

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP MINYAK KELAPA MEREK BOGAMAS DI KABUPATEN PURWOREJO

Diah Ratnasari, Dyah Panuntun Utami dan Istiko Agus Wicaksono

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Purworejo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut yang memenuhi sifat ideal dan sikap konsumen, mengetahui sikap konsumen terhadap atribut minyak kelapa Bogamas serta faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minyak kelapa Bogamas.

Metode dasar penelitian menggunakan metode deskriptif analisis. Lokasi penelitian dilakukan secara *purposive sampling* pada 5 toko di Kabupaten Purworejo. Penentuan sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling*, jumlah responden 100. Data primer dianalisis menggunakan Analisis Model Sikap Angka Ideal, Analisis Regresi Linier Berganda, uji F dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang memenuhi sifat ideal menurut konsumen adalah atribut harga. Selisih nilai pada atribut harga yaitu 0,08. Nilai sikap konsumen terhadap minyak kelapa Bogamas adalah 3,42. Nilai tersebut berada pada *range* sangat baik. Semua atribut pada minyak kelapa Bogamas yaitu harga, warna, manfaat, dan kemasan produk dapat diterima konsumen dengan baik. Model analisis regresi $Y = -6,418 + 1,453X_1 - 0,418X_2 - 0,227X_3 + 0,457X_4 - 0,068X_5 - 0,134X_6 + 0,104X_7$. Hasil uji F diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($11,177 > 2,423$). Berdasarkan hasil analisis faktor yang mempengaruhi konsumsi minyak Bogamas yaitu faktor harga minyak Bogamas, harga minyak kelapa sawit, usia, jumlah anggota keluarga, pendidikan, pendapatan, pengambil keputusan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap konsumsi minyak kelapa Bogamas. Hasil uji t pada faktor harga diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,931 > 1,711$) dan pada faktor jumlah anggota keluarga nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,962 > 2,064$). Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap konsumsi minyak kelapa Bogamas adalah harga minyak Bogamas dan jumlah anggota keluarga.

Kata Kunci: Sikap Konsumen, Minyak kelapa Bogamas

PENDAHULUAN

Minyak merupakan salah satu zat makanan yang penting bagi kebutuhan tubuh manusia dan merupakan sumber energi serta satu gram minyak dapat menghasilkan 9 kkal (Winarno, 2002). Minyak nabati mengandung asam lemak

tak jenuh dan beberapa asam lemak esensial seperti *asam oleat*, *linoleat* dan *linolenat* (Ketaren, 1986).

Minyak kelapa Bogamas merupakan minyak goreng kelapa dengan bahan baku minyak klentik yang dihasilkan dari pengrajin minyak kelentik dari Desa Kedungkamal Kecamatan Grabag Kabupaten Purworejo. Minyak kelapa Bogamas merupakan salah satu merek minyak kelapa yang dihasilkan oleh Unit Pengolahan Kelapa Terpadu (UPKT) Coco Perdana Abadi di Desa Bragolan Kecamatan Purwodadi Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah. UPKT Perdana Abadi berdiri sejak Juni 2006.

Minyak goreng kelapa merupakan minyak yang penting untuk kesehatan karena rendah kolesterol yaitu 0,2%. Berbagai merek minyak kelapa yang beredar di pasar memacu terjadinya persaingan memperebutkan konsumen yang mendorong produsen berusaha untuk dapat memenangkan pasar atau mendapatkan konsumen yang banyak. Salah satu cara untuk dapat unggul bersaing dengan perusahaan lain adalah dengan mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen tentang produk yang dikonsumsinya.

Semakin tingginya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan, maka masyarakat mencari apapun untuk memperoleh kesehatan yang mahal harganya. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa minyak kelapa dirasa sangat tepat untuk dikonsumsi masyarakat sebagai salah satu alternatif dalam menjaga kesehatan. Hal tersebut mendorong peneliti untuk mengetahui sikap konsumen minyak kelapa Bogamas di Kabupaten Purworejo.

Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produknya, maka industri perlu diadakan penelitian tentang faktor-faktor yang terdapat pada produk tersebut yang dapat mendorong terciptanya pembelian. Konsumen dalam menggunakan minyak kelapa Bogamas akan mempertimbangkan atribut yang melekat pada produk minyak kelapa Bogamas. Atribut-atribut pada produk minyak kelapa meliputi harga, warna, manfaat produk, keamanan produk. Atribut-atribut tersebut dievaluasi oleh konsumen dan menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk minyak kelapa, sehingga akan mencerminkan sikap konsumen terhadap produk minyak kelapa. Proses konsumsi minyak kelapa Bogamas dipengaruhi

oleh faktor-faktor yaitu harga minyak kelapa Bogamas, harga minyak kelapa sawit, usia, anggota keluarga, pendidikan, pendapatan, pengambil keputusan.

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut Surakhmad (1990), metode deskriptif adalah penelitian yang memusatkan diri pada masa sekarang, pada masalah-masalah aktual. Pemilihan lokasi penelitian secara *purposive sampling* dengan pertimbangan bahwa minyak kelapa Bogamas merupakan produk lokal daerah Kabupaten Purworejo. Pemilihan sampel berdasarkan estimasi proporsi populasi dan *convident level*. Menurut Djarwanto dan Pangestu (1990), penentuan jumlah sampel ketika besar populasi tidak diketahui, yaitu dapat dilakukan dengan penduga proporsi menggunakan sampel dengan keyakinan $(1-\alpha)$ dan besarnya error tidak melebihi suatu harga tertentu maka rumus (E) dapat digunakan untuk menentukan besarnya sampel yang harus diambil. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 100 responden yang mengkonsumsi minyak kelapa Bogamas dan diperoleh dari 5 toko yang menyediakan minyak kelapa Bogamas.

B. Metode Analisis

1. Model Sikap Angka Ideal

Model angka ideal merupakan cara untuk mengetahui sikap konsumen dengan membandingkan harapan saat membeli produk dengan kenyataan setelah menggunakan produk tersebut. Model ini digambarkan sebagai berikut (Sumarwan, 2003):

$$Ab = \sum_{i=1}^n Wi \cdot Ii \cdot Xi$$

Keterangan :

Ab = Sikap keseluruhan terhadap atribut i.

Wi = Tingkat kepentingan yang diberikan responden terhadap atribut i.

Ii = Performansi ideal konsumen terhadap atribut i.

X_i = Kepercayaan konsumen terhadap atribut i .

n = Jumlah atribut yang dievaluasi oleh konsumen

Data tentang kepentingan, performansi ideal dan kepercayaan diukur dengan skala likert yaitu 5, 4, 3, 2, 1.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode regresi digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minyak kelapa Bogamas. Rumusnya adalah:

$$\text{LN } Y = a + b_1 \ln X_1 + b_2 \ln X_2 + b_3 \ln X_3 + b_4 \ln X_4 + b_5 \ln X_5 + b_6 \ln X_6 + d D_1 + u$$

Keterangan :

Y = Konsumsi minyak kelapa Bogamas (liter)

a = Konstanta

b_1, b_2, \dots, b_6 = Koefisien regresi

X_1 = Harga minyak kelapa Bogamas (Rp)

X_2 = Harga minyak kelapa sawit (Rp)

X_3 = Usia (tahun)

X_4 = Jumlah anggota keluarga (orang)

X_5 = Pendidikan (tahun)

X_6 = Pendapatan (Rp)

D_1 = *Dummy* untuk pengambil keputusan

$d = 1$: Jika pengambil keputusan istri

$d = 0$: Jika pengambil keputusan selain istri

u = residual

Pengujian Hipotesis

a) Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

H_0 : $b_i = 0$, artinya variabel *independent* (harga minyak kelapa Bogamas, harga minyak kelapa sawit, usia, jumlah anggota keluarga, pendidikan, pendapatan, pengambil keputusan) secara bersama-sama tidak

berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent* (konsumsi minyak kelapa Bogamas).

Ha : $b_i \neq 0$, artinya variabel *independent* (harga minyak kelapa Bogamas, harga minyak kelapa sawit, usia, jumlah anggota keluarga, pendidikan, pendapatan, pengambil keputusan) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent* (konsumsi minyak kelapa Bogamas).

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak berarti variabel *independent* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*.

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima berarti variabel *independent* secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*.

b) Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui variabel *independent* secara parsial berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

$H_0 : b_i = 0$, artinya variabel *independent* (harga minyak kelapa Bogamas, harga minyak kelapa sawit, usia, jumlah anggota keluarga, pendidikan, pendapatan, pengambil keputusan) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent* (konsumsi minyak kelapa Bogamas).

Ha : $b_i \neq 0$, artinya variabel *independent* (harga minyak kelapa Bogamas, harga minyak kelapa sawit, usia, jumlah anggota keluarga, pendidikan, pendapatan, pengambil keputusan) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent* (konsumsi minyak kelapa Bogamas).

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, ini berarti ada pengaruh nyata dari variabel *independent* yang bersangkutan dengan variabel *dependent*.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_o diterima, ini berarti bahwa tidak ada pengaruh nyata dari variabel *independent* yang bersangkutan dengan variabel *dependent*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sikap Konsumen Terhadap Minyak Kelapa Bogamas

1. Analisis Model Sikap Angka Ideal

Analisis sikap konsumen terhadap minyak kelapa Bogamas menggunakan model sikap angka ideal (A_b).

Tabel 1.
Skor Kepentingan, Performansi Ideal dan Kepercayaan Konsumen
Minyak Kelapa Bogamas

| Atibut | Skor Kepentingan (Wi) | Skor Performansi (Ii) | Skor Kepercayaan (Xi) |
|----------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Harga | 4,74 | 4,25 | 4,33 |
| Warna | 3,50 | 3,35 | 3,17 |
| Manfaat | 4,01 | 3,60 | 3,26 |
| Keamanan | 3,60 | 3,36 | 3,07 |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Tabel 2.
Sikap Konsumen Terhadap Minyak Kelapa Bogamas

| Atibut | (Ii-Xi) | Wi (Ii-Xi) |
|-------------------|---------|-------------|
| Harga | 0,08 | 0,38 |
| Warna | 0,18 | 0,63 |
| Manfaat produk | 0,34 | 1,36 |
| Keamanan produk | 0,29 | 1,04 |
| Sikap (Ab) | | 3,42 |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Hasil analisis menunjukkan nilai sikap konsumen terhadap minyak kelapa Bogamas (A_b) adalah 3,42. Nilai 3,42 berada pada *range* sangat baik. Hal ini berarti sikap konsumen terhadap minyak kelapa Bogamas sangat baik. Semua atribut pada minyak kelapa Bogamas yaitu harga,

warna, manfaat produk, dan keamanan produk dapat diterima konsumen dengan baik. Konsumen menganggap semua atribut sudah sesuai dengan kenyataan yang diperoleh responden. Hal ini ditunjukkan dengan perilaku pembelian konsumen yang menggunakan minyak kelapa Bogamas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat ditulis model analisis regresi sebagai berikut:

$$Y = -6,418 + 1,453X_1 - 0,418X_2 - 0,227X_3 + 0,457X_4 - 0,068X_5 - 0,134X_6 + 0,104X_7$$

3. Pengujian Hipotesis

Tabel 3.
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| Variabel | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t hitung | Sig. |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|----------|----------|
| | Coefficients | Std. Error | | | |
| (Constant) | -6,418 | 7,872 | | -0,815 | 0,423 |
| Harga minyak Bogamas | 1,453 | 0,752 | 0,208 | 1,931 | 0,065* |
| Harga minyak kelapa sawit | -0,418 | 0,493 | -0,100 | -0,848 | 0,405 |
| Usia | -0,227 | 0,330 | -0,088 | -0,686 | 0,499 |
| Jumlah anggota keluarga | 0,457 | 0,077 | 0,734 | 5,962 | 0,000*** |
| Pendidikan | -0,068 | 0,212 | -0,054 | -0,322 | 0,751 |
| Pendapatan | -0,134 | 0,098 | -0,206 | -1,363 | 0,185 |
| Dummy pengambil keputusan | 0,104 | 0,126 | 0,108 | 0,825 | 0,418 |
| R ² | 0,765 | | | | |
| F | 11,177 | | | | |

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

a. Koefisien Determinasi (R²)

Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan *Adjusted R square*. Hasil perhitungan regresi diketahui bahwa koefisien determinasi sebesar 0,765 atau 76,5%. Hal ini menunjukkan bahwa 76,5% konsumen mengkonsumsi minyak kelapa Bogamas dapat dijelaskan oleh variabel harga minyak Bogamas, harga minyak sawit, usia, jumlah anggota

keluarga, pendidikan, pendapatan, pengambil keputusan. Selebihnya sebesar 23,5% konsumen mengkonsumsi minyak kelapa Bogamas dipengaruhi oleh faktor lain, seperti: selera.

b. Uji F

Hasil pengujian adalah nilai F_{hitung} menunjukkan nilai sebesar 11,177 (signifikansi $F < 0,000$), jadi $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($11,177 \geq 2,423$) atau signifikansi $F \leq 0,05$ ($0,000 \leq 0,05$). Hal ini menunjukkan secara bersama-sama variabel harga minyak Bogamas, harga minyak kelapa sawit, usia, jumlah anggota keluarga, pendidikan, pendapatan, dan pengambil keputusan secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap konsumsi minyak kelapa Bogamas.

c. Uji t

Uji t yaitu untuk mengetahui signifikansi dari variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

- 1) Faktor harga minyak Bogamas (X_1), nilai t_{hitung} sebesar $1,931 \geq$ nilai t_{tabel} 1,695 dan nilai signifikansi $0,065 \leq 0,1$. Hal ini berarti H_a diterima sedangkan H_o ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan antara faktor harga dengan konsumsi minyak kelapa Bogamas. Hal ini karena semakin tinggi harga minyak maka akan berpengaruh pada pembelian seseorang.
- 2) Faktor harga minyak kelapa sawit (X_2), nilai t_{hitung} sebesar $-0,848 \leq$ nilai t_{tabel} 1,695 dan nilai signifikansi $0,406 \geq 0,1$. Hal ini berarti H_a ditolak sedangkan H_o diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor harga minyak kelapa sawit dengan konsumsi minyak kelapa Bogamas. Hal ini karena harga minyak kelapa sawit tidak berbeda jauh dengan harga minyak kelapa Bogamas.
- 3) Faktor usia (X_3), nilai t_{hitung} sebesar $-0,686 \leq$ nilai t_{tabel} 1,695 dan nilai signifikansi $0,499 \geq 0,1$. Hal ini berarti H_a ditolak sedangkan H_o diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor usia dengan konsumsi minyak kelapa Bogamas. Hal ini

karena untuk mengkonsumsi minyak tidak tergantung dari usia konsumen. Usia muda sampai tua dapat mengkonsumsi minyak kelapa Bogamas.

- 4) Faktor jumlah anggota keluarga (X_4), nilai t_{hitung} sebesar $5,962 \geq$ nilai t_{tabel} 2,039 dan nilai signifikansi $0,000 \leq 0,05$. Hal ini berarti H_a diterima sedangkan H_0 ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan antara faktor jumlah anggota keluarga dengan konsumsi minyak kelapa Bogamas. Hal ini karena bahwa semakin banyak jumlah anggota keluarga seseorang dapat mempengaruhi konsumsi minyak kelapa Bogamas.
- 5) Faktor pendidikan (X_5), nilai t_{hitung} sebesar $-0,322 \leq$ nilai t_{tabel} 1,695 dan nilai signifikansi $0,751 \geq 0,1$. Hal ini berarti H_a ditolak sedangkan H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor pendidikan dengan konsumsi minyak kelapa Bogamas. Hal ini karena untuk mengkonsumsi minyak tidak tergantung dengan tingkat pendidikan seseorang. Tingkat pendidikan rendah maupun tinggi dapat mengkonsumsi minyak kelapa Bogamas.
- 6) Faktor pendapatan (X_6), nilai t_{hitung} sebesar $-1,363 \leq$ nilai t_{tabel} 1,695 dan nilai signifikansi $0,185 \geq 0,1$. Hal ini berarti H_a ditolak sedangkan H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor pendapatan dengan konsumsi minyak kelapa Bogamas. Hal ini karena untuk mengkonsumsi minyak tidak tergantung dengan tingkat pendapatan seseorang. Tingkat pendapatan rendah maupun tinggi dapat mengkonsumsi minyak kelapa Bogamas.
- 7) Dummy pengambil keputusan (X_7), nilai t_{hitung} sebesar $0,825 \leq$ nilai t_{tabel} 1,695 dan nilai signifikansi $0,418 \geq 0,1$. Hal ini berarti H_a ditolak sedangkan H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara pengambil keputusan dengan konsumsi minyak kelapa Bogamas. Hal ini karena siapapun pengambil keputusan

pembelian minyak tidak mempengaruhi konsumsi minyak kelapa Bogamas.

PENUTUP

A. Simpulan

1. Deskripsi konsumen yang membeli minyak kelapa Bogamas didominasi oleh konsumen perempuan dengan umur 51-55 tahun. Tingkat pendidikan konsumen adalah SLTA dengan pekerjaan sebagai Ibu rumah tangga berpenghasilan kurang dari Rp 857.000 dan beranggotakan keluarga sebanyak 1-3 orang. Lama mengkonsumsi minyak kelapa Bogamas yaitu kurang dari 1 tahun dan alasan mengkonsumsi minyak kelapa Bogamas adalah untuk kesehatan.
2. Atribut yang paling sesuai dengan keinginan konsumen atau memenuhi sifat ideal menurut konsumen adalah atribut harga karena harga menjadi pertimbangan awal konsumen untuk memutuskan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan selisih nilai yang paling kecil yaitu 0,08.
3. Sikap konsumen terhadap minyak kelapa Bogamas sebesar 3,42 yang terletak pada posisi kurang dari 8,51 artinya sikap konsumen terhadap minyak kelapa Bogamas sangat baik. Semua atribut pada minyak kelapa Bogamas yaitu harga, warna, manfaat produk, keamanan produk dapat diterima konsumen dengan baik.
4. Analisis Regresi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Minyak Kelapa Bogamas. Model analisis regresi $Y = -6,418 + 1,453X_1 - 0,418X_2 - 0,227X_3 + 0,457X_4 - 0,068X_5 - 0,134X_6 + 0,104X_7$. Hasil uji F diketahui bahwa harga minyak Bogamas, harga minyak kelapa sawit, usia, jumlah anggota keluarga, pendidikan dan pendapatan, pengambil keputusan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap konsumsi minyak kelapa Bogamas. Hasil uji t diketahui bahwa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap konsumsi minyak kelapa Bogamas adalah harga minyak Bogamas dan jumlah anggota keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Djarwanto dan Pangestu, 1990. *Statistik Induktif*. BPFE. Yogyakarta
- Ketaren, S. 1986. *Pengantar Teknologi Minyak dan Lemak Pangan*. UI-Press. Jakarta.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen Teori & Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Surakhmad, W. 1990. *Dasar dan Teknik Researc: Pengantar Metodologi Ilmiah*. Sinar Harapan. Bandung.
- Winarno, F. G..2002. *Kimia Pangan dan Gizi*, P.T. Gramedia Utama, Jakarta.