

ANALISIS KUALITAS PRODUK (POCARI SWEAT) DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN

¹Sofiyatul Imamah, ²Risca Dwiaryanti, ³Windy Hidayati, ⁴Wasilatun Naimah

¹⁻⁴Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Al-Khairat Pamekasan

Email: ¹rizalriandi2703@gmail.com, ²riscadwiaryanti83@g-mail.com,

³via.windyhidayati06@gmail.com,

⁴wslnmh@gmail.com,

Abstrak

Di tengah persaingan pasar industri minuman ringan yang semakin ketat, kualitas produk menjadi faktor krusial yang menentukan keberhasilan suatu merek dalam memenangkan hati dan menarik minat beli konsumen. Salah satu pemain kunci yang mendominasi pasar minuman isotonic di Indonesia adalah *Pocari Sweat*. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam mengenai dimensi kualitas produk *Pocari Sweat* dan bagaimana dimensi-dimensi tersebut secara efektif berperan dalam menarik minat beli konsumen. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif. Lokasi Penelitian dilakukan di PT. Amerta Indah Otsuka, Pasuruan, Jawa Timur. Informan kunci yang dipakai adalah karyawan, konsumen loyal, dan konsumen pesaing produk *Pocari Sweat*. Temuan lain adalah kualitas yang terbukti (kinerja rehidrasi) menghasilkan minat beli yang tinggi dan stabil dan disarankan kepada perusahaan untuk terus menjaga konsistensi formulasi inti (ion dan rasa yang tidak terlalu manis) karena ini adalah pilar utama kepercayaan konsumen.

Kata kunci: Kualitas Produk, Minat Beli, Konsumen, *Pocari Sweat*.

Abstract

Amidst the increasingly fierce competition in the soft drink industry market, product quality becomes a crucial factor determining a brand's success in winning the hearts and attracting the purchase interest of consumers. One of the key players dominating the isotonic drink market in Indonesia is Pocari Sweat. This research aims to conduct an in-depth analysis of the product quality dimensions of Pocari Sweat and how these dimensions effectively play a role in attracting consumer purchase interest. The research approach used is an interpretative qualitative approach. The research location was conducted at PT. Amerta Indah Otsuka, Pasuruan, East Java. The key informants used were employees, loyal consumers, and consumers of Pocari Sweat's competitor products. Another finding is that proven quality (rehydration performance) generates high and stable purchase interest, and it is recommended that the company continuously maintain the consistency of the core formulation (ions and taste that is not too sweet) because this is the main pillar of consumer trust.

Keywords: Product Quality, Purchase Interest, Consumers, *Pocari Sweat*.

Pendahuluan

Di Indonesia ada banyak jenis minuman yang diproduksi di berbagai pabrik. Mulai dari minuman kemasan kaleng, sachet, botol, gelas, karton, maupun galon. Minuman yang diproduksi pun beraneka ragam seperti teh, susu, kopi, jus, isotonic, minuman kesehatan, dan lain sebagainya. Khusus dalam industri minuman isotonic, *Pocari Sweat* merupakan salah satu produk yang kompetitif di Indonesia, di mana *Pocari Sweat* menjadi salah satu pemimpin pasar. Pentingnya kualitas produk sebagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena persepsi kualitas yang positif akan meningkatkan minat beli, meskipun ada faktor lain seperti harga, desain kemasan, dan iklan juga berpengaruh. Menurut (Windarti & Ibrahim, 2017) bahwa kualitas produk merupakan kesesuaian kebutuhan dan keinginan pada setiap produk ke dalam spesifikasi produk, kualitas produk adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan produk, jasa manusia dan lingkungan untuk memenuhi harapan konsumen

Di tengah persaingan pasar industri minuman ringan yang semakin ketat, kualitas produk menjadi faktor krusial yang menentukan keberhasilan suatu merek dalam memenangkan hati dan menarik minat beli konsumen. Konsumen masa kini tidak hanya mencari produk yang dapat memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga menuntut nilai, manfaat, dan jaminan kualitas yang superior. Minuman isotonic, sebagai salah satu segmen yang tumbuh pesat, telah menjadi bagian integral dari gaya hidup modern, khususnya bagi mereka yang aktif secara fisik atau membutuhkan rehidrasi cepat.

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis tidak dapat terelakkan. Pemasar yang akan menjual produknya, berupa barang dan jasa harus mampu memenuhi apa yang di butuhkan dan di inginkan para konsumennya, sehingga bisa memberikan nilai yang lebih baik daripada pesaingnya. Pemasar harus mencoba mempengaruhi konsumen dengan segala cara agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkannya, bahkan yang semula tidak ingin, menjadi ingin membeli karena pada prinsipnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu menolak hari berikutnya, akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing dipasaran (Pahmi, 2024). Hasil analisis dari penelitian (Sandra dkk, 2023) yang dilakukan pada produk garmen di Bali menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki nilai yang paling signifikan berpengaruh pada minat beli maupun keputusan pembelian.

Salah satu pemain kunci yang mendominasi pasar minuman isotonik di Indonesia adalah *Pocari Sweat*. Dikenal luas sebagai minuman pengganti cairan dan elektrolit tubuh yang hilang, *Pocari Sweat* telah membangun citra merek yang kuat melalui fokus pada kualitas dan formulasi yang didasarkan pada ilmu pengetahuan. Keberhasilannya dalam mempertahankan posisi pasar menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan keputusan pembelian mereka. Agar mencapai kualitas produk yang diinginkan maka harus diperlukan suatu standarisasi kualitas. Selanjutnya kualitas produk yang baik akan dapat mempengaruhi minat beli. Pernyataan tersebut relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Shabrina & Budiatmo, 2022) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli produk.

Penelitian Nadiya & Wahyuningsih (2020) juga menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli, minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang di mediasi minat beli konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam mengenai dimensi kualitas produk *Pocari Sweat* dan bagaimana dimensi-dimensi tersebut secara efektif berperan dalam menarik minat beli konsumen. Dengan mengidentifikasi elemen-elemen kualitas yang paling dihargai oleh konsumen (mulai dari rasa, kemasan, ketersediaan, hingga jaminan manfaat kesehatan), kita dapat memahami strategi pemasaran *Pocari Sweat* yang berpusat pada keunggulan produk. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi perusahaan mengenai pentingnya investasi berkelanjutan dalam kualitas produk sebagai pendorong utama minat beli dan loyalitas konsumen.

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif. Hal ini dipilih untuk mendapatkan pemahaman mendalam (in-depth understanding) mengenai persepsi, pengalaman, dan makna yang dilekatkan konsumen terhadap kualitas produk *Pocari Sweat* dan bagaimana hal tersebut membentuk niat atau minat beli mereka. Jenis Penelitian penelitian ini adalah fenomenologi yang fokusnya adalah pada pengalaman hidup (*lived experience*) konsumen terkait kualitas produk.

Lokasi Penelitian dilakukan di PT. Amerta Indah Otsuka, Pasuruan, Jawa Timur. Partisipan/informan kunci dipilih secara purposive (bertujuan) dan snowball sampling agar memperoleh data secara detail. Kriteria Informan yang dipakai adalah; (1) Karyawan PT. Otsuka Indah Amerta: Karyawan yang paham proses produksi dan bahan-bahan yang dipakai, (2) Konsumen Loyal; yaitu konsumen yang secara rutin dan konsisten membeli Pocari Sweat, (3) Konsumen Pesaing: Konsumen yang beralih atau mempertimbangkan merek isotonic lain (untuk perbandingan persepsi kualitas). Sedangkan jumlah partisipan ditentukan hingga mencapai titik saturasi data (di mana tidak ditemukan lagi informasi atau tema baru yang signifikan dari wawancara berikutnya).

Metode Pengumpulan Data menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui teknik wawancara yang memungkinkan penggalian informasi secara rinci dan kontekstual:

1. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*):

- a. Dilakukan secara semi-terstruktur untuk mengeksplorasi secara bebas bagaimana konsumen mendefinisikan dan merasakan **dimensi kualitas** Pocari Sweat (rasa, kemasan, manfaat, citra merek) dan bagaimana perasaan/persepsi tersebut memengaruhi **minat beli** mereka.
- b. Fokus pada pertanyaan *probing* seperti: "Apa yang membuat Anda merasa Pocari Sweat lebih berkualitas dibanding minuman lain?" atau "Ceritakan pengalaman Anda saat pertama kali memutuskan untuk membeli Pocari Sweat."

2. Observasi Non-Partisipan:

- a. Mengamati proses produksi di lokasi PT. Otsuka Indah Amerta sebagai pabrik pembuatan Pocari Sweat.
- b. Mengamati perilaku konsumen di tempat penjualan atau tempat konsumsi (misalnya, setelah berolahraga) untuk melihat korelasi antara konteks penggunaan dan keputusan pembelian.

3. Dokumentasi:

- a. Mencatat data primer berupa kualitas bahan yang digunakan dalam pembuatan produk Pocari Sweat.
- b. Mengumpulkan data sekunder berupa materi promosi, iklan, ulasan daring (online reviews) konsumen, atau laporan resmi perusahaan yang berkaitan dengan klaim kualitas produk.

Teknik Analisis Data menggunakan data transkrip wawancara dan catatan lapangan yang akan dianalisis menggunakan metode yang berfokus pada interpretasi. Salah satu teknik yang umum digunakan adalah Analisis Tematik (Thematic Analysis) atau model data reduction, data display, conclusion drawing/verification. (Miles and Huberman, 2014)

Hasil Dan Pembahasan

Pembahasan ini didasarkan pada temuan kunci dari penelitian kualitatif interpretatif yang berlokasi di PT. Amerta Indah Otsuka, Pasuruan, Jawa Timur.

1. Kualitas Produk sebagai Penentu Keberhasilan di Pasar Kompetitif

Temuan menunjukkan bahwa kualitas produk adalah faktor krusial yang menentukan keberhasilan merek di tengah persaingan industri minuman ringan yang ketat. Dalam konteks Pocari Sweat sebagai pemimpin pasar minuman isotonik di Indonesia, dominasi merek ini tidak hanya didorong oleh *branding* semata, tetapi secara fundamental berakar pada nilai produknya. Hal ini menegaskan bahwa dalam kategori minuman fungsional (isotonik), klaim pemasaran harus didukung oleh bukti kinerja produk yang nyata.

2. Dimensi Kualitas Fungsional: Kinerja Rehidrasi yang Terbukti

Inti dari daya tarik Pocari Sweat terletak pada dimensi kualitas yang paling kritikal, yaitu kinerja rehidrasi yang terbukti.

- a. Minat Beli yang Tinggi dan Stabil: Kualitas yang secara empiris dirasakan oleh konsumen (efek cepat dan efektif dalam mengganti cairan dan ion tubuh) berkorelasi langsung dengan minat beli yang tinggi dan stabil. Ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen Pocari Sweat didasarkan pada kepercayaan fungsional mereka membeli karena produk tersebut secara konsisten memenuhi janji utamanya sebagai *ion supply drink*.
- b. Peran Konsumen Pesaing: Keterlibatan konsumen pesaing sebagai informan kunci memperkuat temuan ini, karena perbandingan mereka mungkin menekankan kekurangan produk lain dalam memberikan efek rehidrasi seefektif Pocari Sweat, sehingga menempatkan kinerja fungsional sebagai keunggulan kompetitif utama.

3. Konsistensi Formulasi sebagai Pilar Kepercayaan Konsumen

Saran utama penelitian menyoroti pentingnya konsistensi formulasi inti, yaitu kandungan ion dan rasa yang tidak terlalu manis.

- a. Pilar Kepercayaan: Konsistensi ini diidentifikasi sebagai pilar utama kepercayaan konsumen. Dalam industri makanan dan minuman, *trust* seringkali berpusat pada konsistensi sensorik (rasa, aroma, tekstur).
- b. Keunikan Rasa: Rasa Pocari Sweat yang "tidak terlalu manis" membedakannya dari pesaing dan dipersepsikan lebih menyerupai cairan tubuh, yang secara psikologis memperkuat klaim fungsional rehidrasinya. Setiap perubahan, sekecil apa pun, pada proporsi ion atau tingkat kemanisan berpotensi mengikis kepercayaan yang telah dibangun bertahun-tahun dan merusak stabilitas minat beli.

4. Implikasi Manajerial

Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi PT. Amerta Indah Otsuka:

- a. Fokus Operasional: Perusahaan harus terus memprioritaskan kontrol kualitas (QC) pada lini produksi untuk memastikan setiap kemasan Pocari Sweat memiliki profil ion dan rasa yang identik.
- b. Strategi Pemasaran: Pemasaran harus terus menyoroti aspek ilmiah dan fungsional produk (rehidrasi, ion), bukan hanya gaya hidup. Penggunaan istilah seperti "keseimbangan ion" dan "formula mirip cairan tubuh" harus dipertahankan.
- c. Pengembangan Produk: Setiap upaya pengembangan varian baru harus hati-hati agar tidak mengganggu persepsi konsumen terhadap formulasi inti yang sudah terpercaya.

Data kualitas produk diperoleh melalui *depth interview* dengan karyawan PT. Amerta Indah Otsuka pada tanggal 05 november 2025. Menurutnya, "Bahan baku *Pocari Sweat* diperoleh sebagian besar dari bahan-bahan lokal yang ada di Indonesia sesuai dengan standar kualitas yang tinggi sama seperti standar *Otsuka Jepang*. Bahan-bahan yang digunakan pocari sweat terbuat dari bahan-bahan yang terinspirasi dari cairan infus, termasuk ion-ion seperti natrium, magnesium, bikarbonat, dan klorida. Manfaat dari produk *Pocari Sweat* untuk menghidrasi tubuh dan mengganti ion yang hilang setelah beraktivitas. Informasi komposisi bahan tertera di kemasan secara jelas", (Aldira, 2025). Berikutnya cara pengemasannya semuanya memakai tenaga mesin jadi terjamin standard sterilisasinya. Masa kadaluarsa untuk produk *Pocari Sweat*, tertera pada kemasan. Sedangkan kualitas kemasan atau botolnya dirancang untuk menjaga kesegaran dan keamanan produk. Menurut Aldira, kemasan produk *Pocari Sweat* sudah sesuai SNI, jadi konsumen tidak perlu khawatir mengenai kandungan

bahan, kemasan dan manfaatnya karena produk ini memang diracang dengan kualitas tinggi”, (Aldira, 2025).

Sedangkan menurut konsumen yang secara konsisten mengkonsumsi Pocari Sweat, menyatakan bahwa, “Produk ini memiliki efektivitas rehidrasi yang cepat dan tidak meninggalkan rasa ‘lengket’ seperti minuman manis lainnya. Ini adalah kualitas fungsional yang paling diminati. "Saya merasa ionnya benar-benar bekerja, bukan cuma air gula. Setelah lari, tenggorokan langsung enak dan badan terasa pulih." (Zainal, 2025)

Temuan lain adalah kualitas yang terbukti (kinerja rehidrasi) menghasilkan minat beli yang tinggi dan stabil. Konsumen cenderung memilih Pocari Sweat bahkan jika harganya sedikit lebih mahal daripada pesaing karena faktor kepercayaan. "Saya tidak akan ambil risiko beli merek lain saat sakit atau benar-benar dehidrasi. Saya tahu Pocari Sweat pasti bekerja. Itu sudah jadi preferensi utama." (Zainal, 2025). Konsumen yang puas dengan kualitas Pocari Sweat sangat antusias merekomendasikannya, terutama dalam konteks kesehatan atau olahraga.

Lain halnya menurut konsumen dari produk kompetitor, “saya membeli karena harganya lebih terjangkau, namun efek yang rasakan biasa saja seperti minum air mineral biasa.” (Azkafaizi, 2025).

Temuan menunjukkan bahwa dimensi kinerja (efektivitas ion) dan keandalan (konsistensi rasa dan efek) adalah pendorong utama persepsi kualitas Pocari Sweat. Ini sejalan dengan teori Garvin yang menekankan bahwa karakteristik operasional inti produk adalah fondasi kualitas. Implikasi kualitas yang dirasakan bahwa persepsi kualitas *Pocari Sweat* sebagian besar dibentuk oleh elemen non-fisik (iklan edukatif, *branding* kesehatan), yang menunjukkan bahwa kualitas yang dirasakan (Perceived Quality) memiliki peran yang lebih signifikan daripada hanya fitur fisik produk.

Hubungan antara kualitas produk dan minat beli konsumen sangat erat kaitannya karena Kualitas sebagai penentu nilai (Value Driver). Kualitas yang konsisten membuat konsumen merasakan nilai superior, yang membenarkan minat beli *preferensial* mereka meskipun ada opsi harga lebih rendah. Konsumen bersedia membayar lebih karena Pocari Sweat berhasil mengurangi risiko yang dirasakan (risiko bahwa minuman pesaing tidak efektif). Sedangkan, minat beli sebagai hasil kepercayaan karena minat beli konsumen terhadap *Pocari Sweat* bukan hanya didorong oleh kebutuhan saat ini, tetapi oleh tingkat kepercayaan (*trust*) jangka

panjang yang dibangun melalui konsistensi kualitas. Kepercayaan ini kemudian termanifestasi menjadi minat referensial (rekomendasi).

Simpulan

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam industri minuman isotonik, dimensi kinerja dan kualitas yang dirasakan (Reputasi/Trust) adalah faktor yang paling vital yang berhasil dikelola Pocari Sweat untuk menstabilkan minat beli konsumen. Kualitas produk *Pocari Sweat* yang paling dominan mempengaruhi minat beli konsumen adalah kinerja rehidrasi (efektivitas pengganti ion) dan kualitas yang dirasakan. Hal ini karena bahan-bahan yang dipakai adalah bahan dengan kualitas tinggi yang sesuai dengan standard perusahaan sehingga manfaatnya bisa dirasakan langsung oleh konsumen.

Saran untuk perusahaan PT. Otsuka Indah Amerta untuk terus menjaga konsistensi formulasi inti (ion dan rasa yang tidak terlalu manis) karena ini adalah pilar utama kepercayaan konsumen. Selain itu, iklan dan pemasaran terus difokuskan pada edukasi ilmiah mengenai pentingnya ion dan rehidrasi, daripada hanya fokus pada gaya hidup, untuk memperkuat *Perceived Quality*. Terakhir, terkait kemasan disarankan inovasi kemasan yang mendukung mobilitas konsumen aktif tanpa mengorbankan citra "sehat" seperti kemasan yang lebih ramah lingkungan atau *sport cap* yang lebih baik.

Daftar Pustaka

- Aldira. Wawancara. Dilakukan oleh Shofiyatul Imamah, tanggal 3 November 2025.
- Ari Sandra, Novia, dkk. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang di Mediasi Oleh Minat Beli. *Jurnal Widya Manajemen*, Agustus 2023, Vol. 5 (No. 2): Hal 147-158 e-ISSN: 2655-9501
- Matthew B. Miles, A. Michel Huberman, Johnny Saldana (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE. E-Book, ISBN: 1452257876, 9781452257877
- Muhammad Azkafaizi. Wawancara. Dilakukan Risca Dwiaryanti, tanggal 22 November 2025.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3(1), 1–20
- Pahmi (2024). *Kualitas Produk Dan Harga mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*. Nas Media Pustaka. E-Book. ISBN: 9786231555908, 6231555909

Shabrina, S. A., & Budiatmo, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(4), 475–482.

Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang±Pekanbaru) Oleh: *Jurnal Jom FISIP*, 4(2), 1–10.
<http://oreilly.com/catalog/errata.csp?isbn=9781449340377>

Zainal, Muhammad. Wawancara. Dilakukan oleh Risca Dwaryanti, tanggal 20 November 2025.