

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan Mei 2023 – November 2024 dan berlokasi di salah satu supermarket di Kota Jakarta Selatan yaitu Total Buah Segar Warung Buncit. Pengambilan lokasi dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan lokasi tersebut merupakan supermarket dengan ketersediaan jenis sayuran organik terbanyak jika dibandingkan dengan supermarket lain. Total Buah Segar Warung buncit menjual 20 jenis sayuran organik diantaranya caisim, kangkung, bayam merah, bayam hijau, kale, wortel, paprika, dan lain-lain.

Tabel 1. Tahapan dan Waktu Penelitian

Tahapan kegiatan	Mei 2023	Juni 2023	Juli 2023	Agu 2023	Sep 2023	Okt 2023	Nov 2023	Des 2023	Jan 2024	Feb 2024	Apr 2024	Mei 2024	Jun 2024	Jul 2024	Agu 2024	Sept 2024	Okt 2024	Nov 2024
Perencanaan Kegiatan																		
Survei Pendahuluan																		
Penulisan Usulan Penelitian																		
Seminar Usulan Penelitian																		
Revisi Proposal Usulan Penelitian																		
Pengumpulan Data																		
Pengolahan Data dan Analisis Data																		
Penulisan Hasil Penelitian																		
Seminar Kolokium																		
Revisi Kolokium																		
Sidang Skripsi																		
Revisi Skripsi																		

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah metode yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket berupa kuesioner sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, namun data yang dipelajari menggunakan sampel yang diambil dari populasi (Sugiyono, 2019). Survei ini dilakukan kepada para konsumen sayuran organik di Total Buah Segar Warung Buncit Kecamatan Pancoran Kota Jakarta Selatan.

3.3 Populasi dan Penentuan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek maupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah rumah tangga yang membeli dan mengkonsumsi sayuran organik. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *Slovin* untuk mendapatkan jumlah agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Rumus *Slovin* biasanya digunakan pada penelitian dengan jumlah sampel besar sehingga diperlukan formula untuk mendapatkan sampel yang lebih sedikit tetapi dapat mewakili dari keseluruhan populasi. Rumus *Slovin* untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Nx(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran Populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolelir.

Populasi dalam penelitian ini merupakan penduduk Kota Jakarta Selatan berdasarkan rentang usia produktif yaitu usia minimal 15 tahun sampai dengan 64 tahun sebanyak 1.721.470 jiwa (BPS, 2023). Maka untuk mengetahui ukuran sampel dalam penelitian dihitung dengan rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = N / (1 + Nx(e)^2)$$

$$n = 1.721.470 / (1 + 1.721.470 \times (0,1)^2)$$

$n = 99,99$ dibulatkan menjadi 100 responden

Jadi, jumlah responden yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu berjumlah 100 responden dan teknik pengambilan sampel dilakukan secara *accidental sampling* atau siapa saja yang kebetulan menjadi konsumen sayuran organik dan sesuai dengan kriteria penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah konsumen dengan usia minimal 15 tahun sampai dengan 64 tahun yang dianggap sudah dewasa dan mampu membuat keputusan pembelian yang bisa dipertanggungjawabkan, ibu rumah tangga atau orang lain yang berperan sebagai pengambil keputusan dalam pembelian sayuran organik, konsumen yang dijumpai di lokasi penelitian dan telah melakukan pembelian atau sudah pernah membeli sayuran organik, serta konsumen yang bersedia di wawancarai.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang akan diolah dan dianalisis berdasarkan metode analisis yang digunakan.

1. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diperoleh sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari pengumpulan sumber yang berasal dari hasil survei dan observasi. Adapun jenis-jenis data primer yang dikumpulkan yaitu penjualan sayuran organik dan karakteristik konsumen.

2. Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari pengumpulan sumber publikasi pemerintah, buku, artikel jurnal dan catatan internal yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun data sekunder yang digunakan antara lain, data SPOI (Statistik Pertanian Organik Indonesia) tentang target pasar sayuran organik di Indonesia dan data BPS (Badan Pusat Statistik) tentang data jumlah penduduk Kota Jakarta Selatan.

3.5 Defisini dan Operasional Variabel

3.7.1 Definisi

1. Preferensi konsumen adalah kesukaan, pilihan atau segala sesuatu yang paling disukai oleh konsumen dan terbentuk dari persepsi terhadap atribut-atribut sayuran organik.
2. Utilitas adalah nilai kepuasan terhadap taraf atribut sayuran organik.
3. Nilai Relatif Penting adalah nilai yang mengukur sejauh mana setiap atribut sayuran organik mempengaruhi preferensi konsumen.
4. Harga merupakan nilai finansial atau nilai tukar suatu produk yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang.
5. Sertifikasi organik yaitu pencantuman label organik pada suatu produk setelah melalui uji kelayakan organiknya.
6. Tampilan fisik yaitu kesempurnaan fisik yang diinginkan oleh konsumen yang ditandai dengan tidak adanya kerusakan akibat budidaya atau pasca budidaya.
7. Kemasan merupakan lapisan pelindung sayuran agar terhindar dari paparan zat berbahaya serta dapat disesuaikan dengan isi kemasan.

3.7.2 Operasional Variabel

1. Taraf atribut harga akan ditunjukkan dengan taraf yaitu:
 - Taraf 1 untuk harga < Rp. 5.000/ons
 - Taraf 2 untuk harga Rp. 5.001 – Rp. 10.000/ons
 - Taraf 3 untuk harga > Rp. 10.001/ons
2. Taraf atribut sertifikasi akan ditunjukkan dengan taraf yaitu:
 - Taraf 1 untuk bersertifikat organik
 - Taraf 2 untuk tidak bersertifikat organik
3. Taraf atribut tampilan fisik akan ditunjukkan dengan taraf yaitu:
 - Taraf 1 untuk tampilan fisik daun segar tidak berlubang
 - Taraf 2 untuk tampilan fisik daun segar berlubang
4. Taraf atribut kemasan akan ditunjukkan dengan taraf yaitu:
 - Taraf 1 untuk kemasan dibungkus plastik
 - Taraf 2 untuk kemasan tidak dibungkus plastik

3.6 Kerangka Analisis

Data yang diperoleh dari hasil wawancara ini dianalisis dengan menggunakan Analisis Konjoin, yaitu salah satu analisis *multivariate* yang khusus digunakan untuk mengetahui bagaimana responden mengembangkan preferensinya terhadap suatu produk atau jasa. Menurut Gudono (2017) tahapan-tahapan analisis konjoin adalah sebagai berikut:

1. Perumusan Masalah

Masalah yang akan dibahas bisa didapatkan dari hasil studi pendahuluan atau berdasarkan fenomena yang sedang terjadi saat ini. Pada penelitian kali ini, peneliti mengangkat masalah mengenai sebuah perusahaan yang membutuhkan informasi mengenai preferensi konsumen terhadap sayuran organik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk meningkatkan keuntungan penjualan. Selanjutnya yaitu menentukan atribut dan taraf dari sebuah objek yang dianggap penting dan akan diikutsertakan dalam mengevaluasi produk atau jasa. Menurut Hair *et al* (2010), karakteristik umum yang harus diperhatikan dalam menentukan atribut dan taraf yaitu:

- a. Atribut dan taraf harus dapat dikomunikasikan dengan mudah untuk melakukan evaluasi secara realistis.
- b. Atribut dan taraf harus dilaksanakan dan didefinisikan dengan jelas sehingga tiap atribut berbeda dengan jelas dan presentasi konsep dapat diimplementasikan secara presisi. Dengan kata lain, atribut tidak bisa bersifat fuzzy atau samar.

Taraf juga harus didefinisikan sedemikian rupa sehingga tidak terdapat stimuli yang sangat disukai konsumen tetapi tidak dapat direalisasikan. Pada penelitian kali ini, peneliti memilih harga, sertifikasi, tampilan fisik dan kemasan sebagai atribut sayuran organik karena hal tersebut sangat melekat pada sayuran organik dan dianggap sangat penting dalam proses keputusan pembelian. Pada penelitian ini atribut dan taraf dari sayuran organik dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Atribut dan Taraf Sayuran Organik

No	Atribut	Taraf
1	Harga	< Rp. 5.000/ons Rp. 5.000 – Rp. 10.000/ons > Rp. 10.000/ons
2	Sertifikasi Organik	Bersertifikat Organik Tidak Bersertifikat Organik
3	Tampilan fisik	Daun segar tidak berlubang Daun segar berlubang
4	Kemasan	Dibungkus plastik Tidak dibungkus

Sumber: Sutarni *et al.*, (2018); Yasmin *et al.*, (2017); Adelawati (2021).

Pemilihan taraf pada atribut harga berdasarkan pada harga jual sayuran organik di Total Buah Segar. Perbandingan harga jual sayuran organik di Total Buah Segar tidak terkait pada tampilan fisik atau kemasan karena harga yang dipatok berdasarkan pada bobot (ons) dan jenis sayuran organik. Semua sayuran organik yang dijual di Total Buah Segar telah memiliki sertifikasi resmi dari Lembaga Sertifikasi Organik yaitu INOFICE sehingga terjamin mutu dan kualitasnya. Kelebihan analisis konjoin adalah dapat mengikutsertakan atribut yang belum terjadi tetapi diperkirakan bisa terjadi. Maka dari itu, pemilihan taraf tidak bersertifikat organik pada atribut sertifikasi organik digunakan sebagai bahan perbandingan untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumen jika Total Buah Segar menjual sayuran organik yang tidak bersertifikat. Pada atribut tampilan fisik, taraf yang digunakan terbatas pada tampilan fisik daun saja karena sayuran organik yang dianalisis adalah sayuran organik berdaun seperti bayam hijau, bayam merah, pakcoy, sawi, dan kangkung. Kemudian, taraf yang dipilih pada atribut kemasan dikarenakan Total Buah Segar menjual sayuran organik dengan pilihan dibungkus plastik dan tidak dibungkus plastik. Tidak dibungkus plastik disini artinya sayuran organik dibungkus dengan styrofoam.

2. Penentuan Metode Analisis Konjoin

Metode analisis konjoin yang akan digunakan dapat ditentukan berdasarkan jumlah atribut yang dilibatkan. Pada penelitian kali ini menggunakan metode analisis *Traditional Conjoint* dengan menggunakan 4 atribut yaitu harga, sertifikasi, tampilan fisik dan kemasan.

3. Merancang Stimuli

Dalam penelitian ini perancangan stimuli menggunakan metode *full profile* karena pada dasarnya konsumen dalam penilaian preferensi mempertimbangkan semua atribut sekaligus. Menurut Gudono (2017), dalam metode *full profile* peneliti harus menyiapkan kartu-kartu yang masing-masing kartu berisi informasi mengenai satu taraf dari semua atribut sayuran organik. Kemudian, responden diminta untuk memberikan rating pada masing-masing kartu sesuai dengan preferensi mereka atas nilai kombinasi atribut yang ditampilkan. Jumlah stimuli yang terbentuk pada metode *full profile* sebanyak $3 \times 2 \times 2 \times 2 = 24$ stimuli. Dengan menggunakan prosedur *orthogonal array design* pada program komputer SPSS 25.0 for windows, maka stimuli yang berjumlah 24 direduksi menjadi 8 stimuli. Stimuli atau kombinasi yang dihasilkan tersebut dapat menghasilkan estimasi yang lebih akurat dari preferensi konsumen dan dapat mengurangi kemungkinan bias dalam hasil analisis karena pengaruh atribut yang berkorelasi. Stimuli atau kombinasi yang dihasilkan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3 Bentuk Orthogonal Design Kombinasi Antara Atribut dan Taraf Sayuran Organik

Harga	Sertifikasi Organik	Tampilan Fisik	Kemasan	Kartu
Rp, 5.000 - Rp. 10.000/ons	Bersertifikat organik	Daun segar berlubang	Dibungkus plastik	1
> Rp. 10.000/ons	Bersertifikat organik	Daun segar tidak berlubang	Tidak dibungkus plastik	2
< Rp. 5.000/ons	Bersertifikat organik	Daun segar tidak berlubang	Dibungkus plastik	3
Rp, 5.000 - Rp. 10.000/ons	Tidak bersertifikat organik	Daun segar tidak berlubang	Tidak dibungkus plastik	4
< Rp. 5.000/ons	Tidak bersertifikat organik	Daun segar berlubang	Tidak dibungkus plastik	5
> Rp. 10.000/ons	Tidak bersertifikat organik	Daun segar berlubang	Dibungkus plastik	6
< Rp. 5.000/ons	Tidak bersertifikat organik	Daun segar tidak berlubang	Dibungkus plastik	7
< Rp. 5.000/ons	Bersertifikat organik	Daun segar berlubang	Tidak dibungkus plastik	8

4. Pengumpulan data

Pengambilan data dilakukan dengan cara pemberian nilai/rating oleh responden terhadap stimuli-stimuli produk yang telah diberikan. Pendapat setiap responden ini disebut *utility*. Penilaian responden terhadap stimuli-stimuli dilakukan melalui pemberian skor berdasarkan skala likert pada tabel berikut :

Tabel 4. Skala Likert Penilaian Responden terhadap Kombinasi Atribut Sayuran

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (ST)	5

5. Melakukan Proses Konjoin

Pada tahap ini, data bentuk kombinasi (stimuli) dan data penilaian responden terhadap kombinasi yang terbentuk dianalisis dengan menggunakan perintah Syntax pada SPSS versi 25.0. Menurut Malhotra (2010), model analisis konjoin secara umum dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$U(X) = \sum_{i=1}^{mi} \sum_{j=1}^{kj} \beta_{ij} X_{ij}$$

Keterangan :

$U(X)$ = utility total

β_{ij} = part-worth atau nilai kegunaan dari atribut ke-i taraf ke-j

kj = taraf ke-j dari atribut ke-i

mi = jumlah atribut ke-i

X_{ij} = Dummy variabel atribut ke-i taraf ke-j (1 untuk taraf muncul; 0 untuk taraf tidak muncul)

Nilai Relatif Penting (NRP) digunakan untuk mengetahui tingkat kepentingan relatif suatu atribut terhadap atribut yang lain yang diformulasikan sebagai berikut:

$$NRP = \frac{UT_i - UR_i}{\sum_{j=1}^K (UT_i - UR_i)}$$

Keterangan:

NRP = Nilai Relatif Penting atribut ke-i

UT_i = NKT tertinggi atribut ke-i

UR_i = NKT terendah atribut ke-i

K = jumlah atribut

Nilai Kepentingan Taraf (NKT) digunakan untuk menentukan nilai pentingnya suatu taraf relatif terhadap taraf yang lain pada suatu atribut. Menurut Riskinandini (2007), NKT didapat dari nilai peubah boneka untuk taraf suatu atribut yang dimasukkan ke dalam model konjoin, dimana nilai taraf peubah boneka untuk atribut yang lain tetap atau dimasukkan nilai nol.

6. Interpretasi Hasil

Pengamatan terhadap estimasi *part-worth* untuk tiap atribut merupakan metode interpretasi yang paling umum. Jika *part-worth* semakin tinggi (baik positif maupun negatif), maka semakin besar pengaruhnya terhadap utilitas secara keseluruhan. Menurut Kuhfeld (1999), ada beberapa ketentuan dalam melakukan interpretasi hasil, yaitu :

- a. Taraf yang memiliki nilai kegunaan lebih tinggi adalah taraf yang lebih disukai.
- b. Total nilai kegunaan masing-masing kombinasi sama dengan jumlah nilai kegunaan tiap taraf dari atribut-atribut tersebut.
- c. Kombinasi yang dimiliki total nilai kegunaan tertinggi adalah kombinasi yang paling disukai responden.
- d. Atribut yang memiliki perbedaan nilai kegunaan lebih besar antara nilai kegunaan taraf tertinggi dan terendahnya merupakan atribut yang lebih penting.

7. Validasi Hasil Konjoin

Untuk mengetahui apakah prediksi yang telah dilakukan mempunyai ketetapan yang tinggi ditentukan dengan *productive accuracy* (ketetapan prediksi). Pengujian validitas (signifikansi) dilakukan dengan melihat nilai korelasi Kendall's Tau. Jika nilai signifikan dibawah 0,05 menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara *estimate* dan *actual*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *productive accuracy* dari proses konjoin yang dilakukan tinggi. Oleh karena itu, evaluasi utilitas yang dilakukan memiliki validitas yang baik (Purba, 2013).