

ANALISIS BRAND EQUITY MINUMAN ISOTONIK POCARI SWEAT PADA KONSUMEN MINUMAN DI PONTIANAK

Lauw Sun Hiong

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Dharma

Abstract

Pocari Sweat Isotonic drink was first introduced in Indonesia in 1990 and distributed to Pontianak in 2006. Pocari Sweat which initially could not be accepted in the Indonesian market starts gaining its popularity. At present, the existence of high competition makes Pocari Sweat must be able to manage its brand to remain popular. The aim of this research was to analyse Pocari Sweat equity brand in terms of brand awareness, brand association, perceived quality and brand loyalty elements. This research used descriptive method. Data collection techniques used were observation, interview, questioner, and bibliography study. The number of samples in this research was 100 people using quota sampling method which used Slovin formula and purposive sampling with the respondents are those who have consumed Pocari Sweat at least three times, above 16 years old, and have ever consumed other brands isotonic drink. The technique analysis used was descriptive analysis, Cochran test, and Likert test.

Key Word: *Brand equity, Pocari Sweat, Minuman Isotonik*

A. Pendahuluan

Perkembangan tren baru dalam gaya hidup masyarakat Indonesia sejak beberapa tahun terakhir ini dapat dicermati dari munculnya produk-produk yang diklaim produsen mampu menjaga kesehatan konsumen. Menjamurnya pusat-pusat kebugaran, spa, suplemen makanan hingga minuman isotonik menandakan bahwa konsumen Indonesia mulai memperhatikan produk dan jasa yang menawarkan *value* kesehatan. Secara umum, minuman isotonik termasuk dalam industri makanan dan minuman. Industri minuman secara keseluruhan dibagi menjadi dua kelompok besar, yaitu minuman beralkohol dan non alkohol. Dalam kelompok minuman non alkohol, dibagi beberapa kelas lagi, yaitu minuman kesehatan, minuman ringan, minuman berenergi dan lain-lain. Minuman isotonik masuk dalam salah satu kategori minuman kesehatan. Pocari Sweat yang diproduksi oleh PT Amerta Indah Otsuka diperkenalkan pertama kali di Indonesia tahun 1990. Namun, pasar dalam negeri tidak serta-merta menerimanya. Pocari Sweat sempat frustrasi karena pasar produknya tidak kunjung berkembang. Saat itu persepsi masyarakat Indonesia terhadap minuman isotonik belum jelas. Minuman isotonik disejajarkan dengan Coca-Cola, Fanta, Sprite bahkan Aqua. Pocari Sweat secara konsisten mengedukasi masyarakat Indonesia mengenai *benefit* dan diferensiasinya terhadap produk minuman lain. Usaha Pocari Sweat menemukan momentumnya pada tahun 2002 dan berhasil mempopulerkannya menjadi pionir dan *market leader* di Indonesia.

2. Khusus untuk atribut harga yang dianggap lebih mahal dibandingkan minuman isotonik merek lain, penulis menyarankan agar perusahaan memperkuat pengetahuan konsumen mengenai nilai dan manfaat Pocari Sweat untuk meyakinkan konsumen bahwa Pocari Sweat bukan bersaing dari segi harga namun dari segi nilai dan manfaat produk.
3. Kelemahan dari penelitian ini ialah jumlah sampel yang diambil masih sangat kecil disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih besar dan merata, kemudian perlu tambahan indikator yang digunakan untuk mengetahui *brand equity* suatu produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek* (judul asli: *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*). Penerjemah: Aris Ananda. Jakarta: Mitra Utama.
- Budiyono, Haris dan Amirullah. 2004. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Tony Sitinjak. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fathoni, H. Abdurrahmat. 2006. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Knapp, E. Duane. 2001. *The Brand Mindset*. Penerjemah: Sisnuhadi. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran* (judul asli: *Marketing Management*), edisi Bahasa Indonesia, edisi 12, jilid 1. Penerjemah: Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teknik dan Aplikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Reksohadiprodjo, Sukanto dan Hani Handoko. 2008. *Organisasi Perusahaan: Teori, Struktur dan Perilaku*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (judul asli: *Advertising Promotion and Supplemental Aspect of Integrated Marketing Communications*), edisi kelima, jilid 1. Penerjemah: Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari. Jakarta: Erlangga,
- Swastha, Bazu. 2007. *Azas-azas Marketing*, edisi ketiga. Yogyakarta: Liberty.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.