

BAB III

METODE PENELITIAN

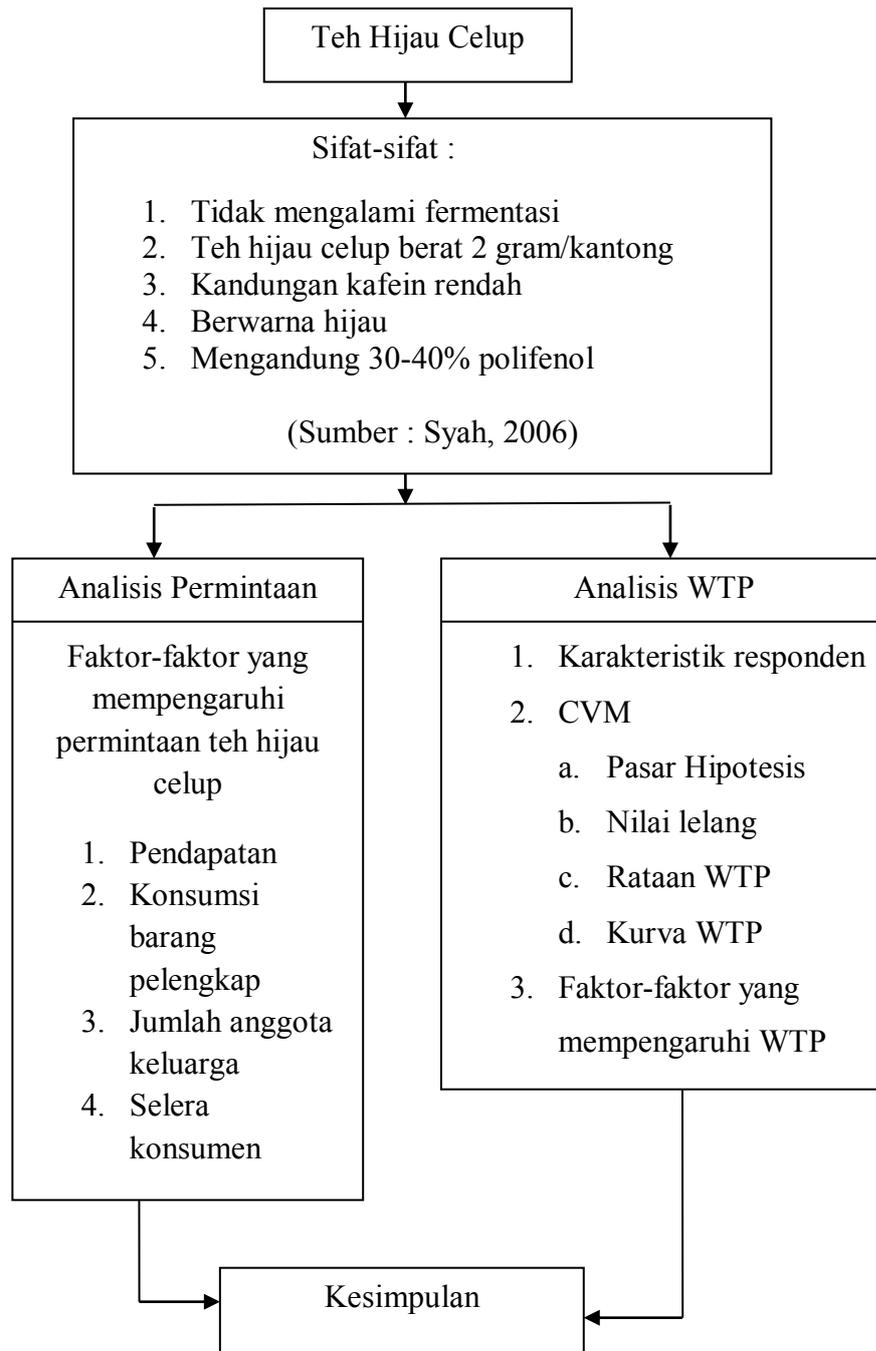
1.1 Kerangka Pemikiran

Teh hijau merupakan minuman yang memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. Masyarakat moderen sekarang ini selalu menginginkan segala sesuatunya yang mudah dan praktis. Peluang tersebut dimanfaatkan oleh produsen dengan memproduksi teh hijau dalam kemasan celup (Syah, 2006). Permintaan teh hijau celup akan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain tingkat pendapatan konsumen, konsumsi barang pelengkap, jumlah anggota keluarga konsumen, dan selera konsumen. Keputusan konsumen dalam membeli suatu produk dipengaruhi oleh tempat produksi yang mudah dijangkau (Tjiptono, 2006).

Dewasa sekarang ini, masyarakat Indonesia sadar akan kesehatan salah satunya dengan cara mengkonsumsi teh hijau celup, akibat dari hal tersebut maka dapat diketahui nilai kesediaan membayar (*willingness to pay*) konsumen pada teh hijau celup. Nilai kesediaan membayar/WTP dapat diketahui melalui karakteristik responden, *CVM (Contingent Valuation Method)* dengan tahap melakukan hipotesis pasar, nilai lelang WTP dengan mengajukan rekomendasi harga kepada konsumen teh hijau celup. Rekomendasi harga mulai dari harga maksimum, minimum dan harga asli yang dijual oleh produsen, kemudian melakukan rata-rata kesediaan membayar/WTP, dilanjutkan dengan kurva kesediaan membayar/WTP, dan langkah terakhir untuk mengetahui nilai kesediaan membayar/WTP adalah

dengan menghubungkan antara kesediaan membayar/WTP dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian dapat dilihat di Ilustrasi 2.



Ilustari 2. Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian

1.2 Hipotesis

1. Diduga secara serempak dan parsial terdapat pengaruh tingkat pendapatan konsumen teh hijau celup, konsumsi barang pelengkap/gula, jumlah anggota keluarga konsumen, dan selera konsumen terhadap permintaan konsumen teh hijau celup.
2. Diduga secara serempak dan parsial terdapat pengaruh pendidikan, pendapatan, dan selera konsumen terhadap kesediaan membayarkonsumen (*Willingness To Pay*) pada teh hijau celup.

1.3 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan September 2016 di Kelurahan Kraton, Kecamatan Tegal Barat Kota Tegal. Penentuan lokasi dengan cara *purposive* berdasarkan pada kriteria tertentu yaitu lokasi merupakan daerah pengembangan industri teh hijau celup yang telah mendapatkan beberapa penghargaan, salah satunya penghargaan superbrand pada Tahun 2011. Kelurahan Kraton dipilih sebagai lokasi penelitian karena kelurahan ini memiliki jumlah penduduk terpadat di Kecamatan Tegal Barat.

1.4 Metode Penelitian dan Pengambilan Sampel

Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode survei, yaitu dengan diambil beberapa sampel dari populasi dan konsumen teh hijau celup dibakukan sebagai elementer unit. Pengambilan sampel, ditentukan secara *Multi*

Stage Quota Sampling yaitu teknik pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara bertingkat atau berjenjang (Nawawi, 2012). Mulai dari RW (Rukun Warga) yang berjumlah 9, kemudian diturunkan kembali menjadi RT (Rukun Tetangga) yang berjumlah 71. Pada tingkat RW dipilih 3 RW yang mewakili jumlah penduduk terpadat, sedang dan sedikit. Pada 3 RW yang terpilih masing-masing diambil 2 RT, sehingga jumlah RT sebanyak 6 RT. Selanjutnya pada setiap RT diambil 10 sampel/RT sebagai responden, sehingga jumlah sampel yang diambil sebanyak 60 responden (6 RT x 10 responden).

1.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Data primer terdiri dari pendapatan konsumen, konsumsi barang pelengkap/gula, jumlah anggota keluarga konsumen, selera konsumen, dan jumlah konsumsi teh hijau celup setiap bulan yang diperoleh dari wawancara secara langsung dengan responden melalui kuesioner. Data sekunder meliputi harga teh hijau celup yang sudah ada di instansi terkait.

1.6 Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif dan kuantitatif yang kemudian dianalisis dengan analisis regresi linier berganda dan analisis WTP (*Willingness To Pay*). Tingkat pendapatan konsumen teh hijau celup diketahui melalui upah yang diterima responden yang tidak tetap dalam 1 bulan maka akan dikonversi dalam waktu 1 bulan (30/31 hari) yaitu 1 bulan (30-31 hari) dibagi

dengan jumlah waktu bekerja untuk mendapatkan upah dikali jumlah upah yang diperoleh, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Pendapatan} = \frac{1 \text{ bulan (30/31 hari)}}{\text{jumlah (hari)}} \times \text{upah (Rp)} \dots\dots\dots(3)$$

Konsumsi barang pelengkap/gula diketahui melalui jumlah pembelian per kg dalam 1 bulan (30/31 hari), jumlah anggota keluarga responden adalah jumlah keluarga yang dihitung mulai dari Kk (Kepala keluarga), ibu dan anak dalam satuan orang, selera konsumen adalah selera konsumen terhadap teh hijau celup yang diukur melalui skor 1 sampai 5 pada setiap indikator pernyataan, untuk skor sangat tidak setuju mendapatkan skor 1, tidak setuju mendapatkan skor 2, netral berskor 3, setuju mendapatkan skor 4, dan sangat setuju mendapatkan skor 5. Tingkat permintaan konsumen teh hijau celup diketahui melalui jumlah pembelian per satuan pak (50gr) dalam 1 bulan (30/31 hari). Harga teh hijau celup adalah rata-rata harga dari beberapa merek teh hijau celup dibagi jumlah merek teh hijau celup, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Harga teh hijau celup (HTC)} = \frac{\text{HTC}_1 + \text{HTC}_2 + \text{HTC}_3}{\text{Jumlah merek teh hijau celup}} (\text{Rp}) \dots\dots\dots(4)$$

Kesediaan membayar (*Willingness To Pay/WTP*) diketahui melalui karakteristik responden dengan menggunakan analisis deskriptif dengan cara CVM (*Contingent Valuation Method*). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen yang meliputi pendapatan konsumen, konsumsi barang pelengkap, jumlah anggota keluarga konsumen dan selera konsumen terhadap variabel dependen yaitu tingkat permintaan teh hijau celup. Model regresi linier berganda dari persamaan tersebut adalah :

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + b_4 \cdot X_4 + e \dots \dots \dots (5)$$

Keterangan:

Y = Jumlah permintaan konsumen teh hijau celup
(pak(50gr)/Kk/bulan)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = *Error*

X₁ = Tingkat pendapatan konsumen teh hijau celup (Rp/Kk/bulan)

X₂ = Konsumsi barang gula (sebagai barang pelengkap) (Rp/kg/Kk/bulan)

X₄ = Jumlah anggota keluarga konsumen (orang)

X₅ = Selera konsumen (skor)

Analisis kuantitatif untuk mengetahui nilai WTP melalui karakteristik responden dengan menggunakan analisis deskriptif dengan cara CVM (*Contingent Valuation Method*), berdasarkan hasil wawancara dengan responden melalui kuesioner. Tahapan CVM (*Contingent Valuation Method*) adalah sebagai berikut (Fauzi, 2006) :

1. Hipotesis pasar

Hipotesis pasar merupakan proses membuat preferensi konsumen. Memberikan informasi produk, agar seseorang yang menjadi responden memiliki preferensi yang nantinya akan direfleksikan melalui kesediaan membayar (*Willingness To Pay/WTP*) uang maksimum, minimum serta sejumlah harga yang ditawarkan melalui kuesioner.

2. Mendapatkan nilai lelang (*Bids*) melalui pendekatan wawancara dengan responden.

Nilai lelang merupakan hasil dari jawaban responden atas pertanyaan kesediaan membayar/WTP yang ditawarkan. Nilai lelang didapatkan melalui survei yang dilakukan secara langsung dengan responden.

3. Menghitung rata-rata WTP

Setelah jawaban nilai lelang didapatkan, selanjutnya adalah menghitung nilai rata-rata WTP. Perhitungan dilakukan mulai dari mencari nilai rata-rata (*mean*). Banyak kemungkinan hasil nilai yang jauh dari perkiraan.

$$WTP_d = \frac{\{X\}}{60} \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan :

WTP_d = Nilai rata-rata kesediaan membayar (*mean*)

$\{X\}$ = Total jawaban pilihan responden (rupiah)

4. Memperkirakan kurva lelang (*Bid Curve*)

Kurva lelang menghubungkan antara nilai-nilai WTP dengan jumlah responden pada setiap nilai. Adapun formulasi sebagai berikut :

$$WTP_i = f(T_1, T_2, T_3) \dots\dots\dots(7)$$

dalam penelitian ini persamaan regresi faktor-faktor yang mempengaruhi WTP adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 \dots\dots\dots(8)$$

Keterangan :

WTP_i = Rata-rata kesediaan membayar konsumen dalam periode tertentu.

f = Fungsi WTP barang oleh konsumen.

T_1 = Nilai WTP 1

T_2 = Nilai WTP 2

- T_3 = Nilai WTP 3
 i = Hasil rata-rata dari 60 responden
 Y = Rata-rata kesediaan membayar konsumen dalam periode tertentu (Rupiah)
 a = Konstanta
 b = Koefisien regresi
 e = *Error*
 X_1 = Tingkat pendapatan konsumen (Rp/Kk/bulan)
 X_2 = Pendidikan konsumen (SD,SMP,SMA,D1/D2/D3,S1/S2/S3)
 X_3 = Selera konsumen (skor)

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar/WTP teh hijau celup.

Data yang diperoleh diuji kenormalannya dengan menggunakan model Kolmogorov-Smirnov. Kemudian diuji dengan asumsi klasik multikolinieritas, uji multikolinieritas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan yang kuat antar variabel bebas yang dideteksi melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*, jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF lebih besar dari 10 maka terjadi multikolinieritas.

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamatan yang lain yang dideteksi melalui metode Glejser, nilai signifikansi lebih besar dari alpha ($P > 0,05$) maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji autokorelasi adalah uji untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara satu periode (t) dengan periode sebelumnya ($t-1$) yang dapat dideteksi melalui uji

Durbin Watson. Jika hasil analisis data normal terpenuhi yaitu data tidak terjadi multikolinieritas, heteroskedastisitas dan outokorelasi maka analisis data menggunakan regresi linier berganda, namun apabila hasil analisis menunjukkan data tidak normal maka analisis yang digunakan adalah analisis Korelasi Spearman (Ghozali, 2011).

Uji F yaitu uji yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dengan dependen secara serempak. Hipotesis yang diambil sebagai berikut :

H_0 = Tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

H_1 = Ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen untuk minimal satu variabel independen.

Kriteria pengambilan keputusan yaitu :

H_0 ditolak dan H_1 diterima jika $\text{sig}_{\text{hit}} \leq \text{sig } 5\%, \alpha = 0,05$.

H_1 ditolak dan H_0 diterima jika $\text{sig}_{\text{hit}} > \text{sig } 5\%, \alpha = 0,05$.

Uji t yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen dan dependen secara parsial. Hipotesis yang diambil adalah sebagai berikut :

H_0 = Tidak ada pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

H_1 = Ada pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan yaitu :

H_0 ditolak dan H_1 diterima jika $\text{sig}_{\text{hit}} \leq \text{sig } 5\%, \alpha = 0,05$.

H_1 ditolak dan H_0 diterima jika $\text{sig}_{\text{hit}} > \text{sig } 5\%, \alpha = 0,05$.

3.7 Batasan Pengertian dan Konsep Pengukuran

1. Teh hijau celup adalah minuman yang berasal dari pucuk daun muda teh (*Camellia sinensis*) yang telah dikeringkan serta tidak mengalami fermentasi, berbentuk bubuk dalam kantong celup yang diseduh dengan air panas (Sahar dan Meilianingsih, 2007).
2. Permintaan teh hijau celup adalah jumlah teh hijau celup yang telah dibeli oleh konsumen dalam satuan pak(50 gr)/Kepala keluarga/bulan.
3. Pendapatan konsumen teh hijau celup adalah besarnya uang yang diterima oleh rumah tangga/keluarga dalam satuan rupiah selama satu bulan.
4. Harga teh hijau celup adalah jumlah harga 3 merek teh hijau celup/pak (50 gr) kemudian dibagi dengan 3.
5. Konsumsi barang pelengkap adalah sejumlah gula yang telah dibeli responden dalam satuan rupiah/kg.
6. Jumlah anggota keluarga adalah jumlah orang yang harus ditanggung oleh rumah tangga konsumen dihitung dalam satu orang.
7. Kk (Kepala Keluarga) adalah seorang yang memiliki keputusan dalam membeli suatu produk didalam sebuah keluarga (orang).
8. Selera konsumen adalah kegemaran konsumen terhadap produk teh hijau celup meliputi kepraktisan penggunaannya, rasa, aroma, warna dan manfaat teh hijau celup dihitung dengan satuan skor 1 sampai 5, pada setiap indikator pernyataan, untuk skor sangat tidak setuju mendapatkan skor 1, tidak setuju mendapatkan skor 2, netral berskor 3, setuju mendapatkan skor 4, dan sangat setuju mendapatkan skor 5.

9. Pendidikan adalah jenjang pendidikan konsumen teh hijau celup yang di tabulasikan menjadi 5 jenjang yaitu lulusan SD, SMP, SMA, D1/D2/D3 dan S1/S2/ S3 yang dihitung dengan satuan skor dari 1 sampai 5, pada setiap indikator pernyataan, untuk skor sangat tidak setuju mendapatkan skor 1, tidak setuju mendapatkan skor 2, netral berskor 3, setuju mendapatkan skor 4, dan sangat setuju mendapatkan skor 5.
10. HTC (Harga Teh Hijau Celup) adalah harga setiap 1 merek teh hijau celup/pak (50gr).
11. RHT (Rata-rata harga teh hijau celup) adalah jumlah harga 3 merek teh hijau celup/pak (50gr) dibagi tiga.
12. WTP (*Willingness To Pay*) adalah kesediaan membayar konsumen pada teh hijau celup/pak(50gr) dalam satuan rupiah.
13. CVM (*Contingent Valuation Method*) adalah metode yang dilakukan untuk mengetahui nilai kesediaan membayar konsumen melalui 4 tahap yaitu membuat hipotesis pasar, menentukan nilai lelang, rata-rata WTP dan membuat kurva lelang.