

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen agroindustri yang menggunakan bahan baku ubi kayu di Kecamatan Cikoneng, Kabupaten Ciamis, Provinsi Jawa Barat. Kecamatan Cikoneng dipilih dengan pertimbangan daerah ini merupakan salah satu sentra agroindustri terbanyak di Kabupaten Ciamis yang menggunakan bahan baku ubi kayu sebagai bahan baku utamanya. Penelitian dilaksanakan selama lima bulan mulai dari bulan Februari 2020 sampai Juni 2020. Adapun waktu penelitian dibagi menjadi beberapa tahapan sebagai berikut:

Tabel 5. Tahapan dan Waktu Penelitian

Tahapan Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Survey Pendahuluan	■																					
Studi Pustaka	■	■	■	■	■	■	■															
Penulisan Proposal Usulan Penelitian								■	■	■	■	■	■	■	■							
Seminar Usulan Penelitian																■						
Revisi Proposal Usulan Penelitian																■	■					
Penelitian																		■				
Pengolahan dan Analisis Data																		■	■	■		
Penulisan Hasil Penelitian																			■	■	■	
Sidang Tesis																						■
Revisi Tesis																						■

### 3.2 Metode Penelitian

Penelitian dilaksanakan dengan metode survey terhadap konsumen agroindustri pengguna ubi kayu di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis, Provinsi Jawa Barat. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive methode*).

### 3.3 Jenis dan Cara Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder.

- 1) Data primer diperoleh dari hasil pengamatan di lapangan serta wawancara kepada responden konsumen agroindustri di Kecamatan Cikoneng dengan menggunakan daftar pertanyaan/kuisisioner yang telah dipersiapkan sebelumnya.
- 2) Data sekunder diperoleh dari intansi-intansi terkait dengan penelitian ini, seperti pemerintahan Kecamatan Cikoneng, Badan Pusat Statistik (BPS) serta buku-buku literatur pendukung lainnya.

### 3.4 Teknik Pemilihan Responden

Teknik pemilihan responden dipilih secara sengaja. Responden merupakan konsumen agroindustri pengguna ubi kayu yang terdaftar dalam data UMKM Kecamatan Cikoneng tahun 2017.

Tabel 6. Data UMKM Kecamatan Cikoneng Tahun 2017

No.	Perusahaan	Produk Olahan	Pemilik	Tahun Berdiri	Alamat
1.	Eri Sahri	Comring	Eri Sahri	2010	Gegempalan
2.	Cosmit	Comring	Nana Engkus	2014	Sindangsari
3.	Dede Masitoh	Comring	Dede Masitoh	2010	Cikoneng
4.	Tanjung	Comring	Tini Wartini	2005	Sindangsari
5.	Dasti	Comring	Dasti	2005	Panaragan
6.	Mimi	Comring	Mimi	2004	Panaragan
7.	Epa Lela	Comring	Epa Lela	2018	Kujang
8.	Wanda	Comring	Wanda K.	2008	Kujang
9.	Bunga Barokah	Keremes	Budi Budiman	2013	Cimari
10.	Legit	Keremes	Wawan Gunawan	2014	Sindangsari
11.	Kurnia	Keremes	Muhtar	2004	Sindangsari
12.	Cahaya Jembar	Keremes	Edi Kusnadi	2003	Sindangsari
13.	Komodo	Keremes	Heru	2013	Margaluyu
14.	Mulyadi	Opak	Mulyadi	2017	Sindangsari
15.	Toha	Opak	Toha	2017	Sindangsari
16.	Didi Sardi	Opak	Didi Sardi	2017	Sindangsari
17.	Nunung	Opak	Nunung	2012	Sindangsari
18.	Familly 2	Tape	Yani	2010	Cikoneng
19.	Eman	Tape	Eman sulaiman	2008	Cikoneng
20.	Raja Peyem	Tape	Yeti	2014	Kujang
21.	Dapa Putra	Tape	Eka Nurjanah	2010	Sindangsari

Sumber: Data Kecamatan Cikoneng

Responden dihitung dari populasi yang jumlahnya 21 orang

### 3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Definisi dan oprasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Preferensi konsumen adalah pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk yang dikonsumsi, dalam hal ini adalah komoditas ubi kayu
- 2) Perilaku konsumen adalah setudi tentang bagaimana konsumen baik individu, kelompok, ataupun organisasi, membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian ubi kayu.
- 3) Ubi kayu merupakan tanaman semak dengan ketinggian 1 m – 3 m sebagian akar berkembang menjadi ubi (*tuber*), ubi ini merupakan bagian paling ekonomis dari tanaman ubi kayu karena bagian ini sering dimanfaatkan untuk pangan dan sebagai bahan baku olahan makanan.
- 4) Varietas ubi kayu adalah jenis ubi kayu dalam kelompok atau spesies *manihot esculenta*.
- 5) Tesktur ubi kayu adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang kepuasan yang didapat dari susunan jaringan ubi kayu. Tekstur ubi kayu dapat dibedakan kedalam kategori halus dan tidak halus.
- 6) Rasa ubi kayu adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang kepuasan yang didapat dari rasa ubi kayu. Rasa ubi kayu dibedakan dalam kategori manis agak pahit dan pahit rasa tersebut erat kaitanya dengan kadar HCN (cyanida) yang terkandung dalam ubi kayu. Ubi kayu pahit dengan kadar HCN > 100 ppm, ubi kayu agak pahit dengan kadar HCN 50-100 ppm dan ubi kayu manis/ enak dengan kadar HCN < 50 ppm.
- 7) Warna daging ubi kayu adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang kepuasan yang didapat dari warna daging ubi kayu yaitu; sangat menarik, menarik, sedang, tidak menarik dan sangat tidak menarik.

- 8) Warna kulit ubi kayu adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang kepuasan yang didapat dari warna kulit ubi kayu yaitu; sangat menarik, menarik, sedang, tidak menarik dan sangat tidak menarik.
- 9) Ukuran ubi kayu adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang kepuasan yang didapat dari besar kecilnya ubi kayu. Ukuran ubi kayu dapat dikategorikan dalam ukuran sangat ideal, ideal, sedang, besar kecil, terlalu besar terlalu kecil.
- 10) Bentuk ubi kayu adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang kepuasan yang didapat dari bentuk ubi kayu. Bentuk ubi kayu dibedakan dalam kategori panjang besar, panjang agak besar, sedang (campur segala bentuk), bulat pendek dan bengkok.
- 11) Harga ubi kayu adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang kepuasan yang didapat dari harga ubi kayu. Harga ubi kayu dibedakan dalam kategori murah, biasa dan mahal.
- 12) Ketersediaan bahan baku adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang kepuasan yang didapat dari bahan baku yang selalu tersedia secara terus menerus untuk kebutuhan konsumen.
- 13) Konsumen adalah orang yang melakukan pembelian terhadap ubi kayu.
- 14) Atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki ubi kayu meliputi harga, ketersediaan, rasa, tekstur, warna kulit, warna daging, ukuran, umur dan pati.
- 15) Sikap terhadap objek (*Ao*) adalah sikap yang dinyatakan dalam indeks sikap yang diukur dengan menunjukkan perkalian antara kekuatan kepercayaan bahwa objek mempunyai atribut-atribut dengan evaluasi mengenai atribut-atribut tersebut.
- 16) Tingkat kepercayaan konsumen (*bi*) adalah kepercayaan konsumen terhadap atribut ubi kayu. Diukur menggunakan skala *likert* yaitu (-2) sangat tidak percaya, (-1) tidak percaya, (0) netral, (1) percaya, dan (2) sangat percaya.

- 17) Evaluasi tingkat kepentingan konsumen ( $ei$ ) terhadap atribut ubi kayu. Diukur dengan menggunakan skala *likert* yaitu yaitu (-2) sangat tidak percaya, (-1) tidak percaya, (0) netral, (1) percaya, dan (2) sangat percaya.

### 3.6 Kerangka Analisis

Penelitian ini menggunakan metode analisis *Multiatribut Fishbein*, karena model ini merupakan salah satu model yang terkenal untuk memenuhi sikap terhadap objek. Secara lebih lengkap metode analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui atribut ubi kayu yang paling dipertimbangkan digunakan analisis *Multiatribut Fishbein* dalam rumus sebagai berikut:

$$A_o = \sum_{i=1}^n bi \cdot ei$$

Dimana:

$A_0$  : Sikap konsumen terhadap objek

$b_i$  : Tingkat keyakinan konsumen bahwa objek memiliki atribut tertentu (atribut ke-i)

$e_i$  : dimensi evaluasi kepentingan konsumen terhadap variabel ke-i yang dimiliki ubi kayu

$n$  : Jumlah atribut yang dimiliki ubi kayu (Peter dan J. Paul 1999)

Model multi atribut fishbein terdiri dai variabel kekuatan dan kepercayaan bahwa ubi kayu memiliki semua atribut ( $b_i$ ) dan variabel evaluasi terhadap atribut tersebut ( $e_i$ ) (Sumarwan dan Aguss, 2004). Dalam mengukur analisis sikap konsumen digunakan skala *likert* dan rentang skala yang terdiri dari +2 sampai dengan -2. Umar (2000) menyatakan bahwa skala *likert* berhubungan dengan pernyataan sikap seseorang terhadap suatu produk yang memungkinkan konsumen mengekspresikan intensitas perasaan mereka, seperti setuju, tidak setuju, tidak senang, sekor respon responden dijumlahkan dan jumlah ini

merupakan total skor, dan total skor inilah ditafsirkan sebagai posisi responden dan skala *likert*.

Langkahnya sebagai berikut:

Pengukuran sikap konsumen yang dilakukan dengan asumsi bahwa setiap atribut produk memiliki keyakinan dan evaluasi yang berbeda dalam pandangan konsumen.

Perhitungan untuk masing-masing atribut digunakan rumus berikut:

$$x = \frac{2(a) + 1(b) + 0(c) - 1(d) - 2(e)}{n}$$

Dimana :

x = atribut ubi kayu yaitu varietas, harga, ketersediaan, rasa, tekstur, ukuran, kebersihan kulit, warna daging, umur, dan pati.

a,b, c, d, e = jumlah responden yang menjawab atribut x dengan skor 2, 1, 0, -1, -2

n = jumlah keseluruhan responden

Penentuan skor yang digunakan atas hasil daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden didasarkan pada skala *likert* dengan kriteria umum penilaiannya sebagai berikut:

2 = untuk sangat baik

1 = untuk baik

0 = untuk netral

-1 = untuk tidak baik

-2 = untuk sangat tidak baik (Schiffman dan Kanuk, 2007)

Adapun atribut ubi kayu yang diamati :

- 1) Varietas ubi kayu
- 2) Tekstur ubi kayu
- 3) Rasa ubi kayu

- 4) Warna daging ubi kayu
- 5) Warna kulit ubi kayu
- 6) Ukuran ubi kayu
- 7) Bentuk ubi kayu
- 8) Harga ubi kayu
- 9) Ketersediaan ubi kayu

Untuk menentukan atribut nama yang dominan dipertimbangkan oleh konsumen adalah dengan mengurutkan indeks sikap konsumen dari nilai yang tertinggi hingga terendah. Indeks sikap konsumen ( $A_o$ ) yang tertinggi terhadap suatu atribut ubi kayu menunjukkan bahwa atribut tersebut merupakan atribut yang dominan dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian.

Tabel 7. Parameter evaluasi kepentingan konsumen ( $e_i$ ) terhadap atribut ubi kayu

No	Parameter	Pernyataan	Skor
1.	Memilih ubi kayu untuk dibeli dan dikonsumsi karena varietas ubi kayu cocok dijadikan bahan baku	Sangat penting	+2
		Penting	+1
		Ragu-ragu	0
		Tidak penting	-1
		Sangat tidak penting	-2
2.	Memilih ubi kayu untuk dibeli dan dikonsumsi karena tekstur daging ubi kayu	Sangat penting	+2
		Penting	+1
		Ragu-ragu	0
		Tidak penting	-1
		Sangat tidak penting	-2
3.	Memilih ubi kayu untuk dibeli dan dikonsumsi karena rasa daging ubi kayu	Sangat penting	+2
		Penting	+1
		Ragu-ragu	0
		Tidak penting	-1
		Sangat tidak penting	-2
4.	Memilih ubi kayu untuk dibeli dan dikonsumsi karena warna daging ubi kayu	Sangat penting	+2
		Penting	+1
		Ragu-ragu	0
		Tidak penting	-1
		Sangat tidak penting	-2
5.	Memilih ubi kayu untuk dibeli	Sangat penting	+2

	dan dikonsumsi karena warna kulit ubi kayu	Penting Ragu-ragu Tidak penting Sangat tidak penting	+1 0 -1 -2
6.	Memilih ubi kayu untuk dibeli dan dikonsumsi karena ukuran ubi kayu	Sangat penting Penting Ragu-ragu Tidak penting Sangat tidak penting	+2 +1 0 -1 -2
7.	Memilih ubi kayu untuk dibeli dan dikonsumsi karena bentuk ubi kayu	Sangat penting Penting Ragu-ragu Tidak penting Sangat tidak penting	+2 +1 0 -1 -2
8.	Memilih ubi kayu untuk dibeli dan dikonsumsi karena harga ubi kayu	Sangat penting Penting Ragu-ragu Tidak penting Sangat tidak penting	+2 +1 0 -1 -2
9.	Memilih ubi kayu untuk dibeli dan dikonsumsi karena kemudahan dalam mendapatkan bahan baku ubi kayu	Sangat penting Penting Ragu-ragu Tidak penting Sangat tidak penting	+2 +1 0 -1 -2

Tabel 8. Parameter kekuatan kepercayaan (*bi*) terhadap atribut ubi kayu

1.	Memilih ubi kayu untuk dibeli dan dikonsumsi karena varietas ubi kayu cocok dijadikan bahan baku	a. Sangat cocok b. Cocok c. Sedang d. Tidak cocok e. Sangat tidak cocok	+2 +1 0 -1 -2
2.	Memilih ubi kayu untuk dibeli dan dikonsumsi karena tekstur daging ubi kayu	a. Daging sangat lembut, padat, air sedikit b. Daging padat, air sedikit c. Agak padat air sedikit d. Daging tidak padat air banyak e. Daging sangat tidak padat air banyak (hampos)	+2 +1 0 -1 -2

3.	Memilih ubi kayu untuk dibeli dan dikonsumsi karena rasa daging ubi kayu	a. Sangat enak rasa manis b. Enak rasa tawar c. Sedang d. Tidak enak agak pahit e. Pahit	+2 +1 0 -1 -2
4.	Memilih ubi kayu untuk dibeli dan dikonsumsi karena warna daging ubi kayu	a. Sangat menarik b. Menarik c. Sedang d. Tidak menarik e. Sangat tidak menarik	+2 +1 0 -1 -2
5.	Memilih ubi kayu untuk dibeli dan dikonsumsi karena warna kulit ubi kayu	a. Sangat menarik b. Menarik c. Sedang d. Tidak menarik e. Sangat tidak menarik	+2 +1 0 -1 -2
6.	Memilih ubi kayu untuk dibeli dan dikonsumsi karena ukuran ubi kayu	a. Sangat Ideal (2 biji/kg) b. Ideal (3 biji/kg) c. Sedang (4-5 biji/kg) d. Kecil (6-7 biji/ kg) e. terlalu besar/ kecil ( 1 biji >1 kg / 1 kg isi > 7 biji)	+2 +1 0 -1 -2
7.	Memilih ubi kayu untuk dibeli dan dikonsumsi karena bentuk ubi kayu	a. Panjang besar b. panjang agak besar c. sedang (campur segala bentuk) d. Bulat pendek e. Bengkok	+2 +1 0 -1 -2
8.	Memilih ubi kayu untuk dibeli dan dikonsumsi karena harga ubi kayu	a. Sangat murah b. Murah c. Sedang d. Mahal e. Sangat mahal	+2 +1 0 -1 -2
9.	Memilih ubi kayu untuk dibeli dan dikonsumsi karena kemudahan dalam mendapatkan bahan baku ubi kayu	a. Sangat mudah b. Mudah c. Sedang d. Sulit e. Sangat sulit	+2 +1 0 -1 -2