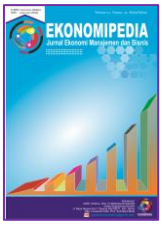
Vol. I, No. 1, Mai 2023
EKONOMIPEDIA
JURNAL EKONOMI MANAJEMEN DAN BISNIS
https://journals.gesociety.org/index.php/ekonomipedia



ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK TAHU GORENG SYARI'AH URANG AWAK DI PASAR IBUH KOTA PAYAKUMBUH

Elvina Susandra[*,1], Alfikri[2], John Nefri[3]
[1,2,3] Program Studi Pengelolaan Agribisnis, Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh, Limapuluh Kota, Indonesia
Email Korespondesi:
elvinasusandra1@gmail.com[1], alfikri.politani@gmail.com[*,2] john_nefri@yahoo.com[3]

Informasi Artikel:
Diterima Mar, 28, 2023
Disetujui Apr, 10, 2023
Diterbitkan Apr, 20, 2023

Keywords:
Fried Tofu
Ibuh Market
Ideal Figure Attitud

Kata kunci:
Tahu Goreng
Pasar Ibuh
Model Sikap Angka Ideal

Abstract*. The company Tahu Urang Crew is one of the experienced tofu companies in Payakumbuh which has been established since 1998 and is still surviving amidst the intense competition in the Payakumbuh tofu industry to date. This study aims to determine the ideal attributes according to consumers. The research method used is descriptive analytical method. Based on the results of the research, the product attributes of urang crew fried tofu as a whole are close to the consumer's ideal, which is nutritional content sequentially. While the packaging attributes do not meet the ideal consumer characteristics. Based on the analysis of the importance level of the attributes of the urang crew fried tofu product, it is known that the attribute that is prioritized by consumers in consuming sequentially is taste. The results of the study showed that the overall attitude of consumers towards fried tofu urang crew was very good.*

Abstrak. Perusahaan tahu urang awak merupakan salah satu perusahaan tahu yang berpengalaman di Payakumbuh yang telah berdiri sejak tahun 1998 dan masih tetap bertahan di tengah persaingan yang ketat di industri tahu kota payakumbuh sampai saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut yang ideal menurut konsumen dan sikap konsumen terhadap tahu goreng urang awak. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif analitis. Berdasarkan hasil penelitian atribut-atribut produk tahu goreng urang awak secara keseluruhan sudah mendekati ideal konsumen, yang secara berurutan yaitu kandungan gizi. Sedangkan atribut kemasan belum memenuhi sifat ideal konsumen. Berdasarkan analisis tingkat kepentingan atribut produk tahu goreng urang awak, diketahui bahwa atribut yang diprioritaskan oleh konsumen dalam mengkonsumsi secara berurutan adalah rasa. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan sikap konsumen terhadap produk tahu goreng urang awak sangat baik.

DOI: 10.55043/ekonomipedia
E-ISSN: xxxx-xxxx
Halaman: 61-69
Penerbit: Green Engineering Associates

PENDAHULUAN

Sektor industri pengolahaan saat ini merupakan sektor dengan kontribusi terbesar terhadap perekonomian Indonesia, sehingga sektor industri ini sering disebut sebagai motor penggerak perekonomian nasional. Pada saat ini, bukan hanya industri besar yang berkontribusi dalam pembangunan sektor industri tetapi banyak berkembangnya sektor industri kecil yang berkontribusi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara (Kartika, 2016). Pengembangan usaha agroindustri telah dicanangkan secara transparan sejak dekade 1990-an dan pada waktu itu diharapkan pemerintah segera mendorong usaha pengembangannya, terutama di pedesaan. Diharapkan melalui pengembangan usaha agroindustri di pedesaan mulai dari skala kecil hingga skala menengah secara bertahap akan terdorong mata rantai agribisnis di daerah yang semakin mantap (Kindangen, 2014 *dalam* Arifin, 2016).

Agroindustri berbasis pangan lokal memerlukan bahan baku berupa hasil pertanian yang sesuai untuk diproses menjadi produk pangan, salah satu bahan bakunya yaitu kedelai. Kedelai memiliki manfaat besar sebagai pangan kesehatan (*Health Food*). Salah satu karakteristik sifat protein kedelai adalah rendahnya kandungan metionin. Meskipun demikian penggunaannya dianggap cukup, apalagi ketika kedelai digunakan sebagai sumber protein diet (Wahyudi, 2017). Tahu merupakan salah satu hasil olahan dari kedelai yang disenangi oleh masyarakat karena harganya terjangkau dan juga merupakan salah satu jenis pangan murah dan enak. Menurut Rismayanti (2012), mengatakan bahwa jumlah kandungan protein nabati pada tahu sebesar 7,8 gr, yang dikategorikan bahwa protein yang terdapat pada tahu cocok untuk perbaikan gizi.

Produk tahu goreng menjadi salah satu produk yang banyak digemari oleh masyarakat di Payakumbuh dengan ciri khas tahu yang teksturnya padat dan gurih, menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.Salah satu perusahaannya yaitu perusahaan tahu goreng syari'ah urang awak atau masyarakat sekitar lebih mengenal tahu urang awak. Tingginya tingkat persaingan dalam industri tahu di Payakumbuh yang semakin ketat dapat dilihat dari banyaknya perusahaan-perusahaan tahu sejenis yang berdiri. Hal tersebut mengakibatkan perusahaan tahu urang awak harus mampu bersaing untuk mendapatkan konsumen ataupun untuk mempertahankan konsumen yang ada sebelumnya.

Sikap dapat didefenisikan sebagai bentuk ekspresi perasaan seseorang yang merefleksikan kesukaan atau ketidaksukaannya terhadap suatu objek (Suprapti, 2010). Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur sikap adalah perasaan suka terhadap objek dan

kepercayaan terhadap objek. Konsumen biasanya memiliki kepercayaan terhadap atribut suatu produk yang mana atribut tersebut image yang melekat dalam produk tersebut (Sumarwan, 2011).

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur sikap adalah perasaan suka terhadap objek dan kepercayaan terhadap objek. Mas'ud (2012) menyatakan bahwa mempelajari sikap seseorang merupakan cara terbaik untuk memahami mengapa konsumen melakukan tindakan tertentu. Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dasar pengambilan keputusan pembelian (Tjiptono, 2010). Maka atribut yang akan diteiliti meliputi harga, rasa, kandungan gizi, kemasan dan promosi. Setelah mengetahui penjabaran latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti "Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Tahu Goreng Syari'ah Urang Awak di Pasar Ibuh Kota Payakumbuh".

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif analitis, data yang digunakan berupa data primer, baik yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif. Teknik pelaksanaan dari penelitian ini menggunakan metode *survey* dengan menggunakan kuesioner sebagai panduan wawancara terhadap respoonden yang menjadi sampel dengan metode pengambilan sampel yaitu *judgement sampling* dengan pertimbangan tertentu (Sugiono, 2013). yaitu 40 responden yang pernah mengkonsumsi tahu goreng urang awak Sedangkan untuk penentuan jumlah sampel menurut Roscoe dalam buku Sugiyono (2012) yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Data dianalisis menggunakan model sikap angka ideal (*Ideal-Point Model*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Perusahaan

Perusahaan tahu gorengsyari'ah urang awak merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri pengolahan kedelai menjadi produk berupa tahu mentah (putih) dan tahu goreng yang berlokasi di kelurahan kapalo koto ampangan kecamatan payakumbuh selatan. Usaha tahu goreng urang awak berdiri sejak 23 tahun yang lalu dan hingga saat ini tetap menjaga kualitas tahu yang diproduksi guna memberikan kepuasan pada pelanggan setianya. Usaha tahu goreng ini berdiri dan telahberbadan hukum, serta sudah terdaftar pada DEPKES.IRT Nomor 215.136701039.

Karakteristik Responden

Responden didominasi oleh perempuan sebanyak 37 responden sedangkan laki-laki hanya berjumlah 3 responden, berdasarkan umur responden didominasi oleh kalangan umur 36-49 tahun yang tergolong masih produktif yang mampu bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya serta lebih berpengalaman dalam mempertimbangkan atribut-atribut pada produk tahu goreng urang awak yang diinginkan yaitu sebanyak 20 orang responden. Dilihat dari tingkat pendidikan responden rata yaitu tingkat pendidikan rendah, sedang dan tinggi, ini menunjukkan bahwa saat ini kebanyakan konsumen dengan tingkat pendidikan yang rendah, sedang, maupun tinggi memiliki kesadaran untuk lebih peduli terhadap kesehatannya yaitu dengan memperhatikan faktor gizi.

Pendapatan dan pendidikan juga akan mempengaruhi proses keputusan dan pola konsumsi seseorang, hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden yang mengonsumsi tahu goreng urang awak adalah pedagang kecil sebanyak 18 orang responden. Berdasarkan pendapatan, responden tahu goreng urang awak sebagian besar berpendapatan sedang (Rp.1.500.000-2.500.000) sebanyak 25 orang responden. Semakin tinggi pendapatan responden, maka kesempatan responden untuk membeli tahu goreng urang awak dengan atribut-atribut dan kualitas yang baik juga semakin besar. 25 orang responden memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 3 hingga 5 orang, Anggota keluarga dapat saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian tahu goreng urang awak. 30 orang responden yang melakukan pembelian terahadap tahu goreng urang awak berasal dari Kota Payakumbuh, dan sisanya yaitu sebanyak 10 orang responden berasal dari luar Kota Payakumbuh.

Karakteristik Pembelian Responden

Dari hasil penelitian alasan pembelian tahu urang awak adalah berbagai alasan lain 13 orang responden, rasa gurih 12 orang responden, harga yang terjangkau 10 orang responden, kandungan gizi 4 orang responden dan kemasan yang menarik 1 orang responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 21 orang responden membeli tahu goreng urang awak di Pasar Ibuh dengan frekuensi setiap hari yang dilakukan oleh para pedagang kecil yang mana akan dijual kembali dengan menjadikannya sebagai olahan makanan serta para ibu-ibu rumah tangga yang membeli tahu goreng untuk sebagai cemilan dirumah. Dan rata-rata pembelian yang dilakukan responden adalah 1-2 bungkus tahu goreng urang awak sebanyak 17 orang responden.

Analisis Atribut Menurut Sifat Ideal dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Tahu Goreng Urang Awak

Tabel 1. Kualitas Ideal Konsumen Terhadap Produk Tahu Goreng Urang Awak

Atribut	Ideal (Ii)	Kepercayaan Konsumen (Xi)	[Ii-Xi]
Harga	4,10	3,93	0,18
Rasa	4,15	4,00	0,15
Kemasan	3,53	3,00	0,53
Kandungan Gizi	4,18	4,10	0,08
Promosi	3,18	3,05	0,13

Sumber : Data Diolah, 2021

Berdasarkan hasil analisis kualitas ideal terhadap produk tahu goreng urang awak dapat diketahui bahwa atribut-atribut yang ada pada produk tahu goreng urang awak sudah memenuhi sifat ideal menurut konsumen.Walaupun atribut kemasan belum memenuhi sifat ideal menurut konsumen, karena tidak ada pencantuman daftar komposisi dan masa kadaluwarsa, namun secara keseluruhan atribut-atribut produk tahu goreng urang awak sudah memenuhi sifat ideal menurut konsumen.Adanya analisis tersebut dapat memberikan informasi bagi produsen tahu goreng urang awak terkait dengan atribut produk yang sudah ataupun belum sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.Sehingga untuk selanjutnya dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan perbaikan produsen sesuai upaya untuk meningkatkan kualitas produk melalui atribut-aribut yang melekat pada produk tahu goreng urang awak.

Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Atribut Produk Tahu Goreng Urang Awak

Pengambilan keputusan oleh konsumen dalam setiap pembelian terhadap suatu produk akan mempertimbangkan atribut-atribut yang ada pada setiap produk. Konsumen yang membeli tahu goreng urang awak akan mempertimbangkan atribut-atribut menurut kepentingannya. Atribut yang melekat pada produk tahu goreng urang awak merupakan salah satu daya tarik bagi konsumen pada saat membeli. Pada penelitian ini produk tahu goreng urang awak yang dianalisis adalah tahu goreng yang menggunakan bahan baku kedelai dengan kualitas yang bagus. Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk tahu goreng urang awak, maka sebelumnya perlu dianalisis mengenai tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut produk tahu goreng urang awak. Tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut produk tahu goreng urang awak adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Atribut Produk Tahu Goreng Urang Awak

Atribut	STP (1)	TP (2)	C (3)	PT (4)	SPT(5)	N	Wi	Rangking
Rasa	0	0	2	16	22	40	4,50	1
Kandungan Gizi	0	0	4	20	16	40	4,30	2
Harga	0	1	12	17	10	40	3,90	3
Kemasan	0	3	11	20	6	40	3,73	4
Promosi	0	3	11	22	4	40	3,68	5

Sumber: Data Diolah, 2021

Keterangan:
STP : Sangat Tidak Penting
TP : Tidak Penting
C : Cukup
PT : Penting
SPT : Sangat Tidak Penting
N : Jumalah Responden
Wi : Tingkat Kepentingan

Tabel diatas menunjukkan bahwa atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian tahu goreng urang awak adalah rasa dari tahu goreng tersebut. Atribut yang kedua dipertimbangkan oleh konsumen yaitu kandungan gizi. Bagi konsumen kandungan gizi selalu dipertimbangkan, karena konsumen sudah mengetahui apa yang terkandung dalam tahu goreng, selain itu juga karena sifat konsumen yang sangat peduli dengan keamanan makanan yang akan dikonsumsi oleh keluarga mereka, bukan hanya sekedar rasa enak dan membuat perut kenyang.

Atribut yang ketiga yaitu harga dari tahu goreng urang awak.Harga tahu goreng urang awak cenderung masih terjangkau dan sesuai dengan daya beli konsumen.Konsumen mempertimbangkan atribut harga karena pembelian tersebut disesuaikan dengan pendapatan serta kualitas dari tahu goreng urang awak. Atribut keempat yang dipertimbangkan oleh konsumen yaitu kemasan.Karena menurut konsumen karena kemasan sangat penting, kaitannya untuk menjaga kehigienisan dari tahu goreng urang awak serta untuk mengetahui berbagai informasi yang tercantum seperti komposisi dan masa kadaluawarsa.Sedangkat atribut terakhir yang dipertimbangkan oleh konsumen yaitu promosi. Promosi berperan sebagai menginformasikan produk tahu goreng urang awak kepada para konsumen.

Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Tahu Goreng Urang Awak

Seorang produsen ataupun pemasar harus dapat mengetahui bagaimana selera konsumen yang tercermin dari prilaku konsumen, khususnya sikap konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan dan prilaku. Sikap biasanya memainkan peranan utama dalam membentuk prilaku. Setiap konsumen memiliki produk ideal bagi dirinya. Ditinjau dari sikap, semakin dekat sebuah produk ke poin ideal, semakin baik posisinya. Dengan mengetahui sikap konsumen, sangat penting bagi produsen untuk memenuhi selera konsumen akan produk tahu goreng urang awak yang diinginkan sehingga dapat memberikan keuntungan bagi produsen dan pemasar.

Tabel 3. Sikap Konsumen Terhadap Produk Tahu Goreng Urang Awak

Atribut	Tingkat Kepentingan (Wi)	Ii-Xi	Wi*Ii-Xi
Kemasan	3,73	0,53	1,98
Harga	3,90	0,18	0,70
Rasa	4,50	0,15	0,68
Promosi	3,68	0,13	0,48
Kandungan Gizi	4,30	0,08	0,34
Sikap (Ab)			**4,18**

Sumber: Data Diolah, 2021

Kriteria sikap konsumen terhadap atribut produk tahu goreng urang awak, dinilai dengan menggunakan skala linier numerik yaitu:

$$x = \frac{\sum W_i(Ii-1)}{skala}$$

$$x = \frac{3,73(3,53-1)+3,90(4,10-1)+4,50(4,15-1)+3,68(3,18-1)+4,30(4,18-1)}{5}$$

$$x = \frac{9,4369+12,09+14,175+8,0224+13,674}{5}$$

$$x = \frac{57,3983}{5}$$

$$x = 11,47966$$

Keterangan:

x = Kriteria Sikap Konsumen

Wi = Tingkat Kepentingan Atribut Produk

Ii = Performansi Ideal Konsumen Terhadap Produk

Di interpretasikan dengan skala linier numerik:

$0 \leq 4{,}18 \leq 11{,}47966$: Sangat Baik

$12{,}47966 \leq 22{,}95932$: Baik

$23{,}95932 \leq 34{,}43898$: Netral

$35{,}43898 \leq 45{,}91864$: Buruk

$46{,}91864 \leq 57{,}3983$: Sangat Buruk

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sikap konsumen terhadap produk tahu goreng urang awak yang ditunjukkan dari nilai sikap konsumen yaitu sebesar 4,18 dengan menggunakan skala linier numerik, nilai tersebut termasuk dalam kelompok sikap sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan atribut-atribut yang melekat pada produk tahu goreng urang awak sudah memenuhi sifat ideal sesuai dengan keinginan konsumen, selain ditunjukkan dengan prilaku beli konsumen yang mengkonsumsi tahu goreng urang awak, konsumen juga mendapatkan berbagai manfaat dengan mengkonsumsi tahu goreng urang awak.

Menurut Pharestyna (2013) menyatakan bahwa atribut yang sudah memenuhi sifat ideal menurut konsumen adalah kandungan gizi, rasa, promosi dan harga.Sedangkan kemasan belum memenuhi sifat ideal menurut konsumen.Berdasarkan tingkat kepentingan atribut produk tahu kuning LTT, diketahui bahwa atribut yang di prioritaskan oleh konsumen dalam mengkonsumsi yaitu rasa, harga, kemasan, promosi dan kandungan gizi menjadi atribut paling terakhir yang menjadi pertimbangan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang telah diuraikan terhadap Produk Tahu Goreng Urang Awak Di Pasar Ibuh Kota Payakumbuh dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Atribut-atribut pada tahu goreng urang awak secara berurutan mulai dari yang paling mendekati sifat ideal (sesuai yang diinginkan) menurut konsumen adalah atribut-atribut kandungan gizi, promosi, rasa, harga dan kemasan.
2. Hasil dari analisis sikap konsumen terhadap produk tahu goreng urang awak menunjukkan sikap sangat baik atau positif. Hal tersebut karena secara keseluruhan atribut-atribut pada tahu goreng urang awak sudah memenuhi sifat ideal sesuai dengan keinginan atau selera konsumen.

3. Atribut-atribut pada tahu goreng urang awak yang paling dipertimbangkan oleh konsumen secara berurutan adalah rasa, kandungan gizi, harga, serta kemasan, sedangkan promosi menjadi pertimbangan paling akhir bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin. 2016. Pengantar Agroindustri. Mujahid Press. Bandung.

Kartika.2016.Analisis Produksi Tahu Pada Kawasan Sentra industri Tahu Cibuntu Bandung. Fakultas Ekonomi. Universitas Pasanda.

Mas'ud. 2012. Pengaruh Sikap, Norma-Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan Nasabah Bank Terhadap Keinginan Untuk Menggunakan Automatic Teller Machine (ATM) Bank BCA di Kota Malang. Jurnal Manajemen dan Akuntansi.Vol. 1.No. 3. Hal:13-28.

Pharestyna D. 2013. Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Tahu Kuning Di Kota Kediri (Studi Kasus Tahu Kuning Merek LTI). Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.

Rismayanti.2012. Daftar Kompisisi Protein Nabati Bahan Makanan.Pt. Gramedia Widisaran Indonesia. Jakarta.

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. 2013. Metodologi Penelitian. http://eprints.umg.ac.id. Diakses pada 23 Juli 2021.

Sumarwan, U. 2011. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. Bogor.

Tjiptono. 2010. Defenisi Atribut Produk Berdasarkan Pengambilan Keputusan Pembelian. ANDI Yogyakarta.

Wahyudi. 2017. Responden Tanaman Kedelai Varietas Wilis Akibat Pemberian Dosis Pupuk N. P. K. Dan Pupuk Suanopd Tanaman Inceptisol Jatinangor. Jurnal Kultivasi Vol. 16.No. 2.University Padjadjaran.