

IDENTIFIKASI PROSPEK BISNIS *HAND SANITIZER* (KASUS FAKULTAS FARMASI UBP KARAWANG MENGHADAPI COVID-19)

¹Syifa Pramudita Faddila

²Netti Nurlenawati

³Flora Patricia Anggela

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Buana Perjuangan Karawang

syifa.pramudita@ubpkarawang.ac.id¹

netti.nurlenawati@ubpkarawang.ac.id²

floraanggela@ubpkarawang.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan identifikasi kualitas produk, harga produk, faktor emosional konsumen dan kepuasan konsumen terhadap produk *hand sanitizer* buatan Fakultas Farmasi UBP Karawang. Penelitian ini juga bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis lingkungan internal maupun eksternal baik yang mendukung maupun yang menghambat bisnis tersebut. Penelitian dilaksanakan di Universitas Buana Perjuangan Karawang (UBP Karawang). Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan desain survey. Teknik sampling menggunakan *purposive sampling* pada pimpinan, dosen dan tenaga kependidikan UBP Karawang yang pernah membeli dan menggunakan *hand sanitizer* buatan Fakultas Farmasi UBP Karawang. Analisis data menggunakan analisis rentang skala untuk mendeskripsikan masing-masing variabel kualitas produk, harga dan emosional konsumen dan kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada umumnya indikator kualitas produk memiliki kriteria baik, harga produk memiliki kriteria murah, emosional konsumen memiliki kriteria tinggi dan kepuasan konsumen memiliki kriteria sangat puas. Lingkungan internal yang menjadi kekuatan adalah warna, aroma dan konsistensi cairan, serta efektivitas atau kepraktisan penggunaan, ketersediaan peralatan, kepemilikan tempat produksi dan lokasi penjualan, tenaga ahli yang kompeten, serta dukungan dari pimpinan. Sedangkan kelemahannya adalah belum memiliki tenaga pemasaran. Lingkungan eksternal yang mendukung adalah peluang bisnis *hand sanitizer* yang masih memungkinkan, kebijakan pemerintah yang berupa protokol kesehatan 3M yaitu mencuci tangan, memakai masker dan menjaga jarak, serta keberlanjutan penggunaan masker juga adanya inovasi pembuatan *hand sanitizer*. Sedangkan yang menjadi ancaman adalah bermunculannya bisnis yang serupa.

Kata kunci: Prospek bisnis, *hand sanitizer*, Fakultas Farmasi

Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-1
Karawang, 25 Februari 2021
Universitas Buana Perjuangan Karawang
E-ISSN : 2798-2580

ABSTRACT

This study aims to explain the identification of product quality, product prices, consumer emotional factors and consumer satisfaction with hand sanitizer products made by the Faculty of Pharmacy, UBP Karawang. This study also aims to explain and analyze the internal and external environment that both supports and hinders the business. The research was conducted at the University of Buana Perjuangan Karawang (UBP Karawang). The method used is quantitative descriptive analysis with a survey design. The sampling technique uses purposive sampling to the leadership, lecturers and educational staff of UBP Karawang who have bought and used hand sanitizers made by the UBP Karawang Faculty of Pharmacy. The data analysis used scale range analysis to describe each variable of product quality, price and consumer emotional and consumer satisfaction. The results showed that in general the indicators of product quality have good criteria, the product price has cheap criteria, emotional consumers have high criteria and customer satisfaction has very satisfied criteria. The internal environment that becomes the strength is the color, aroma and consistency of the liquid, as well as the effectiveness or practicality of use, availability of equipment, ownership of production sites and sales locations, competent experts, and support from the leadership. While the weakness is that they do not have a sales force. The external environment that supports them is the hand sanitizer business opportunity that is still possible, government policies in the form of 3M health protocols, namely washing hands, wearing masks and maintaining distance, and the continued use of masks as well as innovations in making hand sanitizers. Meanwhile, the threat is the emergence of similar businesses.

Keywords: *Business Prospects, Hand Sanitizer, Faculty of Pharmacy*

PENDAHULUAN

Merebaknya kasus Covid-19 menyebabkan lumpuhnya kegiatan ekonomi baik nasional maupun internasional. Dua kebijakan besar yang relatif baru dan sangat populer dari pemerintah di berbagai negara belahan dunia yang terkena virus tersebut adalah *social distancing* atau membatasi kegiatan social atau mengumpulkan orang dalam jumlah banyak atau ikut berkumpul dalam kerumunan atau menjaga jarak dengan orang lain serta *lockdown* atau situasi yang melarang warga untuk masuk ke suatu tempat karena kondisi darurat. Lockdown juga bisa berarti negara yang menutup perbatasannya, agar tidak ada orang yang masuk atau keluar dari negaranya (Suara.com, 2020). Kebijakan tersebut saat ini terpaksa dilakukan pemerintah Indonesia karena perkembangan jumlah pasien yang mengidap virus corona tersebut pesa sekali sampai dengan tanggal 23 Maret 2020 terdapat 579 pasien yang dinyatakan positif terpapar corona atau covid-19 (CNBC Indonesia. Com., 2020) padahal pada awal Maret 2020 menteri Kesehatan menyatakan bahwa Indonesia terbebas dari virus tersebut.

Kebijakan tersebut sangat besar pengaruhnya bagi dunia ekonomi dan bisnis baik di

Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-1
Karawang, 25 Februari 2021
Universitas Buana Perjuangan Karawang
E-ISSN : 2798-2580

Indonesia maupun di negara-negara lain. Ketua Kebijakan Publik Apindo/Wakil Ketua Umum PHRI Sutrisno Iwantono mengungkapkan ada potensi memburuknya perekonomian Indonesia di bulan-bulan berikutnya. Dia menyebutkan pada Januari 2020, ekspor Indonesia tercatat US\$ 13,41 miliar turun 7,16% dibandingkan periode Desember 2019 US\$ 14,44 miliar. Jika dibandingkan dengan Januari 2019, ekspor juga mengalami penurunan 3,71%. "Februari, Maret dan seterusnya pasti semakin memburuk," kata Sutrisno kepada detikcom, pada hari Kamis tanggal 12 Maret 2020 (Detik.com., 2020). Dari sisi ekspor non migas ke China tercatat US\$ 2,1 miliar, Amerika Serikat (AS) US\$ 1,6 miliar dan Jepang US\$ 1,19 miliar. Ketiga negara tersebut berkontribusi 38,41%. Sementara itu dari sisi impor tercatat US\$ 14,27 miliar turun 1,6% atau US\$ 231,6 juta. Turunnya impor bahan baku yang berasal dari luar negeri termasuk China sangat berdampak pada kemunduran industri dalam negeri sehingga dapat menyebabkan matinya industri tersebut. Selain itu sejumlah bisnis yang berkaitan dengan berkumpulnya banyak orang nyaris berhenti beroperasi. Bisnis tersebut adalah tempat wisata, transportasi, hotel, tempat hiburan dan sebagainya.

Tidak semua bisnis di Indonesia mengalami kemunduran dengan adanya Covid-19 ini. Beberapa jenis bisnis justru melonjak naik. Bisnis tersebut adalah bisnis produk kesehatan, obat tradisional berupa rempah-rempah (jamu atau empon-empon), aplikasi kesehatan *online*, aplikasi olah raga *online*, *online shop*, *online games*, bisnis makanan dan minuman yang tahan lama dan sebagainya).

Salah satu bisnis produk kesehatan adalah produk *hand sanitizer*. Lakunya produk ini di pasaran berkaitan dengan kebijakan yang mengharuskan untuk mencuci tangan sebersih dan sesering mungkin. Bagi masyarakat yang dapat melakukan seluruh pekerjaan atau tugasnya dari rumah atau dapat mengerjakan himbauan “*di rumah aja*” keharusan memelihara kondisi tangan dalam keadaan bersih tidak menjadi masalah karena dapat mencuci tangan sesering dan sebersih mungkin menggunakan air mengalir dan sabun, akan tetapi bagi orang dengan pekerjaan yang menuntut harus selalu di luar rumah, bertemu atau melayani banyak orang maka keberadaan *hand sanitizer* ini menjadi sangat berarti.

Bagi produk semacam *hand sanitizer* beberapa faktor yang mempengaruhi prospek keberlangsungan bisnis, diantaranya kepuasan konsumen, kualitas produk, harga, kemudahan dan emosional konsumen. *Hand sanitizer* merupakan produk kesehatan yang kualitas produknya harus sesuai dengan ketentuan WHO yaitu alkohol 833 cc untuk etanol 96 persen,

Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-1
Karawang, 25 Februari 2021
Universitas Buana Perjuangan Karawang
E-ISSN : 2798-2580

hidrogen peroksida (H_2O_2) 3 persen 41,7 cc dan 14,5 cc gliserol untuk ukuran 10 liter dengan langkah-langkah yang sudah diatur oleh WHO. Kualitas *hand sanitizer* yang baik akan menyebabkan konsumen puas sebaliknya kualitas yang buruk akan menyebabkan konsumen komplain bahkan tidak akan membeli lagi produk yang ditawarkan tersebut.

Harga, kualitas produk, emosional konsumen dan kepuasan konsumen merupakan hal yang penting untuk prospek sebuah bisnis (Kotler dan Keller, 2016; Kotler dan Armstrong, 2018; Sheth, et.al., 1999; Kotler dalam Suwardi, 2011). Dalam menyongsong prospek suatu bisnis, pelaku usaha harus memperhitungkan faktor-faktor lingkungan baik sebagai pendukung maupun hambatan (ancaman) bagi produk yang akan dikembangkan. Hal lain yang perlu dipertimbangkan dan diperhitungkan adalah sumberdaya manusia yang mengelola bisnis tersebut dari mulai mengembangkan produk sampai dengan mengelola bisnisnya. Berdasarkan hal itu perlu adanya suatu rencana strategis untuk mempersiapkan sumberdaya manusia untuk mengelola bisnis di masa depan (Faddila, 2020). Hal ini diperlukan untuk identifikasi keberlangsungan bisnis *hand sanitizer* pada Fakultas Farmasi.

Fakultas Farmasi UBP Karawang adalah salah satu fakultas yang baru terpisah dari Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer. Fakultas tersebut hanya memiliki satu program studi yaitu Program Studi Farmasi. Melalui program studi inilah seluruh kegiatan pembelajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat diimplementasikan. Saat virus Covid-19 baru merebak, fakultas ini mulai memikirkan untuk membuat *hand sanitizer* sesuai standar WHO yang akan dibagikan kepada masyarakat yang membutuhkan sebagai salah satu kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tetapi tidak menutup kemungkinan untuk menjual produk tersebut di kalangan terbatas yaitu di lingkungan UBP Karawang. Penjualan ini dilakukan hanya untuk semata-mata mencari dana tambahan untuk digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut.

Walaupun tujuan pembuatan produk tersebut adalah untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat, namun sebagai suatu produk, selalu ada sisi bisnis yang harus dipertimbangkan agar produk tersebut dapat diproduksi dan dikembangkan secara berkelanjutan. Berdasarkan hal itu maka perlu adanya suatu penelitian tentang “Prospek Bisnis Produk *Hand Sanitizer* (Survey pada Fakultas Farmasi UBP Karawang)”.

METODE PENELITIAN

Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-1
Karawang, 25 Februari 2021
Universitas Buana Perjuangan Karawang
E-ISSN : 2798-2580

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan desain penelitian menggunakan survey. Objek penelitian adalah prospek bisnis *hand sanitizer* yang diproduksi oleh Program Studi Farmasi Fakultas Farmasi UBP Karawang dilihat dari kualitas produk, harga produk, faktor kemudahan, faktor emosional konsumen dan kepuasan konsumen pada produk *hand sanitizer* buatan Program Studi Farmasi Fakultas Farmasi UBP Karawang.

Subjek penelitian adalah pimpinan, dosen, dan tenaga kependidikan yang pernah menggunakan serta membeli *hand sanitizer* yang diproduksi oleh Program Studi Farmasi Fakultas Farmasi UBP Karawang.

Jumlah dosen sampai dengan bulan Maret 2020 sebanyak 168 orang sedangkan tenaga kependidikan sebanyak 56 orang. Dengan demikian populasi sebanyak 224 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Hal ini mengingat tidak semua dosen maupun tenaga kependidikan membeli atau pernah menggunakan *hand sanitizer* buatan Prodi Farmasi Fakultas Farmasi UBP Karawang. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin dengan kesalahan sampling sebesar 10%, maka jumlah sampel sebesar 70 orang. Sumber data terdiri dari data primer yaitu diperoleh dari hasil kuesioner sebagai data utama, serta data sekunder sebagai data pendukung yang terdiri dari hasil penelitian orang lain yang sudah diolah.

Teknik Analisis Data

Analisis Rentang Skala untuk menggambarkan kondisi kualitas produk, harga produk, kemudahan produk, emosional konsumen serta kepuasan konsumen. Pada analisis ini jawaban responden diinterpretasikan sesuai dengan variabelnya.

- a. Perhitungan skala terendah = skor terendah x jumlah sampel (n)
= 1 x 70 = 70
- b. Perhitungan skala tertinggi = skor tertinggi x jumlah sampel (n)
= 5 x 70 = 350

Sehingga dalam penelitian ini rentang skalanya adalah:

$$RS = \frac{n(m - 1)}{m}$$

$$RS = \frac{70(5 - 1)}{5}$$

RS = 56

Rentang skala yang didapat adalah 56, hasil perhitungan tersebut dapat digambarkan dalam analisis rentang skala. Pada analisis rentang skala ini jawaban responden atas kuesioner diinterpretasikan sesuai dengan variabel pada penelitian ini. Interpretasi jawaban terdapat pada Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Analisis Rentang Skala

Skor Skala	Jawaban Responden	Rentang Skala	Deskripsi Skor			
			Kualitas produk	Harga	Emosi	Kepuasan konsumen
1	Sangat Tidak Setuju	70 – 126	Sangat Buruk	Sangat Mahal	Sangat Rendah	Sangat Tidak Puas
2	Tidak Setuju	126,1 – 182	Buruk	Mahal	Rendah	Tidak Puas
3	Biasa Saja	182,1 – 238	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja
4	Setuju	238,1 – 294	Baik	Murah	Tinggi	Puas
5	Sangat Setuju	294,1 – 350	Sangat Baik	Sangat Murah	Sangat Tinggi	Sangat Puas

Sumber : Sugiyono (2011:94), disesuaikan 2020

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dari 70 responden di Universitas Buana Perjuangan Karawang dalam penelitian ini dijadikan karakteristik yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, jabatan, usia, penghasilan, alasan membeli *hand sanitizer* dan frekuensi pembelian. Data yang diperoleh selanjutnya disusun dalam bentuk tabel kemudian dianalisis dan hasilnya adalah sebagai berikut:

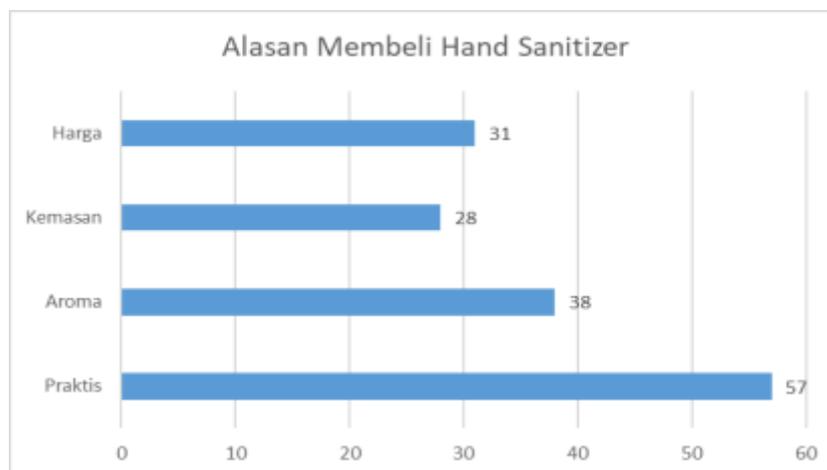
Tabel 2. Karakteristik Responden Universitas Buana Perjuangan Karawang

No	Karakteristik Responden	%
Jenis Kelamin		
1.	Laki-Laki	54
2.	Perempuan	46
Jabatan		
1.	Dosen Biasa	59,59
2.	Dosen dengan Tugas Tambahan	29,29
3.	Tendik	11,11

Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-1
 Karawang, 25 Februari 2021
 Universitas Buana Perjuangan Karawang
 E-ISSN : 2798-2580

4.	Lainnya	1,1
Usia		
1.	≤ 20 Tahun	0
2.	21 – 30 Tahun	27
3.	31 – 40 Tahun	49
4.	≥ 41 Tahun	24
Penghasilan		
1.	< Rp 5.000.000	51
2.	Rp 5.000.000 – Rp 7.500.000	29
3.	Rp 7.600.000 – Rp 10.000.000	9
4.	> Rp 10.000.000	11
Jumlah		100

Berdasarkan tabel 2 di atas tampak bahwa jumlah laki-laki (54%) lebih besar dibandingkan dengan jumlah perempuan (46%). Proporsi jabatan dosen biasa paling besar (59,59%), disusul secara berturut-turut oleh dosen dengan tugas tambahan (29,29%), tenaga kependidikan (11,11%) serta lainnya atau *office boy* (1,1%). Proporsi terbesar dari usia responden berusia 31 sampai dengan 40 tahun (49%), menyusul secara berturut-turut 21 sampai dengan 30 (27%) dan lebih dari 40 tahun (24%). Sebagian besar usia terakhir itu merupakan pimpinan di UBP Karawang. Proporsi terbesar responden memiliki penghasilan per bulan kurang dari Rp. 5 juta, disusul secara berturut-turut Rp. 5 sampai dengan 7,5 juta, lebih dari Rp. 10 juta dan terakhir Rp. 7,6 sampai dengan 10 juta. Umumnya responden yang memiliki penghasilan di atas Rp. 10 juta adalah pimpinan. Sedangkan alasan para responden membeli *hand sanitizer* terdapat pada gambar 2 di bawah ini:



Gambar 1.
Alasan Responden UBP Karawang Membeli *Hand Sanitizer*

Dari gambar 1 di atas tampak bahwa alasan praktis menempati posisi teratas disusul oleh aroma, harga dan kemasan. Berdasarkan frekuensi pembelian *hand sanitizer* buatan Fakultas Farmasi UBP Karawang sebagai berikut:



Gambar 2.
Frekuensi Pembelian *Hand Sanitizer* Buatan Fakultas Farmasi UBP Karawang

Sebagian besar responden membeli *hand sanitizer* buatan Fakultas Farmasi UBP Karawang lebih dari satu kali pembelian (76%). Hal ini menandakan bahwa pada umumnya mereka menyukai produk tersebut. Terdapat dua jenis faktor penguat pada produk *hand sanitizer* buatan Fakultas Farmasi UBP Karawang yaitu:

- 1) Penguat yang bernada positif yaitu mengenai kesegaran aroma, kemasannya praktis, kemasan berbeda dari yang lain, brand Ubepe, tidak lengket di tangan, produknya bagus, harga ekonomis, karya mahasiswa, rasa dingin, *hygiene*, mudah digunakan, dan B-care. Dari gambar 3, terdapat empat faktor penguat yang menempati urutan teratas yaitu aroma yang segar sebanyak 26 orang (37%), kemasan yang praktis sebanyak 14 orang (20%), kemasan yang berbeda dengan yang lain sebanyak 13 orang (18%) dan Brand Ubepe sebanyak 6 orang (8%).



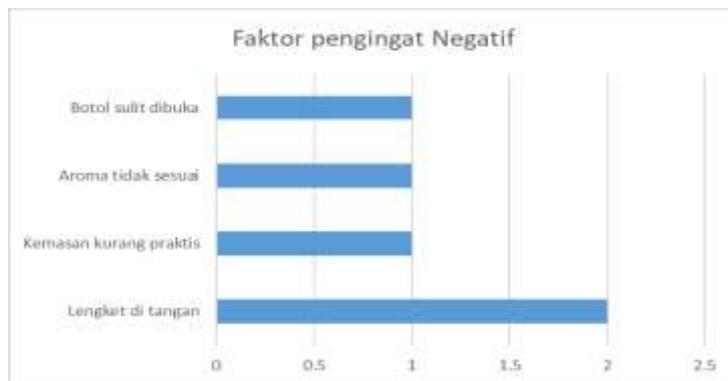
Konfere

PP) Ke-1

Gambar 3.

Faktor Peningkat Positif pada *Hand Sanitizer* Buatan Fakultas Farmasi UBP Karawang

- 2) Peningkat yang bernada negatif yaitu mengenai produk yang lengket, kemasan kurang praktis, aroma tidak sesuai, kemasan kurang praktis, serta botol sulit dibuka. Hasil kuesioner diperoleh bahwa terdapat 2 (dua) orang atau 3% yang menyatakan lengket, serta masing-masing 1 orang atau 1,4% yang menyatakan kemasan kurang praktis, aroma tdk sesuai dg aroma yang beredar di pasaran, botol sulit dibuka. Hal ini sangat sedikit dibandingkan dengan peningkat positif.



Gambar 4.

Faktor Peningkat Positif pada *Hand Sanitizer* Buatan Fakultas Farmasi UBP Karawang

Faktor kemudahan produk dibagi menjadi: (a). Kemudahan dalam mendapatkan informasi tentang produk; (b). Kemudahan memperoleh produk; (c). kemudahan dalam menggunakan produk; (d). Kemudahan mengingat produk.



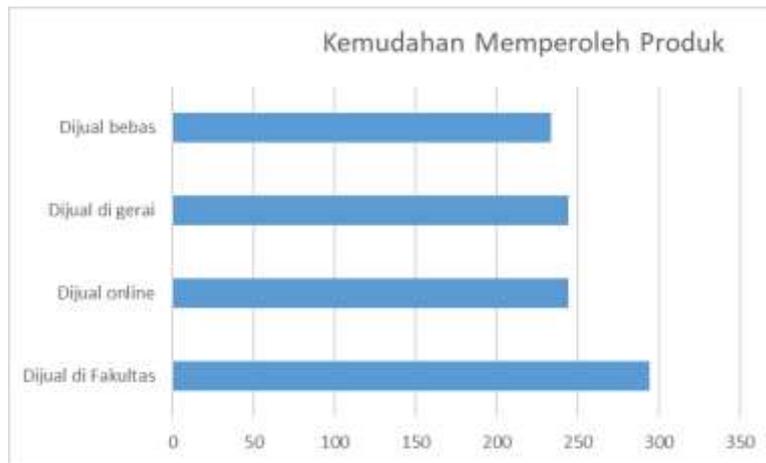
Konferen

IPP) Ke-1

Gambar 5.

Skor Kemudahan Memperoleh Informasi Produk *Hand Sanitizer* Buatan UBP Karawang

Dari gambar 5 di atas tampak bahwa skor tertinggi adalah pada informasi dari teman kerja, hal ini dapat dipahami karena seluruh responden adalah pegawai UBP Karawang. Dengan demikian informasi tentang produk ini umumnya hanya tersebar di dalam kampus.



Gambar 6.

Skor Kemudahan Memperoleh Produk *Hand Sanitizer* Buatan UBP Karawang

Dari gambar 6 di atas tampak bahwa skor tertinggi adalah memperoleh produk yang dijual di fakultas, hal ini karena penjualan produk *hand sanitizer* baru beredar di kalangan kampus UBP Karawang saja.



Konferensi

P) Ke-1

Karawang, 25 Februari 2021

Universitas Buana Perjuangan Karawang

E-ISSN : 2798-2580

Gambar 7.
Skor Kemudahan Menggunakan Produk *Hand Sanitizer* Buatan UBP Karawang

Skor kemudahan menggunakan produk yang tertinggi terdapat pada indikator praktis, hal ini karena kemasan *hand sanitizer* buatan Fakultas Farmasi UBP Karawang berukuran kecil, ramping sehingga mudah dibawa kemanapun.



Gambar 8.
Skor Kemudahan Mengingat Produk *Hand Sanitizer* Buatan UBP Karawang

Skor tertinggi kemudahan mengingat produk terdapat pada *event* pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh Fakultas Farmasi UBP Karawang. Saat itu tujuan pembuatan *hand sanitizer* untuk membantu masyarakat dalam mencegah penularan Covid-19.

Identifikasi Prospek Bisnis *Hand Sanitizer*

Analisis data secara deskriptif pada penelitian ini berfungsi untuk menggambarkan secara jelas tentang identifikasi prospek bisnis *hand sanitizer* pada variabel yang diteliti yaitu kualitas produk, harga, faktor emosional konsumen dan kepuasan konsumen. Analisis yang digunakan adalah analisis rentang skala untuk menginterpretasikan jawaban dari responden mengenai setiap variabel.

1. Kualitas Produk

Dari tabel 3 menunjukkan bahwa sebagian besar indikator produk *hand sanitizer* buatan Fakultas Farmasi UBP Karawang memiliki kualitas yang baik. Sebagian kecil indikator

Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-1
Karawang, 25 Februari 2021

Universitas Buana Perjuangan Karawang
E-ISSN : 2798-2580

memiliki kualitas yang sangat baik. Kualitas produk sangat baik terdapat pada kemampuan membunuh kuman, keamanan dan kehalalan produk, kepraktisan kemasan, aroma produk serta reputasi produk di kalangan kampus UBP Karawang.

Tabel 3. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk

No	Indikator	Jumlah Skor	Kriteria
Dimensi Performance (Kinerja)			
1	Kemampuan membunuh kuman	290	Sangat Baik
2	Keamanan	298	Sangat Baik
3	Halal	303	Sangat Baik
4	Tidak lengket	283	Baik
Dimensi Features (Fitur atau Ciri-Ciri Tambahan)			
5	Perbedaan ukuran kemasan	271	Baik
6	Variasi ukuran kemasan	271	Baik
7	Ciri khas produk	284	Baik
Dimensi Conformance to Specifications (Kesesuaian dengan Spesifikasi)			
8	Sejauh mana kualitas produk memenuhi standar WHO	287	Baik
9	Sejauh mana tampilan <i>hand sanitizer</i> dari yang telah ditetapkan	291	Baik
Dimensi Keandalan (Reliability)			
10	Efektivitas membersihkan noda	279	Baik
11	Efektivitas membunuh kuman	281	Baik
Dimensi Esthetics (Estetika)			
12	Kepraktisan kemasan	320	Sangat baik
13	Warna kemasan	281	Baik
14	Tulisan	285	Baik
15	Aroma	294	Sangat Baik
Perceived Quality (Kualitas yang Dipersepsikan)			
16	Citra	287	Baik
17	Reputasi	294	Sangat Baik

Sumber: hasil penelitian, diolah (2020)

2. Harga Produk

Dari data tabel 4 menunjukkan bahwa sebagian besar indikator harga produk *hand sanitizer* buatan Fakultas Farmasi UBP Karawang berada pada posisi murah, sedangkan indikator sisanya memiliki kriteria sangat murah. Kriteria sangat murah adalah pada indikator kesesuaian harga dengan daya beli, kemurahan harga, dan daya saing harga.

Tabel 4. Analisis Deskriptif Variabel Harga Produk

No	Indikator	Jumlah Skor	Kriteria
Dimensi Keterjangkauan Harga			

1	Harga sesuai daya beli	301	Sangat Murah
2	Harga murah	296	Sangat Murah
3	Harga yang wajar	293	Murah
4	Harga sesuai harapan	290	Murah
Dimensi Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk			
5	Harga sesuai dengan mutu produk	292	Murah
6	Harga sesuai dengan ukuran produk	292	Murah
7	Harga sesuai tampilan produk	288	Murah
Dimensi Kesesuaian Harga dengan Manfaat			
8	Harga sesuai manfaat kesehatan	291	Murah
9	Harga sesuai manfaat kebersihan	291	Murah
10	Harga sesuai manfaat kecantikan	283	Murah
11	Harga sesuai manfaat ekonomi	285	Murah
Dimensi Daya Saing Harga			
12	Harga bersaing	300	Sangat Murah
13	Harga lebih murah	284	Murah

Sumber: hasil penelitian, diolah (2020)

3. Emosional Konsumen

Dari tabel 5 menunjukkan bahwa sebagian besar indikator variabel emosional responden memiliki kriteria tinggi, sedangkan sebagian kecilnya memiliki kriteria sangat tinggi. Kriteria sangat tinggi terdapat pada seluruh indikator dimensi *brand personality*, yaitu bagaimana responden memposisikan dirinya ketika menggunakan *hand sanitizer* buatan Fakultas Farmasi UBP Karawang.

Tabel 5. Analisis Deskriptif Variabel Emosional Konsumen

No	Dimensi dan Indikator	Jumlah Skor	Kriteria
Dimensi Aesthetic (Estetika)			
1	Ukuran,	290	Tinggi
2	Bentuk .	272	Tinggi
3	Proporsi	290	Tinggi
4	Kesimetrisan,	277	Tinggi
5	Tulisan	277	Tinggi
6	Warna		
Dimensi Self-expressive value			
7	Peduli Kebersihan	279	Tinggi
8	Peduli kesehatan	280	Tinggi
9	Membantu masyarakat	283	Tinggi
10	Loyalitas terhadap sivitas akademika	288	Tinggi
Dimensi Brand personality			
11	Peduli kebersihan	305	Sangat Tinggi
12	Peduli kesehatan	305	Sangat Tinggi
13	Membantu masyarakat	311	Sangat Tinggi
14	Memberikan teladan	298	Sangat Tinggi
15	Loyalitas terhadap sivitas akademika	307	Sangat Tinggi

Sumber: hasil penelitian, diolah (2020)

4. Kepuasan Konsumen

Dari tabel 6 menunjukkan bahwa sebagian besar indikator variabel kepuasan konsumen memiliki kriteria sangat puas yaitu mereka akan membeli kembali sebagai bentuk loyalitas kepada kampus, hampir seluruh indikator pada dimensi menciptakan *word of mouth*, seluruh dimensi menciptakan merek, kecuali pembelian produk yang berbeda buatan Fakultas Farmasi UBP Karawang.

Tabel 6. Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen

No	Dimensi dan Indikator	Jumlah Skor	Kriteria
Dimensi <i>Re-Purchase</i>			
1	Membeli kembali karena kualitas	284	Puas
2	Membeli kembali karena harga murah	289	Puas
3	Membeli kembali sebagai bentuk loyalitas kepada kampus	303	Sangat Puas
Dimensi menciptakan <i>word-of-mouth</i>			
4	Menginformasikan	303	Sangat Puas
5	Mengajak	301	Sangat Puas
6	Reseller	267	Puas
Dimensi menciptakan citra merek			
7	Kualitas baik	300	Sangat Puas
8	Mencegah penuliran	303	Sangat Puas
9	Peduli masyarakat	305	Sangat Puas
Dimensi menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama			
10	Kebanggaan menggunakan produk	313	Sangat Puas
11	Akan membeli produk berbeda dari Fakultas Farmasi UBP Karawang	294	Puas

Sumber: hasil penelitian, diolah (2020)

5. Analisis Lingkungan Bisnis

a. Lingkungan Internal

Berdasarkan hasil penelitian Fadilla (2020) berbagai kekuatan dimiliki oleh Fakultas Farmasi untuk mengembangkan produk *hand sanitizer*. Terdapat tiga kekuatan kualitas produk yang dimiliki oleh *hand sanitizer* buatan Fakultas Farmasi UBP Karawang yaitu: (1) Warna, aroma dan konsistensi cairan; (2) Efektivitas dan kepraktisan penggunaan, serta (3) Kesesuaian formula dengan standar ketentuan WHO.

Dari hasil kuesioner diperoleh bahwa 37% responden menyukai dan mengingat kesegaran aroma dari *hand sanitizer* buatan Fakultas Farmasi UBP Karawang, sehingga hal tersebut dapat menjadikan kekuatan dalam mengembangkan produk tersebut. Sebanyak 20% menyatakan kemasannya praktis dan selalu diingat. Sebanyak 8% menyatakan ingat karena tidak lengket di tangan, 18% kemasan beda dari yang lain, 12% brand Ubepe, 1,4% harga

ekonomis, karya mahasiswa, rasa dingin, hygiene, mudah digunakan, B-care, 3% produk bagus,

Terdapat beberapa kekuatan produk yang perlu ditingkatkan karena hanya cukup kuat yaitu: (1) Kualitas merek (*brand name*); (2) Jumlah produk yang mampu disediakan, serta (3) Komposisi bahan yang tertera di kemasan.

Adapun kelemahan pada produk terletak pada kemasan yang kurang bervariasi. Hasil kuesioner ada 3% lengket, sedangkan responden yang menyatakan kemasan kurang praktis, aroma tidak sesuai dengan aroma yang beredar di pasaran, kemasan, dan botol sulit dibuka masing-masing sebesar 1,4%.

Kekuatan pada proses produksi terdapat pada peralatan yang lengkap dan memadai serta kepatuhan pada standar yang ditetapkan oleh WHO. Sedangkan ketersediaan bahan baku yang berkesinambungan masih belum cukup menjadi kekuatan.

Faktor internal lainnya yang menjadi kekuatan adalah kepemilikan tempat produksi serta lokasi penjualan produk. Dua faktor ini menjadi kekuatan karena tempat produksi menggunakan laboratorium milik lembaga serta lokasi penjualan di fakultas karena penjualan baru terbatas di lingkungan UBP Karawang.

Berdasarkan sumberdaya manusia, kekuatan yang dimiliki *hand sanitizer* Fakultas Farmasi UBP Karawang adalah adanya tenaga ahli yaitu laboran yang kompeten dan adanya tim pengujian mutu produk. Sedangkan kelemahannya yaitu tidak adanya penanganan pemasaran produk.

Keuangan menjadi salah satu faktor kelemahan baik kepemilikan modal, harga jual produk yang rendah serta tidak adanya keuntungan yang diperoleh Fakultas Farmasi. Kelemahan lainnya adalah struktur organisasi, yang meliputi belum mandirinya pengelolaan produk serta belum adanya struktur organisasi dalam pengelolaan. Adapun kekuatan dari organisasi adalah dukungan dari pihak rektorat.

b. Lingkungan Eksternal

Dari penelitian yang sama Fadilla (2020) membagi peluang pada pada bisnis *hand sanitizer* buatan Fakultas Farmasi UBP Karawang terdiri dari ekonomi dan lingkungan, kebijakan pemerintah/politik, sosial dan budaya serta teknologi.

Pada ekonomi dan lingkungan peluang dan ancamannya adalah:

Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-1
Karawang, 25 Februari 2021
Universitas Buana Perjuangan Karawang
E-ISSN : 2798-2580

- 1) Kondisi ekonomi masyarakat saat pandemi, memiliki peluang yang masih cukup untuk membeli masker bahkan masker menjadi trend untuk digunakan.
- 2) Ekonomi pemerintah mengatasi pandemi, memiliki peluang yang sedikit mengingat pertumbuhan ekonomi Indonesia mulai menurun.
- 3) Peluang bisnis bagi masyarakat, memiliki peluang yang besar mengingat masker menjadi salah satu yang diperlukan saat pandemi.
- 4) Munculnya bisnis serupa, merupakan sedikit ancaman mengingat saat pertama kali pandemi terjadi masker ini merupakan salah satu alat yang diperlukan dan masing-masing sudah memiliki pasar.

Pada kebijakan pemerintah/politik terdapat dua kebijakan yaitu:

- 1) Kebijakan *stay at home*, *social distancing* dan penutupan sejumlah tempat bisnis/usaha, memiliki peluang sangat kecil mengingat kebijakan ini membuat masyarakat tetap diam di rumah dan tidak menggunakan masker. Walau demikian peluang masih tetap ada.
- 2) Pencegahan Covid-19 dengan penggunaan hand sanitizer ketika di luar rumah. Kebijakan ini mengakibatkan masyarakat membeli masker sehingga memberikan peluang yang besar bagi para pelaku usaha untuk memproduksi masker dalam jumlah besar.

Faktor sosial budaya memberikan tiga peluang yaitu:

- 1) Pengetahuan masyarakat tentang kesehatan dirinya dan orang lain, memberikan peluang yang sangat kecil mengingat banyaknya masyarakat yang masih menganggap remeh sehingga mengabaikan protokol Kesehatan Covid-19.
- 2) Kesadaran masyarakat untuk menggunakan *hand sanitizer*, memberikan cukup peluang yang cukup tinggi mengingat banyaknya masyarakat yang sudah mulai sadar akan pentingnya masker untuk memotong mata rantai Covid-19
- 3) Tingkat keberlanjutan penggunaan *hand sanitizer* di masa yang akan datang, memberikan peluang yang tinggi mengingat adanya perkiraan bahwa Covid-19 akan tetap ada sehingga masyarakat harus mematuhi protokol kesehatan 3 M yaitu memakai masker, menjaga jarak dan mencuci tangan pakai sabun (sekarang ditambah dengan vaksinasi).

Faktor teknologi dapat merupakan ancaman maupun peluang yaitu:

Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-1
Karawang, 25 Februari 2021
Universitas Buana Perjuangan Karawang
E-ISSN : 2798-2580

- 1) Inovasi produk serupa, merupakan ancaman yang besar mengingat para pelaku usaha yang lain memiliki modal yang besar sehingga mereka mampu membeli teknologi baru.
- 2) Ketersediaan teknologi untuk produksi, menjadi sedikit peluang untuk menggunakan teknologi murah yang dimiliki.

Pembahasan

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa pada umumnya indikator kualitas produk *hand sanitizer* buatan Fakultas Farmasi UBP Karawang memenuhi kriteria baik, sedangkan harga relatif murah, demikian juga emosional konsumen tinggi dan sangat tinggi. Adapun sebagian besar indikator kepuasan konsumen memenuhi kriteria sangat puas.

Jika dilihat dari data deskriptif dapat dilihat bahwa skor emosional konsumen melebihi skor indikator pada variabel independen lainnya. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa responden merasa bangga dan berkeyakinan bahwa orang lain juga menganggap baik. Hal ini dikarenakan seluruh responden adalah pegawai UBP Karawang. Menurut Kotler dan Keller (2017) pada tingkat emosional yang tinggi kepuasan bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, maka kesimpulan untuk penelitian mengenai identifikasi prospek bisnis *hand sanitizer* Fakultas Farmasi UBP Karawang dalam menghadapi Covid-19 ini yaitu:

1. Pengguna *hand sanitizer* cenderung berjenis kelamin laki-laki dengan jabatan dosen biasa, usia berkisar antara 31-40 tahun, namun berpenghasilan kurang dari Rp 5.000.000. Responden beranggapan bahwa produk *hand sanitizer* Fakultas Farmasi praktis sehingga menjadi alasan utama responden untuk membelinya lebih dari 1 kali. Selain itu, aroma yang segar dan tekstur yang lengket ditangan membuat produk ini akan diingat oleh responden. Produk dinilai mudah untuk didapatkan karena informasi mengenai produk didapatkan dari dalam kampus sendiri dan dapat dibeli di lingkungan kampus.
2. Sebagian besar indikator pada kualitas produk memiliki kriteria baik, harga produk memiliki kriteria murah, emosional konsumen memiliki kriteria tinggi dan kepuasan

Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-1
Karawang, 25 Februari 2021
Universitas Buana Perjuangan Karawang
E-ISSN : 2798-2580

konsumen memiliki kriteria sangat puas pada *hand sanitizer* buatan Fakultas Farmasi UB Karawang.

3. Lingkungan internal yang menjadi kekuatan adalah warna, aroma dan konsistensi cairan, serta efektivitas atau kepraktisan penggunaan, ketersediaan peralatan, kepemilikan tempat produksi dan lokasi penjualan, tenaga ahli yang kompeten, serta dukungan dari pimpinan. Sedangkan kelemahannya adalah belum memiliki tenaga pemasaran.
4. Lingkungan eksternal yang mendukung adalah peluang bisnis *hand sanitizer* yang masih memungkinkan, kebijakan pemerintah yang berupa protokol kesehatan 3M yaitu mencuci tangan, memakai masker dan menjaga jarak, serta keberlanjutan penggunaan masker juga adanya inovasi pembuatan *hand sanitizer*. Sedangkan yang menjadi ancaman adalah bermunculannya bisnis yang serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- CNBC Indonesia. Com. 2020. Update Data Pasien Corona di Indonesia 23 Maret 2020. Situs Surat Kabar online CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200323160323-16-147012/update-data-pasien-corona-di-indonesia-23-maret-2020> Diakses Hari Selasa, 24 Maret 2020 jam 03.00.
- Detik.com. 2020. Sederet Dampak Corona Terhadap Bisnis di Indonesia. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4935727/sederet-dampak-corona-terhadap-bisnis-di-indonesia> Sederet Dampak Corona Terhadap Bisnis di Indonesia. Diakses Hari Selasa, 24 Maret 2020 jam 03.45
- Kotler, P and G. Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler, P. and K. L. Keller 2016. *Marketing Managemet*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Sheth, J.N., Mittal and B.I. Newman. 1999. *Consumer Behaviour: Consumer Behaviour Beyond Fort Worth*. The Dryden Press.
- Suara.com. 2020. Arti Lockdown, Social Distancing, dan Istilah Corona Lainnya. Situs Surat Kabar Online Suara. <https://www.suara.com/news/2020/03/18/105643/arti-lockdown-social-distancing-dan-istilah-corona-lainnya>. Diakses Hari Selasa, 24 Maret 2020 jam 02.00
- Suwardi. 2011. *Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan*. Politeknik Negeri Semarang.

Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-1
Karawang, 25 Februari 2021
Universitas Buana Perjuangan Karawang
E-ISSN : 2798-2580