

**ANALISIS ANGGARAN PARSIAL DAN RESPON KONSUMEN TERHADAP
INOVASI KEMASAN SAYURAN HIDROPONIK (STUDI DI CV. AMATTA
MULYA BARIZI)**

***PARTIAL BUDGET ANALYSIS AND CONSUMER RESPONSE TO HYDROPONIC
VEGETABLE PACKAGING INNOVATION (STUDY AT CV. AMATTA MULYA
BARIZI)***

Rafif Ikhsan Mahadhika*, Kuswarini Sulandjari, Ekalia Yusiana
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Singaperbangsa Karawang
Jl. HS Ronggowaluyo, Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang 41361

*E-mail : rafifikhsanmahadhika@gmail.com

ARTICLE HISTORY : Received [03 August 2023] Revised [13 August 2024] Accepted [28 May 2024]

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini menganalisis perbedaan anggaran parsial dan nilai tambah antara kemasan lama dan kemasan baru terhadap pendapatan perusahaan serta mengevaluasi respon konsumen terhadap kemasan baru oleh CV. Amatta Mulya Barizi. **Metodologi:** Metode kuantitatif dengan 100 responden yang dipilih melalui teknik incidental sampling. Data diperoleh melalui wawancara dan observasi. Analisis melibatkan anggaran parsial dan analisis deskriptif menggunakan skala Likert. **Hasil:** Analisis anggaran parsial menunjukkan perubahan biaya dengan tambahan biaya kemasan sebesar Rp 300 dan tambahan penerimaan sebesar Rp 800. Kemasan baru menambah nilai terhadap pendapatan perusahaan sebesar 1,67, menunjukkan bahwa setiap Rp 1,00 yang dikeluarkan untuk kemasan baru menghasilkan penerimaan sebesar Rp 1,67. **Temuan:** Respon konsumen terhadap fungsi kemasan tinggi, dengan skor indeks sebesar 76,93%. Respon terhadap daya saing produk mencatat skor 70,95%, dan kepuasan konsumen mencatat skor 77,80%. Secara keseluruhan, respon konsumen terhadap kemasan baru tinggi, dengan indeks sebesar 76,08%. **Kebaruan:** Penelitian ini memberikan wawasan tentang dampak finansial dan penerimaan konsumen terhadap inovasi kemasan dalam produksi sayuran hidroponik. **Originalitas:** Studi ini menawarkan analisis rinci tentang manfaat ekonomi dan persepsi konsumen terhadap kemasan baru, meningkatkan pemahaman tentang perannya dalam pemasaran produk. **Kesimpulan:** Inovasi kemasan baru berdampak positif pada pendapatan perusahaan dan diterima dengan baik oleh konsumen, memberikan manfaat bagi CV. Amatta Mulya Barizi. **Jenis Dokumen:** Artikel Penelitian Empiris

Kata Kunci: Sayuran hidroponik; inovasi kemasan; respon konsumen; anggaran parsial; nilai tambah

ABSTRACT

Purpose: This study analyzes the differences in partial budgeting and added value between old and new packaging on company revenue and evaluates consumer responses to the new packaging by CV. Amatta Mulya Barizi. **Methodology:** A quantitative method with 100 respondents selected through incidental sampling. Data were obtained via interviews and

observations. Analysis involved partial budgeting and descriptive analysis using a Likert scale. **Results:** Partial budgeting analysis showed changes in costs, with an additional packaging cost of Rp 300 and additional revenue of Rp 800. The new packaging added value to the company's revenue by 1.67, indicating that each Rp 1.00 spent on new packaging generated Rp 1.67 in revenue. **Findings:** Consumer responses to the packaging function were high, with a score index of 76.93%. The competitive advantage response scored 70.95%, and consumer satisfaction scored 77.80%. Overall, consumer response to the new packaging was high, with an index of 76.08%. **Novelty:** This research provides insights into the financial impact and consumer acceptance of packaging innovation in hydroponic vegetable production. **Originality:** The study offers a detailed analysis of the economic benefits and consumer perceptions of new packaging, enhancing understanding of its role in product marketing. **Conclusions:** The new packaging innovation positively impacts the company's revenue and is well-received by consumers, benefiting CV. Amatta Mulya Barizi. **Type of Paper:** Empirical Research Article

Keywords: Hydroponic vegetables; packaging innovation; consumer response; partial budgeting; added value

PENDAHULUAN

Sayuran merupakan produk dari sektor pertanian yang sangat dibutuhkan karena sayuran merupakan bahan pangan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan konsumsi. Sayuran memiliki banyak manfaat bagi manusia menurut Kemenkes RI (2014) dalam Kurniawati *et al.*, (2017) sayuran merupakan sumber dari berbagai vitamin, mineral dan serat pangan yang berfungsi sebagai antioksidan bagi tubuh manusia untuk penangkal senyawa jahat yang masuk ke dalam tubuh. Total konsumsi sayur dan buah penduduk Indonesia rata-rata per hari pada tahun 2015 dan 2016 sebanyak 5,2 kkal/hari, kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2017 hingga 2019 yaitu sebanyak 5,3 kkal/hari (Kementan, 2021).

Hidroponik adalah suatu inovasi baru dari sektor pertanian yang memanfaatkan lahan terbatas untuk bercocok tanam dengan menggunakan air sebagai media tanamnya. Menurut Setiawan (2019) hidroponik yaitu metode budidaya baru dengan memanfaatkan air tanpa menggunakan tanah sebagai media tanam. Budidaya sayuran menggunakan media hidroponik ini dapat dilakukan untuk berbagai jenis sayuran. CV. Amatta Mulya Barizi merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi sayuran hidroponik di Kabupaten Karawang Provinsi Jawa Barat. Perusahaan tersebut memproduksi beberapa jenis sayuran dengan media hidroponik yaitu selada, bayam hijau, kangkung, pakcoy dan lainnya.

CV. Amatta Mulya Barizi melakukan pemasaran kepada konsumen langsung dan bekerja sama dengan salah satu ritel yaitu Toserba Yogya. Upaya yang dilakukan oleh CV. Amatta Mulya Barizi untuk menarik minat konsumen salah satunya yaitu dengan membuat kemasan semenarik mungkin, karena selain kualitas produk kemasan juga merupakan

komponen penting dalam meningkatkan daya jual produk. Menurut Umami et al., (2020) kemasan dari setiap produk merupakan cerminan awal dari penilaian konsumen terhadap kualitas produk tersebut. Maka dari itu untuk memberikan kesan pertama yang baik kepada konsumen, kemasan berperan sangat penting.

Perbedaan kemasan lama dan yang baru terletak pada biaya pembuatan kemasan. Selain itu perbedaan kemasan lama dan yang baru berada pada *design* kemasannya. *Design* kemasan yang baru memiliki penampilan yang lebih simpel, menarik, dan memberikan informasi yang mendukung konsumen dibandingkan kemasan yang lama.



Kemasan lama

Kemasan baru

Bahan kemasan yang barupun memiliki keunggulan dibandingkan kemasan yang lama. Keunggulan kemasan yang baru adalah memiliki tingkat ketebalan bahan kemasan yang lebih tebal yang memberikan dampak ketahanan lebih terhadap sayuran dan mengurangi risiko kerusakan pada kemasannya. Inovasi kemasan ini menimbulkan konsekuensi terhadap biaya, seperti biaya produksi pembuatan kemasan, menurut Sayadi (2019) perhitungan biaya produksi sangat penting karena berkaitan dengan penentuan harga pokok, harga jual, dan profitabilitas suatu perusahaan. Inovasi kemasan juga berdampak pada harga jual produk, dan jumlah penjualan produk sayuran hidroponik CV. Amatta Mulya Barizi.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas diperlukan penelitian dengan judul analisis anggaran parsial dan respon konsumen terhadap inovasi kemasan sayuran hidroponik (studi di CV. Amatta Mulya Barizi) dengan tujuan penelitian menganalisis perbedaan anggaran

parsial dan nilai tambah kemasan lama dan kemasan baru terhadap pendapatan CV. Amatta Mulya Barizi serta menganalisis respon konsumen terhadap inovasi kemasan baru yang dilakukan oleh CV. Amatta Mulya Barizi.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Amatta Mulya Barizi Kabupaten Karawang. Lokasi ini dipilih dengan pertimbangan bahwa CV. Amatta Mulya Barizi bergerak dibidang usahatani sayuran dengan sistem hidroponik. CV. Amatta Mulya Barizi melakukan inovasi kemasan sejak bulan Agustus 2022. Penelitian ini dilaksanakan selama 2 (dua) bulan mulai dari bulan Mei-Juni 2023.

Teknik Pengambilan Responden

Teknik pengambilan responden dalam penelitian ini terbagi menjadi dua responden, responden pertama yaitu *stakeholder* perusahaan merupakan responden untuk mengetahui data-data mengenai perusahaan, perusahaan CV. Amatta Mulya Barizi dipimpin oleh seorang Komisaris dan Direktur yang membawahi bagian-bagian penting yang terdiri dari Direktur *Business Development*, Direktur Produksi, dan petani plasma.

Responden ke dua yaitu konsumen dari CV. Amatta Mulya Barizi. Teknik pengambilan responden yang digunakan untuk menentukan responden konsumen yaitu *incidental sampling* dimana sampel yang ditentukan berdasarkan siapa saja dengan secara kebetulan bertemu dengan peneliti. Menurut Sugiyono (2014) *incidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan/insidental.

Respon konsumen terhadap inovasi kemasan baru yang telah dilakukan oleh perusahaan tersebut responden yang digunakan yaitu 100 responden. Rumus untuk menentukan ukuran sampel ini menggunakan rumus Lemeshow. Menurut Nanincova (2019) dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui dan tidak terbatas maka untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus Lemeshow. Adapun rumus Lemeshow adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

$Z^2 \left(1 - \frac{\alpha}{2}\right)$: Derajat kepercayaan (95%, $Z = 1,96$)

- P : Maksimal estimasi (50% = 0,5)
 d : Besar toleransi kesalahan (10% = 0,1)

Jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

n = 96,04. dibulatkan menjadi 100 responden

Jumlah sampel berdasarkan hasil rumus Lemeshow adalah 96,04 dan dibulatkan menjadi 100 orang responden, 100 responden ini merupakan konsumen sayuran hidroponik CV. Amatta Mulya Barizi yang pernah membeli minimal satu kali produk sayuran hidroponik dari CV. Amatta Mulya Barizi.

Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapatkan dari lapangan, untuk mengetahui anggaraan parsial inovasi kemasan membutuhkan data biaya kemasan, harga jual, dan data jumlah penjualan sebelum dan sesudah melakukan inovasi kemasan yang berarti data dimiliki oleh perusahaan dan data respon konsumen terhadap inovasi kemasan yang baru didapatkan dari kuesioner yang dibagikan kepada responden

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan pada penelitian ini adalah analisis anggaran parsial dan analisis deskriptif menggunakan skala likert.

1. Analisis Anggaran Parsial

Analisis anggaran parsial digunakan untuk mengamati harga input yang digunakan dalam pembuatan kemasan, hasil penjualan sayuran hidroponik, keuntungan kotor dan bersih serta tingkat pengembalian marjinal. Menurut Swastika (2004) analisis anggaran parsial (*partial budget analysis*) merupakan bentuk dari analisis finansial yang paling sederhana dalam melakukan suatu evaluasi kelayakan dari teknologi usahatani.

Data-data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis anggaran parsial (Horton, 1982) dalam (Burhansyah & Anshori, 2018) sebagai berikut :

$$\delta NI = \delta TR - \delta VC$$

$$R = \delta NI / \delta VC$$

Keterangan :

δ NI(Net Income) = Penerimaan bersih marjinal

δ TR(Total Revenue) = Penerimaan total marjinal

δ VC(Variable Cost) = Biaya berubah marjinal

R(Return) = Tingkat pengembalian marjinal

Pengambilan keputusan :

$R < 1$ = kemasan baru tidak memberikan nilai tambah

$R = 1$ = nilai tambah kemasan baru sama dengan kemasan lama

$R > 1$ = kemasan baru memberikan nilai tambah

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui respon konsumen terhadap kemasan baru setelah perusahaan melakukan inovasi kemasan. analisis deskriptif yang digunakan yaitu *skala likert*, *skala likert* membantu menggambarkan keadaan dilapangan dengan meringkas butir-butir dalam penelitian dengan pengumpulan data dari responden menggunakan kuesioner.

Tabel 1. Skala penilaian likert respon konsumen terhadap kemasan baru

| No | Keterangan | Skor |
|----|---------------------|------|
| 1. | Sangat Setuju | 5 |
| 2. | Setuju | 4 |
| 3. | Netral | 3 |
| 4. | Tidak Setuju | 2 |
| 5. | Sangat Tidak Setuju | 1 |

Sumber : Sugiarto (2017)

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal harus menghitung nilai skor tertinggi, indeks skor, dan interval skor terlebih dahulu.

1. Menghitung skor tertinggi

Skor maksimum = jumlah responden x skor tertinggi likert x jumlah pernyataan

2. Indeks skor

$$\text{Indeks skor (\%)} = \frac{\text{total skor}}{\text{skor maksimal}} \times 100$$

3. Rumus interval

$$I = \frac{100}{\text{jumlah skor likert}}$$

$$I = \frac{100}{5}$$

Keterangan kriteria respon konsumen terhadap kemasan yang baru berdasarkan indeks :

1. Sangat rendah = 0% – 20%, menunjukkan bahwa konsumen sangat tidak menyukai/merasakan peningkatan kualitas dari kemasan yang baru. (kualitas sangat lebih bagus kemasan lama)
2. Rendah = 21% – 40%, menunjukkan bahwa konsumen tidak menyukai/merasakan peningkatan kualitas dari kemasan yang baru (kualitas lebih bagus kemasan lama).
3. Sedang = 41% – 60%, menunjukkan bahwa konsumen tidak merasakan perubahan/peningkatan kualitas dari kemasan yang baru (kualitas sama saja dengan kemasan lama).
4. Tinggi = 61% – 80%, menunjukkan bahwa konsumen menyukai/merasakan peningkatan kualitas dari kemasan yang baru (kualitas lebih bagus dari kemasan lama).
5. Sangat tinggi = 81% – 100%, menunjukkan bahwa konsumen sangat menyukai/merasakan peningkatan kualitas dari kemasan yang baru (kualitas sangat lebih bagus dari kemasan lama).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Anggaran Parsial

a). Analisis Anggaran Parsial Kemasan Selada

Biaya kemasan selada berbeda antara kemasan lama dan kemasan yang baru. Demikian pula dengan penerimaan yang diperoleh oleh perusahaan berbeda antara kemasan lama dan kemasan baru, uraian biaya dan penerimaan sayuran selada kemasan lama dan kemasan baru dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 2. Biaya dan penerimaan kemasan lama dan baru komoditas selada

| No. | Komponen Kemasan Lama | Jumlah (Rp) | Komponen Kemasan Baru | Jumlah (Rp) |
|-----|-------------------------------------|--------------|---------------------------------------|---------------|
| 1. | Biaya: | | Biaya : | |
| | a. Plastik /pc | 500 | a. Plastik /pc | 600 |
| | b. Sablon Plastik /pc | 200 | b. Transportasi /pc | 600 |
| | c. Transportasi /pc | 200 | c. Selada /pack | 2.000 |
| | d. Selada /pack | 2.000 | | |
| | Total Biaya | 2.900 | | 3.200 |
| 2. | Penerimaan: | | Penerimaan : | |
| | a. Penjualan /pack (Harga Rp 9.200) | | a. Penjualan / pack (Harga Rp 10.000) | |
| | Total Penerimaan | 9.200 | | 10.000 |
| 3. | Benefit Bersih | 6.300 | Benefit Bersih | 6.800 |

Sumber: Data Primer diolah, Tahun 2023

Berdasarkan tabel 2 total biaya kemasan lama sayuran selada sebesar Rp 2.900/*pack*. Sedangkan penerimaan sayur selada kemasan lama sebesar Rp 9.200/*pack*, sehingga benefit bersih sayur selada yang diperoleh adalah Rp 6.300/*pack*. Penggunaan kemasan yang baru terjadi peningkatan pada penerimaan, total penerimaan sayur selada kemasan baru sebesar Rp 10.000/*pack*. Total biayanya pun mengalami peningkatan menjadi Rp 3.200/*pack* dengan benefit bersih yang diperoleh dari sayur selada kemasan baru mengalami peningkatan menjadi Rp 6.800/*pack*.

Secara parsial sayuran selada setelah melakukan pergantian kemasan memberikan tambahan biaya yang berdampak pada penerimaan sayuran selada. Gambaran analisis parsial sayuran selada kemasan lama dan kemasan baru dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Tambahan biaya dan tambahan penerimaan komoditas selada

| Komponen | Total Biaya (Rp) | Tambahan Biaya (Rp) | Total Penerimaan (Rp) | Tambahan Penerimaan (Rp) |
|--------------|------------------|---------------------|-----------------------|--------------------------|
| Kemasan Lama | 2.900 | - | 9.200 | - |
| Kemasan Baru | 3.200 | 300 | 10.000 | 800 |

Sumber: Data Primer diolah, Tahun 2023

Berdasarkan tabel 3 dapat diinformasikan bahwa penggunaan kemasan baru dapat memberikan tambahan penerimaan sayuran selada, penggunaan kemasan baru memberikan tambahan penerimaan sebesar Rp 800/*pack*.

Untuk mengetahui apakah penggunaan kemasan baru memberikan nilai tambah sayuran selada maka secara matematis dilakukan perhitungan nilai tambah. Perhitungan nilai tambah kemasan sayuran selada dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Perhitungan nilai tambah kemasan baru komoditas selada

| Perhitungan nilai tambah kemasan baru |
|--|
| $\begin{aligned} \delta NI &= \delta TR - \delta VC \\ &= 800 - 300 \\ &= 500 \end{aligned}$ |
| $\begin{aligned} R &= \delta NI / \delta VC \\ &= 500 / 300 \\ &= 1,67 \end{aligned}$ |

Sumber: Data Primer diolah, Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4 penggunaan kemasan baru pada sayuran selada memberikan nilai tambah sebesar 1,67 maka dari itu penerimaan bersih marjinal lebih besar dari biaya

berubah marjinal dengan kata lain kemasan baru memberikan nilai tambah terhadap sayuran selada.

b). Analisis Anggaran Parsial Kemasan Bayam Hijau

Biaya kemasan sayuran bayam hijau memiliki perbedaan antara kemasan lama dan kemasan baru, begitupun dengan penerimaan sayuran bayam hijau memiliki perbedaan antara kemasan lama dan kemasan baru. Gambaran rinci mengenai biaya kemasan dan penerimaan sayuran bayam hijau kemasan lama dan kemasan baru dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Biaya dan penerimaan kemasan lama dan baru komoditas bayam hijau

| No. | Komponen Kemasan Lama | Jumlah (Rp) | Komponen Kemasan Baru | Jumlah (Rp) |
|-----|--|--------------|---|---------------|
| 1. | Biaya: | | Biaya : | |
| | a. Plastik /pc | 500 | a. Plastik /pc | 600 |
| | b. Sablon Plastik /pc | 200 | b. Transportasi /pc | 600 |
| | c. Transportasi /pc | 200 | c. Bayam Hijau /pack | 1.500 |
| | d. Bayam Hijau /pack | 1.500 | | |
| | Total Biaya | 2.400 | | 2.700 |
| 2. | Penerimaan: | | Penerimaan : | |
| | a. Penjualan /pack (Harga Rp 9.200) | | a. Penjualan /pack (Harga Rp 10.000) | |
| | Total Penerimaan | 9.200 | | 10.000 |
| 3. | Benefit Bersih | 6.800 | Benefit Bersih | 7.300 |

Sumber: Data Primer diolah, Tahun 2023

Berdasarkan tabel 5 terjadi perbedaan biaya dan penerimaan sayuran bayam hijau kemasan baru total biaya kemasan baru sayuran bayam hijau sebesar Rp 2.700/pack, penerimaan sayuran bayam hijau setelah menggunakan kemasan baru pun mengalami peningkatan sebesar Rp 10.000/pack, maka dari itu benefit bersih yang diperoleh pun meningkat menjadi Rp 7.300/pack, Tabel 6 merupakan gambaran penambahan biaya dan penerimaan sayuran bayam hijau kemasan lama dan baru.

Tabel 6. Tambahan biaya dan tambahan penerimaan komoditas bayam hijau

| Komponen | Total Biaya (Rp) | Tambahan Biaya (Rp) | Total Penerimaan (Rp) | Tambahan Penerimaan (Rp) |
|--------------|------------------|---------------------|-----------------------|--------------------------|
| Kemasan Lama | 2.400 | - | 9.200 | - |
| Kemasan Baru | 2.700 | 300 | 10.000 | 800 |

Sumber: Data Primer diolah, Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa dengan menggunakan kemasan baru sayuran bayam hijau mengalami penambahan penerimaan sebesar Rp 800/*pack*. Kemudian dilakukan perhitungan nilai tambah seperti pada tabel 7.

Tabel 7. Perhitungan nilai tambah kemasan baru komoditas bayam hijau

| Perhitungan nilai tambah kemasan baru | |
|---------------------------------------|--|
| $\delta NI = \delta TR - \delta VC$ | |
| $= 800 - 300$ | |
| $= 500$ | |
| $R = \delta NI / \delta VC$ | |
| $= 500 / 300$ | |
| $= 1,67$ | |

Sumber: Data Primer diolah, Tahun 2023

Berdasarkan tabel 7 penggunaan kemasan baru memberikan nilai tambah sebesar 1,67. Dengan ini menunjukkan bahwa penerimaan bersih marjinal lebih besar dari biaya berubah marjinal dengan kata lain kemasan baru memberikan nilai tambah terhadap penjualan sayuran bayam hijau,

c). Analisis Anggaran Parsial Kemasan Kangkung

Terdapat perbedaan biaya kemasan dan penerimaan sayuran kangkung kemasan lama dan baru, di bawah ini merupakan rincian biaya dan penerimaan kemasan lama dan baru.

Tabel 8. Biaya dan penerimaan kemasan lama dan baru komoditas kangkung

| No. | Komponen Kemasan Lama | Jumlah (Rp) | Komponen Kemasan Baru | Jumlah (Rp) |
|-----|--|--------------|---|---------------|
| 1. | Biaya: | | Biaya : | |
| | a. Plastik / <i>pc</i> | 500 | a. Plastik / <i>pc</i> | 600 |
| | b. Sablon Plastik / <i>pc</i> | 200 | b. Transportasi / <i>pc</i> | 600 |
| | c. Transportasi / <i>pc</i> | 200 | c. Kangkung / <i>pack</i> | 1.700 |
| | d. Kangkung / <i>pack</i> | 1.700 | | |
| | Total Biaya | 2.600 | | 2.900 |
| 2. | Penerimaan: | | Penerimaan : | |
| | a. Penjualan / <i>pack</i> (Harga Rp 9.200) | | a. Penjualan / <i>pack</i> (Harga Rp 10.000) | |
| | Total Penerimaan | 9.200 | | 10.000 |
| 3. | Benefit Bersih | 6.600 | Benefit Bersih | 7.100 |

Sumber: Data Primer diolah, Tahun 2023

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan bahwa total biaya kemasan lama sayuran kangkung sebesar Rp 2.600/*pack* dan penerimaan kemasan lama sayuran kangkung sebesar Rp 9.200/*pack*, dan memperoleh benefit bersih sebesar Rp 6.600/*pack*. Terjadi peningkatan total biaya setelah melakukan pergantian kemasan, total biaya kemasan baru sebesar Rp 2.900/*pack* dan penerimaan kemasan baru mengalami peningkatan, penerimaan sayuran kangkung kemasan baru sebesar Rp 10.000/*pack*. Dengan ini benefit bersih pun mengalami peningkatan menjadi sebesar Rp 7.100/*pack*.

Secara parsial penggunaan kemasan baru memberikan peningkatan biaya dan penerimaan pada sayuran kangkung yang akan dijelaskan pada tabel 9.

Tabel 9. Tambahan biaya dan tambahan penerimaan komoditas kangkung

| Komponen | Total Biaya (Rp) | Tambahan Biaya (Rp) | Total Penerimaan (Rp) | Tambahan Penerimaan (Rp) |
|--------------|------------------|---------------------|-----------------------|--------------------------|
| Kemasan Lama | 2.600 | - | 9.200 | - |
| Kemasan Baru | 2.900 | 300 | 10.000 | 800 |

Sumber: Data Primer diolah, Tahun 2023

Berdasarkan tabel 9 kemasan baru pada sayuran kangkung memberikan tambahan biaya kemasan sebesar Rp 300/*pack*, tetapi dengan adanya penambahan biaya kemasan memberikan dampak kepada penambahan penerimaan kepada kemasan yang baru, tambahan penerimaan yang diperoleh sebesar Rp 800/*pack*, untuk mengetahui apakah kemasan baru pada sayuran kangkung memberikan nilai tambah terhadap penerimaan perusahaan, maka dilakukan perhitungan nilai tambah seperti pada tabel 10.

Tabel 10. Perhitungan nilai tambah kemasan baru komoditas kangkung

| Perhitungan nilai tambah kemasan baru |
|--|
| $\begin{aligned} \delta NI &= \delta TR - \delta VC \\ &= 800 - 300 \\ &= 500 \end{aligned}$ |
| $\begin{aligned} R &= \delta NI / \delta VC \\ &= 500 / 300 \\ &= 1,67 \end{aligned}$ |

Sumber: Data Primer diolah, Tahun 2023

Berdasarkan tabel 10 penggunaan kemasan baru pada sayuran kangkung memberikan nilai tambah sebesar 1,67. Maka dari itu penerimaan bersih marjinal lebih besar dari biaya berubah marjinal dengan kata lain kemasan baru memberikan nilai tambah terhadap sayuran kangkung.

d). Analisis Anggaran Parsial Sawi Pakcoy

Biaya dan penerimaan kemasan sayuran sawi packoy memiliki perbedaan antara kemasan lama dan kemasan baru, di bawah ini merupakan data biaya kemasan dan penerimaan kemasan lama dan kemasan baru sayuran sawi pakcoy.

Tabel 11. Biaya dan penerimaan kemasan lama dan baru komoditas sawi pakcoy

| No. | Komponen Kemasan Lama | Jumlah (Rp) | Komponen Kemasan Baru | Jumlah (Rp) |
|-----|--|--------------|---|---------------|
| 1. | Biaya: | | Biaya : | |
| | a. Plastik / <i>pc</i> | 500 | a. Plastik / <i>pc</i> | 600 |
| | b. Sablon Plastik / <i>pc</i> | 200 | b. Transportasi / <i>pc</i> | 600 |
| | c. Transportasi / <i>pc</i> | 200 | c. Sawi Pakcoy / <i>pack</i> | 2.000 |
| | d. Sawi Pakcoy / <i>pack</i> | 2.000 | | |
| | Total Biaya | 2.900 | | 3.200 |
| 2. | Penerimaan: | | Penerimaan : | |
| | a. Penjualan / <i>pack</i> (Harga Rp 9.200) | | a. Penjualan / <i>pack</i> (Harga Rp 10.000) | |
| | Total Penerimaan | 9.200 | | 10.000 |
| 3. | Benefit Bersih | 6.300 | Benefit Bersih | 6.800 |

Sumber: Data Primer diolah, Tahun 2023

Berdasarkan tabel 11 menunjukkan bahwa total biaya kemasan sayuran sawi pakcoy kemasan lama sebesar Rp 2.900/*pack* dan penerimaan sayuran pakcoy kemasan lama sebesar Rp 9.200/*pack*. Untuk benefit bersih yang diperoleh dari penjualan sayuran sawi pakcoy kemasan lama sebesar Rp 6.300/*pack*. Total biaya kemasan baru meningkat menjadi sebesar Rp 3.200/*pack* dengan total penerimaan sayuran pakcoy yang mengikuti peningkatan penerimaan menjadi sebesar Rp 10.000/*pack*. Benefit bersih yang diperoleh dari sayur sawi pakcoy kemasan baru mengalami peningkatan menjadi Rp 6.800/*pack*. Secara parsial sayuran sawi pakcoy setelah melakukan pergantian kemasan memberikan tambahan biaya yang berdampak pada penerimaan sayuran sawi pakcoy. Gambaran analisis parsial sayuran sawi pakcoy kemasan lama dan baru dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Tambahan biaya dan tambahan penerimaan komoditas sawi pakcoy

| Komponen | Total Biaya | Tambahan | Total | Tambahan |
|----------|-------------|----------|-------|----------|
|----------|-------------|----------|-------|----------|

| | (Rp) | Biaya (Rp) | Penerimaan (Rp) | Penerimaan (Rp) |
|--------------|-------|------------|-----------------|-----------------|
| Kemasan Lama | 2.900 | - | 9.200 | - |
| Kemasan Baru | 3.200 | 300 | 10.000 | 800 |

Sumber: Data Primer diolah, Tahun 2023

Berdasarkan tabel 12 menunjukkan bahwa dengan menggunakan kemasan yang baru sayuran sawi pakcoy mengalami penambahan penerimaan sebesar Rp. 800/pack. Berikutnya dilakukan perhitungan nilai tambah seperti pada tabel 13.

Tabel 13. Perhitungan nilai tambah kemasan baru komoditas sawi pakcoy

| Perhitungan nilai tambah kemasan baru | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| | $\delta NI = \delta TR - \delta VC$ |
| | $= 800 - 300$ |
| | $= 500$ |
| | $R = \delta NI / \delta VC$ |
| | $= 500 / 300$ |
| | $= 1,67$ |

Sumber: Data Primer diolah, Tahun 2023

Berdasarkan perhitungan pada tabel 13 penggunaan kemasan baru pada sayuran sawi pakcoy memberikan nilai tambah sebesar 1,67, hal ini menunjukkan bahwa kemasan baru memberikan nilai tambah terhadap sayuran sawi pakcoy.

2. Respon Konsumen Terhadap Kemasan Baru

Respon konsumen terhadap pergantian kemasan yang dilakukan oleh perusahaan CV. Amatta Mulya Barizi pada penelitian ini menggunakan pertanyaan melalui kuesioner yang diberikan kepada responden yang kemudian dianalisis menggunakan skala likert. skala likert membantu menggambarkan keadaan dilapangan dengan meringkas butir-butir dalam penelitian dengan pengumpulan data dari responden menggunakan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 responden dengan kriteria responden merupakan konsumen sayuran hidroponik CV. Amatta Mulya Barizi yang pernah membeli minimal satu kali produk sayuran hidroponik dari CV. Amatta Mulya Barizi, Respon konsumen terhadap suatu inovasi perlu dilakukan, menurut Tamara (2019) respon konsumen terhadap inovasi dari suatu *brand* merupakan pendapat ataupun evaluasi personal konsumen terhadap suatu *brand*. untuk melihat tabel respon konsumen terhadap kemasan baru dapat dilihat pada tabel 14.

Berdasarkan tabel 14 secara keseluruhan respon konsumen terhadap kemasan baru ini memiliki indeks skor sebesar 76,08% yang berada pada kategori tinggi, hal ini menunjukkan bahwa konsumen menyukai dan merasakan peningkatan kualitas dari pergantian kemasan

yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini sejalan dengan tujuan dari perusahaan untuk melakukan inovasi pergantian kemasan sayuran hidroponik.

Tabel 14. Respon konsumen terhadap kemasan baru

| No | Atribut | Analisis Skoring | | | |
|---------------------|---|------------------|--------------|-----------------|---------------|
| | | Item | Total skor | Indeks skor (%) | Kategori |
| 1. | Fungsi kemasan dapat melindungi kualitas produk | 4 | 1.559 | 77,95 | Tinggi |
| 2. | Fungsi kemasan membuat produk menjadi tahan lama | 4 | 1.474 | 73,70 | Tinggi |
| 3. | Fungsi kemasan menjadi sarana media komunikasi kepada konsumen | 4 | 1.649 | 82,45 | Sangat Tinggi |
| 4. | Fungsi kemasan menjadi daya tarik minat beli konsumen terhadap produk | 4 | 1.473 | 73,65 | Tinggi |
| Total | | 16 | 6.155 | 76,93 | Tinggi |
| 5. | Daya saing produk dengan produk lain | 4 | 1.419 | 70,95 | Tinggi |
| Total | | 4 | 1.419 | 70,95 | Tinggi |
| 6. | Kepuasan konsumen terhadap produk | 4 | 1.556 | 77,80 | Tinggi |
| Total | | 4 | 1.556 | 77,80 | Tinggi |
| Jumlah Total | | 24 | 9.130 | 76,08 | Tinggi |

Sumber: Data Primer diolah, Tahun 2023

KESIMPULAN

Pergantian kemasan baru yang dilakukan oleh CV. Amatta Mulya Barizi mengalami perubahan biaya, tambahan biaya kemasan sebesar Rp 300 dan tambahan penerimaan sebesar Rp 800. Kemasan baru memberikan nilai tambah untuk perusahaan, nilai tambah kemasan baru sebesar 1,67. Hal ini menunjukkan bahwa Rp 1,00 (satu rupiah) yang dikeluarkan untuk kemasan baru menghasilkan penerimaan sebesar Rp 1,67 dan Respon konsumen terhadap kemasan yang baru secara keseluruhan masuk kedalam kategori tinggi yaitu sebesar 76,08% hal ini menunjukkan bahwa konsumen menyukai dan merasakan peningkatan kualitas dari kemasan yang baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Burhansyah, R., dan Anshori, D. (2018). Analisis Anggaran Parsial Dan Kelayakan Finansial Teknologi Introduksi Budidaya Cabai Pada Kawasan Cabai Kabupaten Melawi. *Jurnal Pertanian Agros*, 20(2): 89–103.
- Kementan Badan Ketahanan Pangan. 2021. Konsumsi Pangan Indonesia. BKP, Kementerian Pertanian, Jakarta.

- Kurniawati, T., Wahono, dan Sa'ida, N. (2017). Pola Konsumsi Buah Dan Sayur Pada Anak Usia Dini Sebagai Uasaha Penanggulangan Penyakit Kanker. *PEDAGOGI: Jurnal Anak Usia Dini Dan Pendidikan Anak Usia Dini*, 3(3c): 221–226.
- Nanincova, N. 2019. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan noach cafe and bistro. *Agora*, 7(2).
- Sayadi, M. H. (2019). Inisiasi Pembuatan Kemasan Kopi Untuk Meningkatkan Perekonomian Desa Alun Dua Di Kecamatan Pagar Alam Utara. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 3(2): 104-108.
- Setiawan, A. (2019). *Buku Pintar Hidroponik*. Laksana, Yogyakarta.
- Sugiarto. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Alfabeta, Bandung.
- Swastika. (2004). Beberapa Teknik Analisis Dalam Penelitian Dan Pengkajian Teknologi Pertanian. *Jurnal Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian*, 7(1): 90–103.
- Tamara, F. S. (2019). Respon Konsumen di Surabaya terhadap *Brand Image* Jamu Iboe Natural Drink dalam Upaya *Brand Repositioning* oleh PT Jamu Iboe Jaya. *Doctoral dissertation*, Universitas Airlangga. Surabaya.
- Umami, Z., Noor, M.H., dan B. M. (2020). Pelatihan Desain Produk Dan Iklan Digital Untuk Karang Taruna Kelurahan Gajahmungkur. *Abdimasku*, 3(3): 156–164.

