

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Kerangka Pemikiran

Kedelai merupakan jenis tanaman pangan yang relatif murah, mudah diperoleh dan sumber protein nabati. Kedelai menjadi bahan baku berbagai pangan olahan seperti tempe, tahu, kecap dan susu. Permintaan kedelai dalam negeri semakin meningkat akan tetapi tidak dapat dipenuhi sehingga pemerintah harus mengimpor kedelai agar dapat menstabilkan. Walaupun di pasaran jumlah kedelai impor lebih banyak daripada kedelai lokal, kedelai lokal memiliki kualitas lebih baik dibandingkan dengan kedelai impor. Kedelai lokal terutama varietas Grobogan tidak berasal dari rekayasa genetika atau GMO sehingga tidak memiliki efek samping, memiliki kandungan gizi lebih tinggi yaitu protein 14,77% dan lemak 8,31%, memiliki berat per 100 biji lebih tinggi (19,53/100 biji kedelai) dan mampu menghasilkan berat tempe lebih besar daripada kedelai impor yaitu untuk satu kilogram kedelai mampu menghasilkan 1,74 kg tempe. Sementara kedelai impor hanya mampu menghasilkan 1,59 kg tempe per satu kilogram kedelai bahan baku.

Kedelai impor yang masuk ke pasar Indonesia sebagian besar adalah kedelai GMO yang berasal dari rekayasa genetika. Kedelai impor GMO apabila dikonsumsi dalam jangka panjang dapat menyebabkan gangguan kesehatan. Kedelai GMO dapat menyebabkan kehilangan nutrisi, munculnya racun baru, menimbulkan alergi dan efek samping. Harga kedelai impor yang lebih murah dibandingkan harga kedelai lokal menyebabkan pengrajin olahan kedelai beralih menggunakan bahan baku kedelai impor. Semakin berkurangnya penggunaan

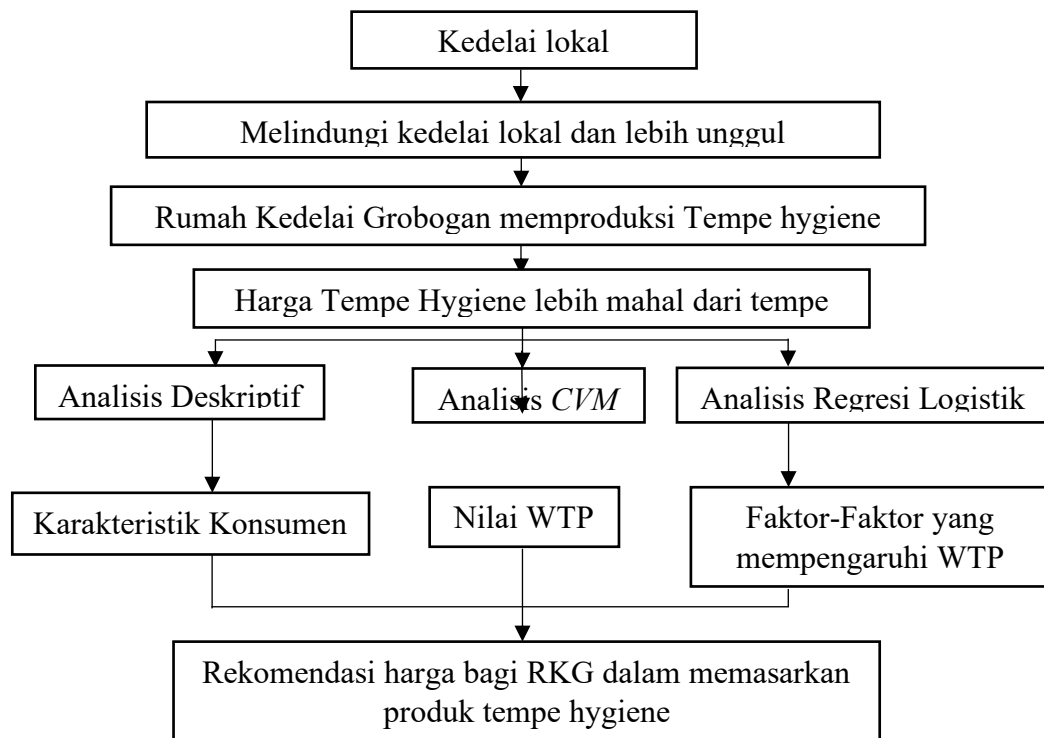
kedelai lokal menyebabkan petani dalam negeri tidak tertarik untuk menanam kedelai. Sehingga pasokan kedelai lokal akan semakin menurun karena minat petani untuk menanam kedelai lokal berkurang.

Masyarakat sekarang perlu menjaga kesehatan dan gaya hidup sehatnya agar terjamin keamanan pangan yaitu makanan yang dikonsumsi tidak memiliki dampak buruk bagi tubuh konsumen. Selain itu, pemerintah juga perlu memperhatikan petani lokal agar pasokan tanaman pangan tidak menurun. Pemerintah daerah berperan dalam mendorong pembangunan pertanian. Pemerintah daerah Kabupaten Grobogan telah berupaya untuk meningkatkan produksi kedelainya terutama varietas Grobogan. Cara yang dilakukan pemerintah daerah Kabupaten Grobogan adalah dengan membangun Rumah Kedelai Grobogan. Rumah Kedelai Grobogan adalah upaya yang dilakukan pemerintah daerah untuk membantu meningkatkan pendapatan petani dan pelaku agribisnis kedelai, mencapai ketahanan pangan, mencapai hasil panen kedelai maksimal dan memberikan semangat petani untuk menggunakan kedelai lokal khususnya varietas Grobogan.

Rumah Kedelai Grobogan memiliki unit Rumah Tempe yang memproduksi tempe dari kedelai lokal varietas Grobogan non-GMO. Rumah Kedelai Grobogan telah memiliki sertifikat kedelai non-GMO sehingga terjamin keamanannya. Selain itu, proses produksi tempe dilakukan dengan higienis yaitu memperhatikan kebersihan seluruh peralatan, fasilitas produksi dan ruangan sebelum dan sesudah produksi. Tempe yang diproduksi Rumah Kedelai Grobogan diberi nama tempe hygiene. Tempe hygiene memiliki harga yang lebih mahal jika dibandingkan dengan tempe dipasaran pada umumnya. Harga tempe hygiene sebesar Rp 6.000 dengan berat 350 gram sedangkan tempe dipasaran dengan berat yang sama memiliki harga

Rp 2.000. Maka diperlukan informasi terkait nilai maksimum yang bersedia dibayarkan konsumen untuk mendapatkan produk tempe hygiene. Selain itu, juga perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar tempe hygiene.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk dapat medeskripsikan karakteristik konsumen tempe hygiene di Kabupaten Grobogan, analisis *contingent valuation method* digunakan untuk menganalisis besarnya nilai rata-rata kesediaan membayar maksimum konsumen tempe hygiene dan analisis regresi logistik digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai kesediaan membayar tempe hygiene. Hasil penelitian ini dapat menjadi rekomendasi harga bagi Rumah Kedelai Grobogan dalam memasarkan produk tempe hygiene. Analisis ini dapat dijelaskan dalam kerangka pemikiran pada Ilustrasi 1.



3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan 15 Desember 2019 – 12 Januari 2020 di lokasi pemasaran produk tempe hygiene di wilayah Kabupaten Grobogan. Penentuan lokasi penelitian di Kabupaten Grobogan ditentukan berdasarkan yaitu sebagai lokasi produksi tempe hygiene, wilayah yang pertama diperkenalkan produk tempe hygiene, memiliki volume penjualan yang tinggi dan memiliki lebih dari satu lokasi pemasaran yang disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Data Lokasi Pemasaran dan Volume Penjualan Tempe Hygiene per Minggu di Kabupaten Grobogan

No	Lokasi Pemasaran	Volume Penjualan per minggu
		--350gram/bungkus--
1	Rumah Kedelai Grobogan	380
2	Toko Wijaya	70
3	Rumah Sakit Permata Bunda	70
4	Rumah Sakit Umum Daerah	70
5	Rumah Sakit Panti Rahayu	70
6	Toko Megaria	70
7	Laksana Swalayan	70
8	Luwes Pasaraya	35
9	Toko Dewi	35
10	Pasar Tani Dinas Pertanian Grobogan	25
	Total	895

Sumber: Data Sekunder RKG, 2019

3.3 Metode Penelitian dan Pengambilan Sampel

Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Sedangkan teknik penarikan sampel yaitu *non probability sampling* dengan *quota sampling*. *Non*

probability sampling adalah penarikan sampel yang dilakukan secara tidak acak sehingga setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Sedangkan, *quota sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menetapkan jumlah sampel yang akan diteliti. Teknik ini dipilih karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti jumlahnya, tetapi diperoleh data volume penjualan per minggu produk pada setiap lokasi pemasaran (Tabel 3).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Menurut Hair *et al.* (2014) secara aturan umum jumlah sampel yang digunakan untuk menganalisis faktor yaitu 10 kali dari jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian atau minimal 100 sampel. Jumlah sampel sebanyak 100 orang dibagi dalam 5 lokasi pemasaran tempe hygiene di Kabupaten Grobogan dengan cara *quota sampling*. Pembagian jumlah responden didasarkan pada volume penjualan yang terdapat pada Tabel 3. dan kemudahan memperoleh akses informasi.

Lokasi penelitian tempe hygiene dikelompokkan menjadi 3 kategori yaitu kategori pertama terdiri dari Rumah Kedelai Grobogan dan Pasar Tani, kategori kedua yaitu Toko Wijaya, serta kategori ketiga terdiri dari Laksana Swalayan dan Luwes Pasar Raya. Adapun pengkategorian lokasi penelitian dan pembagian jumlah sampel yang diambil dalam penelitian disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Pengkategorian Lokasi Penelitian dan Pembagian Jumlah Sampel Penelitian

Kategori	Lokasi Penelitian	Alasan Pemilihan Lokasi Penelitian	Jumlah Sampel
Pertama	Rumah Kedelai Grobogan	- Pusat produksi sekaligus lokasi pemasaran yang sering dikunjungi konsumen	30
	Pasar Tani	- Lokasi pemasaran khusus menjual produk hasil tani dan memiliki kemudahan akses untuk memperoleh informasi konsumen	30
Kedua	Toko Wijaya	- Ramai dikunjungi konsumen dan memiliki volume penjualan yang tergolong tinggi yaitu 70 bungkus per minggu	20
Ketiga	Laksana Swalayan	- Memiliki volume penjualan yang tergolong tinggi yaitu 70 bungkus per minggu tetapi sulit memperoleh informasi karena produk yang dijual beraneka ragam	10
	Luwes Pasar Raya	- Memiliki volume penjualan yang tergolong sedang yaitu 35 bungkus per minggu tetapi sulit memperoleh informasi karena produk yang dijual beraneka ragam	10

Pembagian tersebut didasarkan proporsi sampel yaitu kategori pertama 60% sehingga masing-masing 30 sampel pada Rumah Kedelai Grobogan dan Pasar Tani, kategori kedua 20% yaitu 20 sampel pada Toko Wijaya, serta kategori ketiga 20% sehingga masing-masing 10 sampel pada Laksana Swalayan dan Luwes Pasar Raya.

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen tempe hygiene di Kabupaten Grobogan yang pernah membeli tempe hygiene minimal satu kali. Apabila terdapat rombongan keluarga maka hanya satu yang dijadikan responden sehingga tidak mempengaruhi hasil penelitian.

3.4 Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari wawancara dengan konsumen tempe hygiene menggunakan instrumen kuesioner dan data sekunder yang diperoleh dari buku, internet, jurnal serta karya tulis lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung dengan menggunakan instrumen kuesioner (Lampiran 1). Penyebaran kuesioner dilakukan setiap hari baik hari kerja maupun hari libur. Waktu penyebaran kuesioner yaitu mulai pukul 08.00 – 16.00 WIB. Pemilihan waktu tersebut bertujuan agar seluruh populasi konsumen terwakili baik di hari kerja maupun libur dan pada pagi maupun sore hari. Hasil penelitian ini diharapkan merupakan kesimpulan dari keseluruhan populasi konsumen tempe hygiene.

3.5 Metode Analisis Data

Tujuan penelitian pertama adalah mendeskripsikan karakteristik konsumen produk tempe hygiene di Kabupaten Grobogan. Tujuan pertama dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran umum masing-masing variabel dalam penelitian (Ghozali, 2016). Adapun masing-masing variabel yang dianalisis yaitu variabel usia, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, pendapatan, harga dan kualitas produk terhadap kesediaan membayar. Penyajian data deskriptif pada penelitian ini dijabarkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan persentase. Sedangkan untuk variabel kualitas produk terdapat perhitungan mean, median, modus, dan standar

deviasi. Selain itu, variabel kualitas produk juga terdapat tabel kecenderungan variabel untuk mengkategorikan skor.

1) Tabel Distribusi Frekuensi

Tahapan membuat tabel distribusi frekuensi untuk variabel kualitas produk menurut Sugiyono (2012) sebagai berikut :

a) Menghitung jumlah kelas interval

$$K = 1 + 3,3 \log \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

K : jumlah kelas interval

n : jumlah sampel

b) Menghitung rentang data

$$R = X_t - X_r \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan

X_t : data tertinggi dalam kelompok

X_r : data terendah dalam kelompok

c) Mengitung panjang kelas

$$\text{Panjang} = \frac{\text{Rentang Data}}{\text{Jumlah Kelas}} \dots\dots\dots (4)$$

2) Tabel Kecenderungan Variabel

Skor yang diperoleh dari variabel kualitas produk dikategorikan menjadi 3 kelompok yaitu tinggi, sedang dan rendah. Pengkategorian skor dilakukan dengan memperhitungkan mean ideal (M_i) dan standar deviasi ideal (SD_i). Adapun cara pengkategorian data menurut Azwar (2009) sebagai berikut:

$$1) \text{ Tinggi} : M_i + 1.SD_i \leq X$$

$$2) \text{ Sedang} : M_i - 1.SD_i \leq X < M + 1.SD_i$$

3) Rendah : $X < Mi - 1.SDi$

Keterangan:

Mean ideal (Mi) : $1/2$ (Skor tertinggi + Skor Terendah)

Standar deviasi ideal : $1/6$ (Skor tertinggi – Skor Terendah)

Tujuan penelitian kedua adalah menganalisis besarnya nilai rata-rata kesediaan membayar maksimum konsumen tempe hygiene di Kabupaten Grobogan. Tujuan kedua dianalisis dengan menggunakan *Contingent Valuation Methode* (CVM). CVM adalah metode yang digunakan untuk menghitung besarnya nilai rata-rata WTP maksimum yang bersedia dibayarkan konsumen untuk produk tempe hygiene. Metode CVM yang digunakan pada penelitian ini adalah metode tawar-menawar (*Bidding Game*). Metode ini dilakukan dengan menawarkan kepada responden sebuah nilai tawaran dari nilai terkecil hingga terbesar sampai mencapai WTP maksimum yang bersedia dibayarkan konsumen.

Menurut Fauzi (2006) tahapan penggunaan metode CVM yaitu :

1. Membuat pasar hipotesis

Hipotesis dideskripsikan secara detail produk tempe hygiene kepada responden . Pasar hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Pengrajin tempe memilih kedelai impor sebagai bahan baku karena harganya yang lebih murah dan mudah diperoleh dipasaran. Kedelai impor dikhawatirkan termasuk GMO (*Genetically Modified Organism*) yang mengalami modifikasi dengan cara menyisipkan gen dari satu spesies. Mengonsumsi kedelai impor GMO dalam jangka panjang dapat mengalami masalah kesehatan. Tempe hygiene merupakan tempe yang berasal dari kedelai lokal varietas Grobogan non-GMO yang telah lulus sertifikasi bebas

GMO dan diolah dengan proses yang dijamin higienisannya. Produk tempe hygiene memiliki harga yang lebih mahal jika dibanding dengan produk tempe biasa, namun memberikan manfaat tambahan bagi konsumen seperti terjamin kebersihan produk, terhindar dari risiko kesehatan, memiliki sertifikat non-GMO, dan memiliki ijin usaha.

2. Menentukan nilai *Bids*

Nilai *bids* yang digunakan untuk menentukan nilai WTP adalah metode *bidding games* yaitu responden diberi pertanyaan secara berulang-ulang mengenai kesediaan membayar sejumlah tertentu sampai mencapai nilai maksimum yang mampu dibayarkan. Responden akan ditanyakan apakah bersedia membayar sejumlah uang yang diajukan sebagai titik awal, apabila setuju maka besarnya nilai uang akan dinaikkan ke titik selanjutnya. Titik awal yang ditetapkan adalah 5% lebih tinggi dari harga produk tempe hygiene, kemudian dinaikkan 10%, 15%, dan 20% lebih tinggi dari harga produk tempe hygiene.

3. Menghitung rata-rata *Willingness to Pay*

Rumus yang digunakan untuk menentukan rata-rata WTP adalah:

$$EWTP = \frac{\sum_{i=1}^n W}{n} \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan:

EWTP = Rata-rata nilai maksimum WTP

Wi = Nilai WTP ke-i

n = Jumlah responden

i = responden ke-i

4. Mengestimasi kurva WTP

Kurva WTP menggambarkan jumlah responden yang bersedia membayar dengan tingkat WTP tersebut.

5. Mengagregatkan data

Mengagregatkan rata-rata lelang yang diperoleh pada tahap tiga. Proses mengagregatkan dilakukan dengan mengkonversi data rata-rata sampel ke rata-rata populasi secara keseluruhan. Cara mengonversi yaitu mengalikan rata-rata sampel dengan jumlah populasi.

$$TWTP = EWTP \cdot N_i \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan:

TWTP = Total WTP (Rp)

EWTP = Dugaan atau Rataan WTP (Rp)

N_i = Populasi (orang)

Tujuan penelitian ketiga adalah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai kesediaan membayar tempo hygiene di Kabupaten Grobogan. Tujuan ketiga dianalisis dengan menggunakan analisis regresi logistik. Analisis regresi logistik digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi WTP. Menurut Rukini (2016) variabel dependen pada analisis regresi logistik berupa variabel dummy (0 dan 1), sehingga tidak memerlukan pengujian normalitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi.

Pengujian *Goodness of fit* pada analisis regresi logistik dilakukan dengan melihat hasil *Hosmer Lemeshow* dan *Nagelkerke R Square*. Menurut Alwi *et al.*, (2018) pengujian *Hosmer and Lemeshow Test* dilakukan untuk kesesuaian model dengan data observasi yang diukur dengan nilai *chi-square* pada

tingkat signifikansi 5%. Apabila signifikansi hasil uji *Hosmer and Lameshow Test* lebih besar dari 0,05 dengan taraf kepercayaan 95% menunjukkan bahwa model layak untuk digunakan karena data mampu menjelaskan kondisi yang terjadi. Sedangkan untuk nilai *Nagelkerke R Square* menunjukkan variabel bebas mampu menjelaskan variabel dependen (Kurniasih dan Prihtanti, 2019).

Variabel independen yaitu usia, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, pendapatan, harga dan kualitas produk, sedangkan variabel dependen adalah kesediaan konsumen membayar.

Persamaan regresi logistik dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \ln \left(\frac{P}{1-P} \right) = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + e \dots \dots \dots (7)$$

Keterangan:

Y = Kesediaan konsumen untuk membayar (Ya/tidak)

b_0 = Konstanta regresi atau Intersep

$b_{1,2,3,..6}$ = Koefisien regresi usia, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, pendapatan, harga dan kualitas produk

X_1 = Usia (tahun)

X_2 = Tingkat Pendidikan (tahun)

X_3 = Jumlah Anggota Keluarga (orang)

X_4 = Pendapatan (Rp/bulan)

X_5 = Harga (Rp)

X_6 = Kualitas Produk (skor)

e = Varians pengganggu

Pengujian parameter yang digunakan dalam analisis regresi logistik yaitu menggunakan statistik uji G dan uji Wald. Sedangkan rasio odd digunakan untuk interpretasi persamaan regresi logistik.

1. Uji G atau *Omnibus Test of Model Coefficients*

Menurut Ginting (2018) *Omnibus Test of Model Coefficients* merupakan pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

Hipotesis Statistik:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = \beta_6 = 0$ (variabel independen secara serempak tidak mempunyai pengaruh nyata terhadap variabel dependen)

$H_1 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq \beta_5 \neq \beta_6 \neq 0$ (variabel independen secara serempak mempunyai pengaruh nyata terhadap variabel dependen)

Hipotesis nol ditolak jika *p-value* < α , artinya bahwa variabel independen secara serempak mempengaruhi variabel dependen. Sehingga apabila nilai signifikansi < 0,05 pada taraf kepercayaan 95% maka variabel independen berpengaruh nyata terhadap variabel dependen (Kurniasih dan Prihtanti, 2019).

2. Uji Wald

Menurut Ginting (2018) uji Wald digunakan untuk menguji variabel independen secara parsial berpengaruh nyata terhadap variabel dependen.

Hipotesis Statistik:

$H_0 : \beta_i = 0$ (variabel independen ke-i tidak berpengaruh secara nyata terhadap variabel dependen)

H1 : $\beta_i \neq 0$ (variabel independen ke-i berpengaruh secara nyata terhadap variabel dependen)

Hipotesis nol ditolak jika $p\text{-value} < \alpha$, artinya bahwa variabel independen ke-i secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Sehingga, pada taraf kepercayaan 95% variabel independen dapat dikatakan memiliki pengaruh nyata pada variabel dependen apabila nilai signifikansi $< 0,05$.

3. Rasio odd merupakan rasio peluang kejadian sukses dengan tidak sukses dari variabel dependen. Sedangkan menurut Bekti *et al.* (2017) rasio odd adalah perbandingan kecenderungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dari dua buah peristiwa variabel independen. Nilai koefisien rasio odd dinyatakan dalam $exp()$, artinya kecenderungan pengaruh observasi dengan kategori X berapa kali lipat jika dibandingkan dengan observasi kategori lain. Semakin nilai rasio odds mendekati nol maka semakin kecil kecenderungan konsumen bersedia membayar lebih (Hendayana, 2013).

3.6. Batasan Masalah dan Konsep Pengukuran

1. Responden dalam penelitian adalah konsumen yang berada di Kabupaten Grobogan.
2. Usia adalah rentang kehidupan yang terukur dalam satuan tahun. Batasan usia responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang berusia diatas 16 tahun. Klasifikasi usia yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan kategori yang dikeluarkan Departemen Kesehatan RI (2009) yaitu masa remaja akhir (17 – 25 tahun), masa dewasa awal (26 – 35 tahun), masa dewasa

akhir (36 – 45 tahun), masa lansia awal (46 – 55 tahun), masa lansia akhir (56 – 65 tahun), dan masa manula (≥ 66 tahun).

3. Tingkat pendidikan adalah jenjang pendidikan yang pernah dilalui dan terdiri dari SD, SMP, SMA dan sederajat, Diploma, S-1, S-2/S-3 (Abdillah, 2014). Kategori tingkat pendidikan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu responden taman SD ditandai dengan angka 1, tamat SMP ditandai dengan angka 2, tamat SMA ditandai dengan angka 3, Diploma ditandai angka 4, Strata 1 ditandai dengan angka 5, Strata 2 ditandai dengan angka 6, dan lainnya ditandai dengan angka 7.
4. Jumlah anggota keluarga adalah seluruh anggota dalam rumah tangga yang belum mampu untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya sendiri sehingga perlu bantuan orang lain atau orang tua. Variabel jumlah anggota keluarga menggunakan satuan per orang. Klasifikasi jumlah anggota keluarga dalam penelitian ini sesuai dengan pengelompokan Badan Pusat Statistik yaitu keluarga kecil (1 – 3 orang) ditandai angka 1, keluarga sedang (4 – 6 orang) ditandai angka 2, dan keluarga besar (≥ 7 orang) ditandai angka 3.
5. Pendapatan adalah pemasukan atau penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu dan dinyatakan dalam satuan rupiah. Klasifikasi pendapatan perbulan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

Tabel 5. Indikator dan Kriteria Pendapatan

Nilai	Indikator	Kriteria
1	\leq Rp 1.000.000	Sangat rendah
2	$>$ Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Rendah
3	$>$ Rp 3.000.000 – Rp 6.000.000	Tinggi
4	$>$ Rp 6.000.000	Sangat Tinggi

6. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk (Virawan, 2013). Harga diukur dengan skala rasio 1-4 Adapun harga yang berlaku saat ini sebesar Rp 6.000,00, maka klasifikasi variabel harga yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 6. Indikator dan Kriteria Kenaikan Harga Produk

Nilai	Indikator	Kriteria
1	Kenaikan harga 5% dari harga saat ini menjadi Rp 6.300,00	Sangat murah
2	Kenaikan harga 10% dari harga saat ini menjadi Rp 6.600,00	Murah
3	Kenaikan harga 15% dari harga saat ini menjadi Rp 6.900,00	Mahal
4	Kenaikan harga 20% dari harga saat ini menjadi Rp 7.200,00	Sangat Mahal

7. Harga tempe hygiene ditingkat produsen dihargai senilai Rp 6.000,00. Sehingga, klasifikasi harga yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 7. Indikator dan Kriteria Harga Produk

Nilai	Indikator	Kriteria
1	(\leq Rp 6.200,00) untuk harga ditingkat produsen	Sangat murah
2	(>Rp 6.200,00 - Rp 6.500,00) untuk harga ditingkat pedagang besar	Murah
3	(>Rp 6.500,00 - Rp 6.800,00) untuk harga ditingkat pedagang menengah	Mahal
4	(> Rp 6.800,00) untuk harga ditingkat pedagang kecil.	Sangat Mahal

8. Kualitas produk adalah karakteristik yang dimiliki oleh produk untuk memberikan kepuasan bagi konsumen (Kotler, 2005). Penelitian ini memberikan pilihan angka 1-5 dengan penjelasan verbal berturut-turut sesuai item pernyataan.

Adapun indikator skala likert pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 8. Indikator Setiap Pernyataan Kualitas Produk

Item Pernyataan	Indikator
Penyataan 1 :	1 = tidak termasuk tempe yang enak
Tempe hygiene memiliki rasa yang lebih enak dibandingkan dengan tempe lain	2 = hanya terdapat 1 dari 4 ciri tempe yang enak
	3 = hanya terdapat 2 dari 4 ciri tempe yang enak
Penjelasan:	4 = hanya terdapat 3 dari 4 ciri
Ciri tempe yang enak yaitu:	tempe yang enak
1) tidak terdapat bahan campuran lain selain kedelai	5 = termasuk semua ciri tempe yang enak
2) aroma kedelai tercium	

3) menghasilkan tekstur yang halus saat digoreng	Keterangan : 1 = Sangat tidak setuju
4) tekstur tempe kompak dan seragam	2 = Tidak Setuju 3 = Ragu-ragu 4 = Setuju 5 = Sangat setuju
Pernyataan 2 : Tempe hygiene memiliki tampilan yang lebih menarik dibandingkan dengan tempe lain	1 = hanya terdapat 1 dari 5 ciri tampilan yang menarik 2 = terdapat 2 dari 5 ciri tampilan yang menarik 3 = terdapat 3 dari 5 ciri tampilan yang menarik 4 = terdapat 4 dari 5 ciri tampilan yang menarik 5 = terdapat semua ciri tampilan menarik yang disebutkan
Penjelasan: Ciri tampilan yang menarik yaitu: 1) warna packaging yang menarik	
2) kemasan mencerminkan produk yang ditawarkan	
3) terdapat informasi berkaitan dengan produk	Keterangan : 1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Ragu-ragu 4 = Setuju 5 = Sangat setuju
4) tampilan bersih dan rapi	
5) transparan dan mudah dipahami.	
Pernyataan 3 : Tempe hygiene diolah dengan higienis dibandingkan dengan tempe lain	1 = tidak menerapkan prinsip higienis 2 = hanya menerapkan 1 dari 5 prinsip higienis 3 = hanya menerapkan 2-3 dari 5 prinsip higienis 4 = hanya menerapkan 4 dari 5 prinsip higienis
Penjelasan: Pengolahan tempe menerapkan prinsip higienis yaitu	

- 1) melakukan dua kali pemanasan dalam proses produksi
- 2) kebersihan pekerja
- 3) kesehatan pekerja
- 4) kebersihan alat yang digunakan
- 5) kebersihan lingkungan produksi

5 = menerapkan semua prinsip higienis

Keterangan :

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Ragu-ragu

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

Pernyataan 4 :

Bahan baku tempe hygiene berasal dari kedelai berkualitas

1 = tidak terdapat ciri kedelai berkualitas

2 = hanya ada 1 dari 4 ciri kedelai berkualitas

Penjelasan:

3 = hanya ada 2 dari 4 ciri kedelai berkualitas

Kedelai berkualitas memiliki ciri

berkualitas

1) kedelai kuning merata

4 = hanya ada 3 dari 4 ciri kedelai berkualitas

2) kedelai berbentuk bulat

berkualitas

3) kedelai kering dan padat

5 = termasuk dalam semua ciri kedelai berkualitas

4) menggunakan kedelai non GMO.

kedelai berkualitas

Keterangan :

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Ragu-ragu

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

Pernyataan 5 :

Tempe hygiene lebih aman dikonsumsi dari pada tempe lain

1 = tidak termasuk tempe yang aman

2 = terdapat 1 dari ciri tempe yang aman

3 = terdapat 2 dari 4 ciri tempe yang aman

Penjelasan: 4 = terdapat 3 dari 4 ciri tempe yang aman
 Ciri tempe yang aman yaitu 5 = termasuk dalam semua ciri tempe yang aman
 1) tidak memberikan efek samping
 2) tidak terdapat kandungan logam
 3) kemasan tidak rusak
 4) terdapat izin usaha

Keterangan :

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Ragu-ragu

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

Pernyataan 6 :

Kemasan tempe hygiene rapi dan tidak ditemukan kerusakan 1 = tidak termasuk kedalam kemasan yang rapi

2 = terdapat 1 dari 4 ciri kemasan yang rapi

Penjelasan:

3 = terdapat 2 dari 4 ciri kemasan yang rapi

Kemasan tempe yang dibungkus dengan rapi memiliki ciri yaitu:

4 = terdapat 3 dari 4 ciri kemasan yang rapi

1) dibungkus dengan kemasan plastik

5 = termasuk dalam semua ciri kemasan yang rapi

2) tidak terdapat lubang

Keterangan :

3) padat atau semua sisi terisi

1 = Sangat tidak setuju

4) terhindar dari masuknya benda luar

2 = Tidak Setuju

3 = Ragu-ragu

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

Pernyataan 7 :

Kemasan tempe hygiene memberikan informasi produk dengan jelas 1 = tidak ada informasi dalam kemasan

2 = hanya ada 1-2 informasi dalam kemasan

3 = hanya ada 3-4 informasi dalam kemasan

Penjelasan:	4 = hanya ada 5 dari 6 informasi dalam kemasan
Informasi yang dimaksud yaitu:	5 = semua informasi terdapat dikemasan
1) nama produk	Keterangan :
2) informasi nilai gizi	1 = Sangat tidak setuju
3) berat bersih	2 = Tidak Setuju
4) alamat pabrik	3 = Ragu-ragu
5) tanggal produksi	4 = Setuju
6) tanggal kadaluarsa	5 = Sangat setuju
Pernyataan 8 :	1 = tidak terdapat izin usaha
Tempe hygiene memiliki izin usaha	2 = hanya terdapat tulisan izin usaha
	3 = terdapat izin usaha PIRT tetapi tidak terdapat nomor dalam kemasan
Penjelasan:	4 = terdapat izin usaha PIRT tetapi nomor ditulis tidak jelas dalam kemasan
Memiliki izin usaha PIRT dan dicantumkan dalam kemasan dengan jelas	5 = terdapat izin usaha PIRT dan ditulis nomornya dengan jelas dalam kemasan
	Keterangan :
	1 = Sangat tidak setuju
	2 = Tidak Setuju
	3 = Ragu-ragu
	4 = Setuju
	5 = Sangat setuju
Pernyataan 9 :	1 = terdapat semua ciri tempe yang berpengawet
Tempe hygiene tidak menggunakan bahan pengawet	2 = terdapat 3 dari 4 ciri tempe yang berpengawet

Penjelasan: 3 = terdapat 2 dari 4 ciri tempe yang
 Tempe yang berpengawet memiliki berpengawet
 ciri yaitu: 4 = hanya terdapat 1 dari 4 ciri
 1) bau kedelai hilang tempe berpengawet
 2) berlendir 5 = tidak terdapat ciri tempe yang
 3) mampu bertahan lebih dari 4 hari berpengawet.
 4) keras

Keterangan :

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Ragu-ragu

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

Pernyataan 10 :

Tempe hygiene tidak memiliki noda 1 = Ditemukan ≥ 10 noda hitam
 hitam 2 = Ditemukan 7-9 noda hitam
 3 = Ditemukan 4-6 noda hitam
 4 = Ditemukan 1-3 noda hitam
 5 = Tidak ditemukan noda hitam

Keterangan :

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Ragu-ragu

4 = Setuju

5 = Sangat setuju
