Produk dinilai memberikan nilai yang sepadan dengan rasa dan kualitas yang ditawarkan.

Tabel 32. Tanggapan Responden Untuk Indikator Harga Bersaing Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

No	Alternatif Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	0	0	0
3.	Netral	3	4	12	9,8
4.	Setuju	4	20	80	65,6
5.	Sangat Setuju	5	6	30	24,6
Total			30	122	100
Kategori			Menerapkan		

Sumber: data Primer, 2025

Tabel 32 Menunjukkan bahwa indikator harga bersaing pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban netral sebanyak 4 orang yang memberikan jawaban setuju sebanyak 20 orang dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 6 orang. Total skor 122 berada pada kategori menerapkan *Marketing Mix* yang artinya Usaha Sarabba Bubuk menerapkan marketing mix dalam indikator harga bersaing dengan produk. Berdasarkan hasil kuisioner sebagian konsumen memberikan penilaian netral hingga sangat setuju terhadap harga bersaing pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai harga produk lebih unggul dibanding pesaing dan sebanding dengan kualitas serta manfaat yang diperoleh. Namun, beberapa responden merasa harga produk masih tergolong wajar, namun masih belum sepenuhnya yakin apakah harga tersebut lebih baik dibandingkan produk sejenis dipasaran.

Tabel 33. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (*Price*) pada Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

Variabel Harga	Total Skor	Kategori
a. Kesesuaian harga	130	Sangat Menerapkan
b. Harga Terjangkau	127	Menerapkan
c. Harga Bersaing	122	Menerapkan
Total	379	Sangat Menerapkan

Sumber : Data Primer, 2025

Tabel 33 menunjukkan bahwa variabel harga (*price*) pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon terdiri atas indikator kesesuaian harga, harga terjangkau, dan harga bersaing memiliki total skor 379 dengan kategori sangat menerapkan marketing mix dalam variabel harga pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon.

5.5.3. Variabel Promosi

Jawaban Responden terhadap variabel promosi didasarkan pada respon atas pertanyaan-pertanyaan seperti yang terdapat dalam kuisisioner yang diberikan kepada responden.

Tabel 34. Tanggapan Responden Untuk Indikator Promosi Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

No	Alternatif Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	0	0	0
3.	Netral	3	6	18	15,1
4.	Setuju	4	19	76	63,9
5.	Sangat Setuju	5	5	25	21
Total			30	119	100
Kategori			Menerapkan		

Sumber: Data primer, 2025

Berdasarkan Tabel 34 Menunjukkan bahwa indikator promosi pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban netral sebanyak 6 orang yang memberikan jawaban setuju sebanyak 19 orang dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 5 orang. Total skor 119 berada pada kategori menerapkan *Marketing Mix* yang artinya Usaha Sarabba Bubuk menerapkan marketing mix dalam indikator promosi. Berdasarkan hasil kuisisioner sebagian konsumen memberikan penilaian netral hingga sangat setuju terhadap indikator promosi produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai promosi yang dilakukan sudah sangat baik dan membantu konsumen mengenal produk. Namun,

beberapa responden menilai promosi yang dilakukan masih terbatas jangkauannya atau belum memberikan pengaruh besar terhadap minat beli konsumen.

Tabel 35. Tanggapan Responden Untuk Indikator Diskon Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

No	Alternatif Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	0	0	0
3.	Netral	3	1	3	2,2
4.	Setuju	4	11	44	32,1
5.	Sangat Setuju	5	18	90	65,7
Total			30	137	100
Kategori			Sangat Menerapkan		

Sumber: Data primer, 2025

Tabel 35 Menunjukkan bahwa indikator diskon produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban netral sebanyak 1 orang yang memberikan jawaban setuju sebanyak 11 orang dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 18 orang. Total skor berada pada kategori menerapkan *Marketing Mix* yang artinya Usaha Sarabba Bubuk menerapkan marketing mix dalam indikator promosi. Berdasarkan hasil kuisioner sebagian konsumen memberikan penilaian setuju hingga sangat setuju terhadap indikator diskon produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai diskon yang diberikan cukup menarik dan membantu menghemat biaya, meskipun frekuensinya belum terlalu sering. Namun, beberapa responden merasaa potongan harga yang diberikan jarang diadakan sehingga belum terlalu mempengaruhi keputusan pembeli

Tabel 36. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi (*Promotion*) pada Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

Variabel Harga	Total Skor	Kategori
a. Promosi	119	Menerapkan
b. Diskon	137	Sangat Menerapkan
Total	256	Sangat Menerapkan

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 36 menunjukkan bahwa variabel Promosi (*promotion*) pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon terdiri atas indikator promosi dan diskon memiliki total skor 256 dengan kategori sangat menerapkan marketing mix dalam variabel promosi pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon.

5.5.4. Variabel Tempat (Distribusi)

Jawaban Responden terhadap variabel tempat didasarkan pada respon atas pertanyaan-pertanyaan seperti yang terdapat dalam kuisioner yang diberikan kepada responden. Variasi jawaban responden untuk variabel tempat dapat dilihat pada Tabel 37 berikut.

Tabel 37. Tanggapan Responden Untuk Indikator Akses Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

No	Alternatif Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	0	0	0
3.	Netral	3	14	42	40
4.	Setuju	4	16	64	60
5.	Sangat Setuju	5	0	0	0
Total			30	106	100
Kategori			Menerapkan		

Sumber: Data primer, 2025

Tabel 37 Menunjukkan bahwa indikator akses produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban netral sebanyak 14 orang yang memberikan jawaban setuju sebanyak 16 orang. Total skor berada pada kategori menerapkan *Marketing Mix*. Berdasarkan hasil kuisioner sebagian konsumen memberikan penilaian netral hingga setuju terhadap akses produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai bahwa produk ini cukup mudah diakses melalui toko fisik. Mereka merasa lokasi penjualan strategis meskipun masih ada sedikit keterbatasan

waktu atau jarak dalam memperolehnya. Namun, beberapa responden menilai akses untuk mendapatkan produk Sarabba Bubuk Khas Leon cukup baik tetapi belum merata di semua lokasi penjualan.

Tabel 38. Tanggapan Responden Untuk Indikator Lokasi Strategis Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

No	Alternatif Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	0	0	0
3.	Netral	3	22	66	67
4.	Setuju	4	8	32	33
5.	Sangat Setuju	5	0	0	0
Total			30	98	100
Kategori			Kurang Menerapkan		

Sumber: Data primer, 2025

Berdasarkan Tabel 38 Menunjukkan bahwa indikator lokasi strategis produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban netral sebanyak 22 orang yang memberikan jawaban setuju sebanyak 8 orang. Total skor berada pada kategori kurang menerapkan *Marketing Mix*. Berdasarkan hasil kuisioner sebagian konsumen memberikan penilaian netral hingga setuju terhadap lokasi strategis produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai lokasi strategis sudah tergolong mudah dijangkau atau mudah ditemukan. Namun, beberapa responden menanggapi lokasi mudah ditemukan tetapi belum berada di semua area yang mereka anggap strategis. Sebagian dari konsumen harus menempuh jarak tertentu untuk mendapat produk tersebut.

Tabel 39. Tanggapan Responden Untuk Indikator Kebersihan Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

No	Alternatif Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	4	8	9
3.	Netral	3	23	69	77,5
4.	Setuju	4	3	12	13,5
5.	Sangat Setuju	5	0	0	0
Total			30	89	100
Kategori			Kurang Menerapkan		

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 39 Menunjukkan bahwa indikator kebersihan produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban tidak menarik sebanyak 4 orang yang memberikan jawaban netral sebanyak 23 orang dan yang memberikan jawaban setuju sebanyak 3 orang. Berdasarkan hasil kuisioner sebagian konsumen memberikan penilaian kurang setuju hingga setuju terhadap kebersihan tempat produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai kebersihan bahwa tempat penyajian dan penjualan Sarabba Bubuk Khas Leon sudah cukup terjaga kebersihannya. Namun, beberapa responden menilai bahwa masih ada beberapa aspek yang dapat ditingkatkan, seperti kebersihan disekitar lokasi penjualan. Mereka belum merasa benar-benar yakin bahwa standar kebersihan sudah optimal.

Tabel 40. Tanggapan Responden Untuk Indikator Persaingan Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

No	Alternatif Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	9	18	22
3.	Netral	3	19	57	69
4.	Setuju	4	2	8	9
5.	Sangat Setuju	5	0	0	0
Total			30	83	100
Kategori			Kurang Menerapkan		

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 40 Menunjukkan bahwa indikator persaingan pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban tidak menarik sebanyak 9 orang yang memberikan jawaban netral sebanyak 19 orang dan yang memberikan jawaban setuju sebanyak 2 orang. Total skor berada pada kategori kurang menerapkan *Marketing Mix* yang artinya Usaha Sarabba Bubuk kurang menerapkan marketing mix dalam indikator persaingan. Berdasarkan hasil kuisioner sebagian konsumen memberikan penilaian tidak setuju hingga setuju terhadap indikator persaingan tempat pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai tingkat persaingan tempat berada pada posisi sedang, artinya ada pesaing tetapi tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen mampu merasakan perbedaan yang signifikan antara lokasi Sarabba Bubuk Khas Leon dengan pesaing sehingga bersikap netral. Namun beberapa responden menilai lokasi belum strategis atau fasilitas tempat kurang mendukung sehingga kalah bersaing.

Tabel 41. Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel Tempat (place) pada Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

Variabel Tempat	Total Skor	Kategori
a. Akses	106	Menerapkan
b. Lokasi Strategis	89	Kurang Menerapkan
c. Kebersihan	89	Kurang Menerapkan
d. Persaingan	89	Kurang Menerapkan
Total	373	Kurang Menerapkan

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 41 menunjukkan bahwa variabel tempat (place) pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon diantaranya akses, lokasi strategis, kebersihan dan persaingan memiliki total skor 373 dengan kategori kurang menerapkan *marketing mix*.

Tabel 42. Tanggapan Responden untuk Indikator Pelayanan Usaha Sarabba Bubuk Khas Leon

No	Alternatif Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	0	0	0
3.	Netral	3	6	18	14,7
4.	Setuju	4	16	64	52,5
5.	Sangat Setuju	5	8	40	32,8
Total			30	122	100
Kategori			Menerapkan		

Sumber : Data Primer, 2025

Tabel 42 Menunjukkan bahwa indikator pelayanan produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban netral sebanyak 6 orang yang memberikan jawaban setuju sebanyak 16 orang dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 8 orang. Total skor berada pada kategori menerapkan *Marketing Mix*. Berdasarkan hasil kuisioner sebagian konsumen memberikan penilaian netral hingga sangat setuju terhadap pelayanan produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai pelayanan sudah baik, ramah. Konsumen merasa dilayani dengan tepat dan sesuai harapan, sehingga pengalaman pembelian menjadi nyaman meskipun masih ada ruang untuk peningkatan. Namun, beberapa responden merasa pelayanan yang diberikan cukup standar, tidak buruk tetapi juga tidak istimewa. Konsumen merasa belum ada perhatian khusus atau kecepatan layanan yang membuat mereka terkesan

Tabel 43. Tanggapan Responden untuk Indikator Interaksi Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

No	Alternatif Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	0	0	0
3.	Netral	3	2	6	4,8
4.	Setuju	4	20	80	63,5
5.	Sangat Setuju	5	8	40	31,7
Total			30	126	100
Kategori		Sangat Menerapkan			

Sumber : Data Primer, 2025

Tabel 43 Menunjukkan bahwa indikator interaksi produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban netral sebanyak 2 orang yang memberikan jawaban setuju sebanyak 20 orang dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 8 orang. Total skor berada pada kategori sangat menerapkan *Marketing Mix* yang artinya Usaha Sarabba Bubuk sangat menerapkan marketing mix dalam indikator interaksi. Berdasarkan hasil kuisioner sebagian konsumen memberikan penilaian netral hingga sangat setuju terhadap indikator interaksi produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai interaksi penjualan sudah sangat baik, ramah hingga konsumen mendapat respon yang sesuai saat bertanya atau bertransaksi, sehingga merasa nyaman. Namun, beberapa responden menilai interaksi berada pada tingkat sedang. Penjual cukup berkomunikasi dengan pelanggan tetapi belum menunjukkan perhatian khusus atau pelayanan personal yang membuat mereka terkesan.

Tabel 43. Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel Orang (*People*) produk Sarabba Bubuk Khas Leon

Variabel Orang	Total Skor	Kategori
a. Pelayanan	122	Menerapkan
b. Interaksi	126	Sangat Menerapkan
Total	248	Menerapkan

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 43 menunjukkan bahwa variabel orang (*People*) pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon diantaranya pelayanan dan interaksi memiliki total skor 248 dengan kategori menerapkan *marketing mix*. Hal ini menunjukkan bahwa Usaha Sarabba Bubuk menerapkan *marketing mix*

Tabel 44. Tanggapan Responden untuk Indikator Proses Pembelian Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

No	Alternatif Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	0	0	0
3.	Netral	3	4	12	9,8
4.	Setuju	4	19	76	61,8
5.	Sangat Setuju	5	7	35	28,4
Total			30	123	100
Kategori			Menerapkan		

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 44 Menunjukkan bahwa indikator proses pembelian pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban netral sebanyak 4 orang yang memberikan jawaban setuju sebanyak 19 orang dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 7 orang. Total skor berada pada kategori sangat menerapkan *Marketing Mix* yang artinya Usaha Sarabba Bubuk sangat menerapkan marketing mix dalam indikator proses pembelian. Berdasarkan hasil kuisioner sebagian konsumen memberikan penilaian netral hingga sangat setuju terhadap proses pembelian produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai proses pembelian sangat mudah dan cepat, hingga mereka puas dengan pengalaman bertransaksi. Namun, beberapa responden menilai proses pembelian berjalan cukup lancar, tetapi belum sepenuhnya efisien atau praktis. Mungkin ada sedikit hambatan seperti waktu tunggu yang agak lama.

Tabel 45. Tanggapan Responden untuk Indikator Proses Pelayanan Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

No	Alternatif Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	0	0	0
3.	Netral	3	5	15	11,7
4.	Setuju	4	12	48	37,5
5.	Sangat Setuju	5	13	65	50,8
Total			30	128	100
Kategori			Sangat Menerapkan		

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 45 Menunjukkan bahwa indikator proses pelayanan produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban netral sebanyak 5 orang yang memberikan jawaban setuju sebanyak 12 orang dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 13 orang. Total skor berada pada kategori sangat menerapkan *Marketing Mix* yang artinya Usaha Sarabba Bubuk sangat menerapkan marketing mix dalam indikator proses pelayanan. Berdasarkan hasil kuisioner sebagian konsumen memberikan penilaian netral hingga sangat setuju terhadap proses pelayanan produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai pelayanan sudah sangat baik, ramah dan profesional. Konsumen merasa dilayani dengan perhatian penuh, hal ini menimbulkan rasa nyaman dan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap Sarabba Bubuk Khas Leon. Namun, beberapa konsumen merasa proses pelayanan yang diberikan sudah cukup baik namun belum sepenuhnya konsisten.

Tabel 46. Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel Process (*Process*) produk Sarabba Bubuk Khas Leon

Variabel Proses	Total Skor	Kategori
a. Proses pembelian	123	Menerapkan
b. Proses pelayanan	128	Sangat Menerapkan
Total	251	Menerapkan

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 46 menunjukkan bahwa variabel proses (Process) pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon diantaranya proses pembelian dan proses pelayanan memiliki total skor 251 dengan kategori menerapkan *marketing mix*. Hal ini menunjukkan bahwa Usaha Sarabba Bubuk menerapkan *marketing mix*.

Tabel 47. Tanggapan Responden untuk Indikator Kemasan Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

No	Alternatif Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	0	0	0
3.	Netral	3	0	0	0
4.	Setuju	4	16	64	47,8
5.	Sangat Setuju	5	14	70	52,2
Total			30	134	100
Kategori			Sangat Menerapkan		

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 47 Menunjukkan bahwa indikator kemasan produk pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 16 orang dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 14 orang. Total skor berada pada kategori sangat menerapkan *Marketing Mix* yang artinya Usaha Sarabba Bubuk sangat menerapkan marketing mix dalam indikator kemasan produk. Berdasarkan hasil kuisioner sebagian konsumen memberikan penilaian setuju hingga sangat setuju terhadap kemasan produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai kemasan sudah sangat baik, higienis dan informatif hingga kemasan mampu melindungi produk. Namun, beberapa konsumen menilai kemasan produk sudah menarik dan cukup rapi, dengan desain citra produk tradisional namun tetap modern tetapi masih ada sedikit ruang perbaikan dalam hal ketebalan atau keunikan desain.

Tabel 48. Tanggapan Konsumen Indikator Desain Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

No	Alternatif Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	0	0	0
3.	Netral	3	0	0	0
4.	Setuju	4	15	60	44,4
5.	Sangat Setuju	5	15	75	55,6
Total			30	135	100
Kategori			Sangat Menerapkan		

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 48 Menunjukkan bahwa indikator kemasan produk pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 15 orang dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 15 orang. Total skor 135 berada pada kategori sangat menerapkan *Marketing Mix*. Berdasarkan hasil kuisioner sebagian konsumen memberikan penilaian setuju hingga sangat setuju terhadap desain produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai desain sangat menarik, kreatif, dan mencerminkan identitas lokal, serta meningkatkan rasa percaya diri saat membeli atau memberikan produk sebagai oleh-oleh

Tabel 49. Tanggapan Responden untuk Indikator Informasi Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

No	Alternatif Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
2.	Tidak Setuju	2	0	0	0
3.	Netral	3	4	12	9,8
4.	Setuju	4	20	80	65,6
5.	Sangat Setuju	5	6	30	24,6
Total			30	122	100
Kategori			Menerapkan		

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 49 Menunjukkan bahwa indikator informasi produk pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon, yang memberikan jawaban netral sebanyak 4 orang

yang memberikan jawaban setuju sebanyak 20 orang dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 6 orang. Total skor 122 berada pada kategori menerapkan *Marketing Mix*. Berdasarkan hasil kuisioner sebagian konsumen memberikan penilaian netral hingga sangat setuju terhadap informasi produk Sarabba Bubuk Khas Leon. Konsumen menilai informasi seperti komposisi, berat bersih dan produsen sudah jelas, mudah dibaca. Namun, beberapa responden menyarankan untuk penambahan informasi seperti tanggal kadaluarsa.

Tabel 50. Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel Bukti fisik (*Physical Evidance*) produk Sarabba Bubuk Khas Leon

Variabel Bukti Fisik	Total Skor	Kategori
a. Kemasan produk	134	Sangat Menerapkan
b. Desain	135	Sangat Menerapkan
c. Informasi Produk	122	Menerapkan
Total	391	Sangat Menerapkan

Sumber : Data Primer,2025

Tabel 50 menunjukkan bahwa variabel bukti fisik (*Physical Evidance*) pada produk Sarabba Bubuk Khas Leon diantaranya kemasan produk,desain dan informasi produk memiliki total skor 391 dengan kategori sangat menerapkan *marketing mix*. Hal ini menunjukan bahwa Usaha Sarabba Bubuk menerapkan *marketing mix* pada variabel bukti fisik

Tabel 51. Rekapitulasi Penerapan Bauran Pemasaran

Variabel	Skor	Kategori
Produk	642	Sangat Menerapkan
Harga	379	Sangat Menerapkan
Promosi	258	Sangat Menerapkan
Tempat	373	Kurang Menerapkan
Orang	248	Menerapkan
Proses	251	Menerapkan
Bukti fisik	391	Sangat menerapkan
Total	2.542	Menerapkan

Sumber : Data Primer,2025

Tabel 51 menunjukkan bahwa rekapitulasi bauran pemasaran yang terdiri dari variabel produk, harga, promosi, tempat, orang, proses dan bukti fisik pada usaha Sarabba Bubuk Khas Leon memiliki total 2.542 dengan kategori menerapkan *marketing mix*. Hal ini menunjukan bahwa usaha Sarabba Bubuk Khas Leon telah menerapkan bauran pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka **hipotesis 3 diterima**