

Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Tempe Mentah Studi Kasus : UMKM Berkah Tempe Di Pasar Tradisional Kota Aek Nabara, Kabupaten Labuhan Batu

Elvi Susiati¹, Sri Wahyuni²

^{1,2} Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah, Medan

Corresponding Author: ✉ elvisusiati@Umnaw.ac.id

ABSTRACT

Sebagai makanan tradisional, tempe memberikan kontribusi yang besar terhadap produsen dan konsumen berpenghasilan rendah dan secara konsisten membantu kehidupan karena tempe tersedia setiap saat untuk kebutuhan sehari-hari, teknik pembuatannya sederhana, murah, distribusi pemasaran luas, dan sebagai sumber penghasilan. Tempe sebagai makanan terfermentasi tradisional, dengan bahan baku kedelai dan kultur starter *Rhizopus oligosporus*, memiliki khasiat yang besar untuk mencegah terjadinya berbagai penyakit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden (jenis kelamin, umur, pekerjaan dan pendapatan) persepsi konsumen terhadap kualitas tempe mentah di pasar tradisional Kota Aek Nabara, kabupaten Labuhanbatu. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 34 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara dengan responden, yaitu konsumen yang membeli tempe mentah dengan menggunakan kuisioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen tempe mentah di pasar tradisional digambarkan melalui beberapa sebaran. Rata - rata berjenis kelamin perempuan dengan rentang umur 30 - 49 tahun dengan pekerjaan sebagai Ibu Rumah Tangga dengan pendapatan sebesar Rp 1.000.000 - 3.000.000. Para Konsumen memiliki persepsi yang sangat baik pada tolak ukur Kemasan (88,22%), harga (91,11%), higienis (88,67%), tekstur (87,33%) dan ukuran (88,00%) termasuk kategori baik terhadap keputusan konsumen dalam membeli tempe mentah. Rataan dari keseluruhan perhitungan indeks skor yaitu 88,67%. Maka persepsi konsumen terhadap kualitas tempe mentah di Pasar Tradisional di kategorikan sangat baik.

Keywords *Persepsi Konsumen, Kualitas, Tempe Mentah*

PENDAHULUAN

Tempe merupakan makanan tradisional Indonesia yang sudah dikenal sejak berabad-abad yang lalu, terutama dalam tatanan budaya makan masyarakat, khususnya di Yogyakarta dan Surakarta. Selanjutnya teknik pembuatan tempe menyebar keseluruh Indonesia sejalan dengan penyebaran masyarakat Jawa yang bermigrasi keseluruh penjuru Nusantara (Kuncoro 2009). Sebagai makanan tradisional, tempe memberikan kontribusi yang besar terhadap produsen dan konsumen berpenghasilan rendah dan secara konsisten membantu kehidupan mereka, karena: tempe tersedia setiap saat untuk

kebutuhan sehari-hari, teknik pembuatannya sederhana, murah, distribusi pemasaran luas, dan sebagai sumber penghasilan(Husodo dkk. 2004).

Harga tempe yang relatif murah, rasanya yang enak, kandungan gizinya yang tinggi, potensi medis yang dimilikinya, dan bisa diolah menjadi berbagai bahan makanan, telah menjadikan tempe semakin populer di masyarakat Indonesia. Tempe sebagai makanan terfermentasi tradisional, dengan bahan baku kedelai dan kultur starter *Rhizopus oligosporus*, memiliki khasiat yang besar untuk mencegah terjadinya berbagai penyakit(F.Rahardi dkk. 1993).

Proses pembuatan tempe memiliki tahapan yang meliputi pencucian kedelai, perendaman, perebusan, penambahan ragi, fermentasi dan pengemasan. Proses produksi tempe mentah menjadi dua bagian yaitu proses produksi basah yang meliputi pencucian, perendaman, perebusan kedelai, pemisahan kulit kedelai dan pengasaman, serta proses produksi kering yang meliputi penambahan ragi, fermentasi dan pengemasan. Proses produksi tempe mentah membutuhkan waktu yang cukup lama, terutama pada tahap pengasaman, pemisaan kulit dan fermentasi(Zulkarnain 2009).

Menurut teori Stephen p. Robbins persepsi adalah proses pengorganisasian dan pemaknaan terhadap kesan-kesan sensori untuk memberi arti pada lingkungan. Menurut teori Tjiptono kualitas produksi merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhan(Kotler 1996).

Salah satu yang terdapat di Pasar Tradisional Kota Aek Nabara adalah UMKM Berkah Tempe. Berkah Tempe merupakan usaha rumahan yang memiliki fokus produksi tempe mentah di Pasar Tradisional Kota Aek Nabara. Sejarah UMKM Berkah Tempe ini didirikan bulan february 2006 oleh keluarga Jamini yang telah berkecimpung dalam usaha tempe sejak tahun 1990-an. UMKM ini didirikan dengan nama Berkah Tempe, dengan rumah produksi pertama terletak di Jalan Sidorukun, Kecamatan Pangkatan, Kabupaten Labuhanbatu. Walaupun sudah berdiri cukup lama, UMKM Berkah Tempe ini belum mampu mempromosikan untuk menarik pembeli(Nazarudin 1994).

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain atau rancangan penelitian merupakan sesuatu yang mencakup tentang pendekatan yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini mengungkapkan pendekatan deskriptif kuantitatif, yaitu pengukuran yang cermat terhadap fenomena social tertentu. Penggunaan rancangan pendekatan

ini diharapkan dapat mengetahui variable - variable terhadap fenomena yang diteliti secara mendalam.

Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, (2017), "Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya".

Dalam Hal ini variabel yang diteliti terdiri dari :

1. Variabel Bebas (X)

Menurut Arikunto, (2015), Persepsi adalah proses pemilihan, pengorganisasian dan penginterpretasian melalui informasi, sensasi yang diterima melalui penglihatan, perasaan, pendengaran, penciuman dan sentuhan, untuk menghasilkan makna.

Adapun indikator dari variabel kualitas produk ini adalah sebagai berikut :

1. Harga
2. Kemasan
3. Ukuran
4. Tekstur
5. Higienis

Indikator Kualitas Produk

Indikator Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong (2012: 325) adalah:

1. Kinerja, berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. Daya tahan yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.
3. Kesesuaian dengan Spesifikasi, yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. Fitur, adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. Reliabilitas adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. Estetika berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.
7. Kesan Kualitas merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa

konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

8. Perbaikan meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi serta kompetensi dan keramahmatan staf layanan

Instrumen Penelitian

Untuk memperoleh data persepsi masyarakat terhadap kualitas tempe mentah di Pasar Tradisional Kota Aek Nabara, Kabupaten Labuhan Batu yang berjumlah 30 pelaku pembeli tempe mentah, penulis menggunakan alat/bahan yang disebut instrumen penelitian. Dalam hal ini yang dijadikan sebagai instrumen penelitian adalah dalam menggunakan kuesioner.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian yang dilakukan pada penelitian ini yaitu :

1. Observasi

Observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses pengumpulan dengan mengamati secara langsung objek penelitian.

2. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti

3. Daftar Pertanyaan (Kuesioner)

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang tersusun dengan baik digunakan untuk alat pengumpulan data melalui survei.

Analisis Deskriptif

Untuk menjawab rumusan masalah yaitu “karakteristik konsumen terhadap kualitas tempe mentah di Pasar Tradisional Kota Aek Nabara” diselesaikan dengan menggunakan analisis deskriptif. Analisis ini menggambarkan tentang ciri seseorang yang akan mempengaruhi proses keputusan pembelian yaitu usia, jenis kelamin, pekerjaan dan pendapatan.

Analisis Skala Likert

Menurut Sugiyono, (2016), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat serta persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Untuk menjawab rumusan masalah “persepsi konsumen terhadap kualitas tempe mentah di Pasar Tradisional Kota Aek Nabara” diselesaikan dengan menggunakan skala likert dan memberikan skor pada kuisisioner kemudian diinterpretasikan dalam bentuk narasi. Dengan menggunakan skala likert, variabel yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator. Kemudian indikator variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak

ukur untuk menyusun item – item instrumen yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan. Jawaban setiap item instrumen menggunakan gradasi sangat positif sampai sangat negatif. Dengan skor dari setiap indikator sebagai berikut:

- Sangat Setuju (SS) = 5
- Setuju (S) = 4
- Netral (N) = 3
- Tidak Setuju (TS) = 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Interpretasi Skor Perhitungan

Agar mendapatkan hasil interpretasi, terlebih dahulu harus diketahui nilai skor tertinggi (maksimal), indeks skor dan interval skor.

Menghitung Skor Maksimal

$$\text{Skor Maksimal} = \text{Jumlah Responden} \times \text{Skor Tertinggi Likert} \times \text{Jumlah Pertanyaan}$$

Menghitung Indeks Skor

$$\text{Indeks Skor (\%)} = \frac{\text{Total Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$$

Rumus Interval

$$I = \frac{100}{\text{Jumlah Skor Likert}}$$

Table. 1
 Interval Skor Jawaban Likert

Indeks Skor	Keterangan
0% - 19.99%	Sangat Buruk
20% - 39.99%	Buruk
40% - 59.99%	Netral
60% - 79.99%	Baik
80% - 100%	Sangat Baik

Definisi Operasional

- a. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli tempe mentah di Pasar Tradisional Kota Aek Nabara.
- b. Tempe di UMKM Berkah Tempe memiliki warna yang putih, bertekstur padat dan tidak berbau tengik.
- c. Persepsi konsumen adalah proses seseorang konsumen dalam menyeleksi dan menginterpretasikan informasi pemilihan produk berdasarkan pengalaman kebutuhan dan peristiwa atau hubungan – hubungan yang diperoleh guna mendapatkan arti atau keputusan.

- d. Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Harga tempe mentah di UMKM Berkah Tempe sesuai dengan kualitas produk yang didapat.
- e. Kualitas tempe mentah yang baik dan terjamin dari segi kemasan, tekstur dan higienis.

Batasan Operasional

- a. Penelitian ini dilakukan di UMKM Berkah Tempe Pasar Tradisional Kota Aek Nabara.
- b. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 24 April - 24 Mei.
- c. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah membeli tempe mentah di UMKM Berkah Tempe yaitu sebanyak 30 responden.
- d. Metode penelitian dalam jumlah sampel yang digunakan adalah Snowball.
- e. Penelitian ini hanya meneliti kualitas produk (X) berdasarkan harga, kemasan, tekstur, higienis dan ukuran. Persepsi konsumen (Y) hanya berdasarkan sikap.
- f. Penelitian ini menggunakan metode analisis skala likert (Priyatno 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah keseluruhan karakteristik yang akan mempengaruhi seseorang dalam melakukan suatu kegiatan yang menunjang kehidupannya kearah yang lebih baik. Karakteristik seseorang dapat mempengaruhi tindakan, pola pikir serta wawasan yang dimiliki. Karakteristik social ekonomi responden di daerah penelitian meliputi: jenis kelamin, umur, pekerjaan dan pendapatan. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen tempe mentah yang membeli di pasar tradisional Aek Nabara. Adapun jumlah responden yang diambil yaitu sebanyak 30 orang. Maka dapat diperoleh gambaran umum tentang karakteristik responden yang telah diteliti sebagai berikut:

Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terbagi atas Laki - laki dan Perempuan. Karakteristik konsumen sebagai pengambil keputusan pembelian tempe mentah. Berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	7	23
Perempuan	23	77
Jumlah	30	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa konsumen tempe mentah berjenis kelamin laki - laki sebanyak 7 orang atau 23% dan berjenis kelamin perempuan 23 orang atau 77%. Dari presentase tersebut konsumen perempuan lebih mendominasi, dikarenakan perempuan lebih sering menjadi pengambil keputusan dalam kegiatan membeli.

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur merupakan salah satu indikator dalam penentuan masa produktif seseorang dalam menjalani aktivitas secara optimal. Umur responden secara keseluruhan berada pada rentang <18 hingga diatas >50 tahun dan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur (Tahun)	Jumlah	Presentase (%)
<18	4	13%
18 - 29	9	30%
30 - 49	15	50%
>50	2	7%
Jumlah	30	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa persentase umur konsumen berada pada kisaran umur <18 tahun sebanyak 4 orang atau 13%. Kemudian, rentang umur 18 - 29 tahun sebanyak 9 orang atau 30 %. Selanjutnya, rentang umur 30 - 49 tahun sebanyak 15 orang atau 50%. Dan rentang umur >50 tahun sebanyak 2 orang atau 7%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang membeli tempe mentah di Pasar Tradisional Kota Aek Nabara didominasi oleh rentang umur 30 - 49 tahun.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan setiap orang tentu saja berbeda - beda tergantung kepada potensi dan pengetahuan yang dimilikinya. Pekerjaan seseorang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian produk. Adapun karakteristik responden berdasarkan pekerjaan sebagai berikut :

Tabel 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	4	13%
Wiraswasta	6	20%
Pegawai Negeri Sipil	2	7%
Guru	3	10%
Ibu Rumah Tangga	15	50%
Jumlah	30	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa konsumen tempe mentah dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 4 orang atau 13%, pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 6 orang atau 20%, pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 2 orang atau 7%, pekerjaan sebagai guru sebanyak 3 orang atau 10% dan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga sebanyak 15 orang atau 50%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang membeli tempe mentah di Pasar Tradisional Kota Aek Nabara didominasi oleh ibu rumah tangga.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan seseorang dalam memiliki peran yang penting dalam memenuhi kebutuhan yang berhubungan dengan pembelian yang akan dilakukan. Mereka akan menyesuaikan pendapatan mereka untuk membeli suatu produk tertentu. Adapun pendapatan responden dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Presentase (%)
< Rp.1.000.000,00	5	13%
Rp.1.000.000,00 – Rp.3.000.000,00	15	50%
> Rp.3.000.000,00	10	7%
Jumlah	30	100%

Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tempe Mentah Kemasan

Tabel 6
Hasil Jawaban Responden Tentang Kemasan

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	17	57	9	30	4	13	0	0	0	0	30	100
2	20	67	7	23	3	10	0	0	0	0	30	100
3	8	27	15	50	7	23	0	0	0	0	30	100

- Jawaban responden tentang “kemasan tempe mentah menggunakan daun pisang” adalah 17 (57%) sangat setuju, 9 (30%) menjawab setuju dan 4 (13%) kurang setuju.
- Jawaban responden tentang “kemasan tempe mentah menggunakan plastik” adalah 20 (67%) sangat setuju, 7 (23%) menjawab setuju dan 3 (10%) kurang setuju.
- Jawaban responden tentang “kemasan tempe mentah menggunakan daun pisang memiliki aroma yang khas” adalah 8 (27%) sangat setuju, 15 (50%) menjawab setuju dan 7 (23%) kurang setuju.

Ukuran

Tabel 7
Hasil Jawaban Responden Tentang Ukuran

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	9	30	13	43	8	27	0	0	0	0	30	100
2	7	23	20	67	3	10	0	0	0	0	30	100
3	7	23	15	50	8	27	0	0	0	0	30	100

- Jawaban responden tentang “ukuran tempe panjang” adalah 9 (30%) sangat setuju, 13 (43%) menjawab setuju dan 8 (27%) kurang setuju.
- Jawaban responden tentang “ukuran tempe sedang” adalah 7 (23%) sangat setuju, 20 (67%) menjawab setuju dan 3 (10%) kurang setuju.
- Jawaban responden tentang “ukuran tempe pendek” adalah 7 (23%) sangat setuju, 15 (50%) menjawab setuju dan 8 (27%) kurang setuju.

Tekstur

Tabel 8
Hasil Jawaban Responden Tentang Tekstur

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	8	27	15	50	7	23	0	0	0	0	30	100
2	13	43	8	27	9	30	0	0	0	0	30	100

3	8	27	15	50	7	23	0	0	0	0	30	100
---	---	----	----	----	---	----	---	---	---	---	----	-----

1. Jawaban responden tentang “Tekstur tempe kurang padat” adalah 8 (27%) sangat setuju, 15 (50%) menjawab setuju dan 7 (23%) kurang setuju.
2. Jawaban responden tentang “Tekstur tempe cenderung lebih padat” adalah 13 (43%) sangat setuju, 8 (27%) menjawab setuju dan 9 (30%) kurang setuju.
3. Jawaban responden tentang “Tekstur pada tempe mudah dikonsumsi” adalah 8 (27%) sangat setuju, 15 (50%) menjawab setuju dan 7 (23%) kurang setuju.

Higienis

Tabel 9
Hasil Jawaban Responden Tentang Higienis

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	
1	6	20	17	57	7	23	0	0	0	0	30	100
2	5	17	9	30	16	53	0	0	0	0	30	100
3	8	27	13	43	9	30	0	0	0	0	30	100

1. Jawaban responden tentang “tempe mentah tidak berbau tengik” adalah 6 (20%) sangat setuju, 17 (57%) menjawab setuju dan 7 (23%) kurang setuju.
2. Jawaban responden tentang “tempe yang diproduksi diselimuti miselium yang berwarna putih” adalah 5 (17%) sangat setuju, 9 (30%) menjawab setuju dan 16 (53%) kurang setuju.
3. Jawaban responden tentang “pembungkusan tempe mentah menutupi seluruh sisi secara menyeluruh” adalah 8 (27%) sangat setuju, 13 (43%) menjawab setuju dan 9 (30%) kurang setuju.

Harga

Tabel 10
Hasil Jawaban Responden Tentang Harga

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	
1	6	20	17	57	7	23	0	0	0	0	30	100
2	5	17	9	30	16	53	0	0	0	0	30	100
3	8	27	13	43	9	30	0	0	0	0	30	100

1. Jawaban responden tentang “harga tempe mentah terjangkau” adalah 6 (20%) sangat setuju, 17 (57%) menjawab setuju dan 7 (23%) kurang setuju.
2. Jawaban responden tentang “harga tempe mentah mahal” adalah 5 (17%) sangat setuju, 9 (30%) menjawab setuju dan 16 (53%) kurang setuju.
3. Jawaban responden tentang “harga tempe mentah murah” adalah 8 (27%) sangat setuju, 13 (43%) menjawab setuju dan 9 (30%) kurang setuju.

Interpretasi Skor Perhitungan

Kemasan

Dari seluruh jawaban instrumen persepsi konsumen terhadap kualitas tempe mentah pada tolak ukur kemasan maka dapat dilihat indeks skor jawaban yang didapat yaitu:

1. Total skor = 397
2. Skor maksimal = $30 \times 5 \times 3 = 450$
3. Indeks skor = $\frac{\text{Total Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$
= $\frac{397}{450} \times 100\%$
= 88,22%

Dari perhitungan diatas dapat dilihat indeks skor sebesar 88,22% terdapat pada interval sangat baik. Sehingga disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian tempe mentah di pasar tradisional dapat dikatakan sangat baik pada tolak ukur kemasan.

Harga

Dari seluruh jawaban instrumen persepsi konsumen terhadap kualitas tempe mentah pada tolak ukur harga maka dapat dilihat indeks skor jawaban yang didapat yaitu:

1. Total skor = 410
2. Skor maksimal = 450
3. Indeks skor = $\frac{\text{Total Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$
= $\frac{410}{450} \times 100\%$
= 91,11%

Dari perhitungan diatas dapat dilihat indeks skor sebesar 91,11% terdapat pada interval sangat baik. Sehingga disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian tempe mentah di pasar tradisional dapat dikatakan sangat baik pada tolak ukur harga.

Tekstur

Dari seluruh jawaban instrumen persepsi konsumen terhadap kualitas tempe mentah pada tolak ukur tekstur maka dapat dilihat indeks skor jawaban yang didapat yaitu:

- Total skor = 393
- Skor maksimal = 450
- Indeks skor = $\frac{\text{Total Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$
= $\frac{393}{450} \times 100\%$
= 87,33%

Dari perhitungan diatas dapat dilihat indeks skor sebesar 87,33% terdapat pada interval sangat baik. Sehingga disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian tempe mentah di pasar tradisional dapat dikatakan sangat baik pada tolak ukur tekstur.

Ukuran

Dari seluruh jawaban instrumen persepsi konsumen terhadap kualitas tempe mentah pada tolak ukur ukuran maka dapat dilihat indeks skor jawaban yang didapat yaitu:

$$\begin{aligned} \text{Total skor} &= 396 \\ \text{Skor maksimal} &= 450 \\ \text{Indeks skor} &= \frac{\text{Total Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\% \\ &= \frac{396}{450} \times 100\% \\ &= 88,00\% \end{aligned}$$

Higienis

Dari seluruh jawaban instrumen persepsi konsumen terhadap kualitas tempe mentah pada tolak ukur higienis maka dapat dilihat indeks skor jawaban yang didapat yaitu:

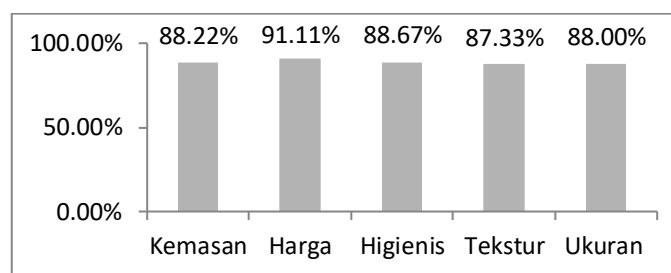
$$\begin{aligned} \text{Total skor} &= 399 \\ \text{Skor maksimal} &= 450 \\ \text{Indeks skor} &= \frac{\text{Total Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\% \\ &= \frac{399}{450} \times 100\% \\ &= 88,67\% \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat dilihat indeks skor sebesar 88,67% terdapat pada interval sangat baik. Sehingga disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian tempe mentah di pasar tradisional dapat dikatakan sangat baik pada tolak ukur higienis.

Berdasarkan ke-5 variabel diatas yang telah diuraikan satu - persatu sesuai dengan penelitian dilapangan, maka peneliti akan menjelaskan kesimpulan dari keseluruhannya. Berikut ini adalah tabel indeks dari ke-5 variabel yang telah dikemukakan.

Tabel 11
Jumlah Distribusi Keseluruhan Perhitungan Indeks Skor

No	Nama Variabel	Indeks Skor (%)
1.	Kemasan	88,22
2.	Harga	91,11
3.	Higienis	88,67
4.	Tekstur	87,33
5.	Ukuran	88,00
Jumlah		443,33
Rataan		88,67



Gambar 1
Jumlah Distribusi Keseluruhan Perhitungan Indeks Skor

Pembahasan

Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Tempe Mentah Di Pasar Tradisional

Berdasarkan masing - masing tolak ukur dapat dilihat bahwa setiap indeks skor pada tolak ukur masing - masing variabel sebesar %. Dengan rincian tolak ukur kemasan mencapai 88.22% yang berarti sangat baik, indeks skor pada harga mencapai 91.11% yang berarti sangat baik, indeks skor pada tekstur sebesar 87.33% yang berarti sangat baik, , indeks skor pada ukuran 88.00% yang berarti sangat baik dan rataan variabel tolak ukur pada indeks skor memiliki 88.67% yang berarti sangat baik.

Indeks skor tertinggi terjadi tolak ukur harga memiliki persepsi sangat baik terhadap pembelian tempe mentah (91.11%). Menurut Philip Kotler (2012) harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk yang akan dibeli. Harga tempe mentah yang dijual oleh pedagang berdasarkan ukuran (88.00%) yaitu untuk tempe yang panjang (21cm) dijual dengan harga Rp. 8.000, ukuran sedang (17cm) Rp. 5.000 dan ukuran pendek (12cm) Rp. 1.000.

Selanjutnya, indeks pada tolak ukur higienis (88.67%), menurut Gosh arti hygiene adalah suatu ilmu dibidang kesehatan yang meliputi semua factor yang mendorong terwujudnya kehidupan yang sehat, baik individu maupun masyarakat. Tempe yang dibeli oleh masyarakat (konsumen) memiliki tempat pembuatan serta penjualan yang tidak kotor dan strategis.

Indeks pada tolak ukur kemasan (88.22%), menurut Kotler dan Amstrong (2012) kemasan adalah suatu bentuk kegiatan yang melibatkan desain serta produk, sehingga kemasan ini dapat berfungsi agar produk didalamnya dapat terlindungi. Dalam memilih suatu produk kemasan adalah salah satu penilaian penting bagi konsumen dan kualitas kemasan yang baik sangat berpengaruh pada produk. Kemasan pada tempe mentah hanya menggunakan bahan yang mudah didapat yaitu plastik dan daun pisang.

Dan yang terakhir pada tolak ukur Tekstur memiliki persepsi yang sangat baik juga terhadap pembelian tempe mentah (87.33%). Menurut Sidik dan Prayitno (1979), tekstur adalah nilai raba pada suatu permukaan, baik itu nyata maupun semu. suatu permukaan mungkin kasar - halus, keras - lunak, keras - licin. Persepsi konsumen terhadap tekstur tempe mentah cenderung lebih kasar dan padat yang diselimuti miselium berwarna putih.

Indikator Persepsi Konsumen (Y) Pada Kualitas Tempe Mentah di Pasar Tradisional Berdasarkan Sikap

Sikap adalah evaluasi, perasaan dan kecenderungan seseorang yang relatif konsisten terhadap suatu objek atau gagasan. Sikap menempatkan seseorang kedalam satu pikiran menyukai atau tidak menyukai sesuatu, bergerak mendekati atau menjauhi sesuatu (Kothier dan Amstrong, 1995:246). Sikap konsumen terhadap kualitas produk yang akan berpengaruh terhadap keputusan konsumsi. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 30 responden yang sudah membeli tempe mentah. Dengan pengambilan data menggunakan kuisisioner. Hasil pengujian menggunakan kuisisioner para konsumen di Pasar Tradisional Kota Aek Nabara mengaku kualitas tempe mentah di UMKM Berkah Tempe tersebut lebih terjamin dari segi:

1. Kemasan tempe daun pisang memiliki aroma yang khas.
2. Tekstur cenderung lebih padat dan tidak mudah hancur.
3. Harga tempe mentah yang dijual oleh pedagang relatif murah dengan harga Rp. 1.000 - Rp. 8.000.
4. Ukuran tempe juga bervariasi mulai dari yang panjang (21cm), sedang (17cm) dan pendek (12cm).
5. Tempe yang di produksi diselimuti miselium yang berwarna putih

KESIMPULAN :

Karakteristik konsumen tempe mentah di Pasar Tradisional digambarkan melalui rata - rata berjenis kelamin perempuan dengan rentang umur 30 - 49 tahun dengan pekerjaan sebagai Ibu Rumah Tangga dengan pendapatan sebesar Rp 1.000.000 - 3.000.000. Para Konsumen memiliki persepsi yang sangat

baik pada tolak ukur Kemasan (88,22%), harga (91,11%), higienis (88,67%), tekstur (87,33%) dan ukuran (88,00%) termasuk kategori baik terhadap keputusan konsumen dalam membeli tempe mentah. Rataan dari keseluruhan perhitungan indeks skor yaitu 88,67%. Maka persepsi konsumen terhadap kualitas tempe mentah di Pasar Tradisional di kategorikan sangat baik. Skor jawaban persepsi konsumen (Y) terhadap kualitas tempe mentah berdasarkan sikap pada tolak ukur "Tekstur lebih padat", lebih tinggi dengan total skor 147.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Ayahanda Sutrisno dan Ibunda Musriati serta keluarga tercinta. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Sri Wahyuni, S.Si, MSi selaku pembimbing. Terima kasih kepada seluruh dosen serta staff Fakultas Pertanian Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah dan seluruh teman - teman Fakultas Pertanian stambuk 2018.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2015. *Pengantar Metode Penelitian Sosial Bisnis Manajemen*. Jakarta: Rineka Cipta.
- F.Rahardi, Yovita Hety Indriani dkk. 1993. *Agribisnis Tanaman Buah*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Husodo, Siswono Yudo dkk. 2004. *Pertanian Mandiri*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Kotler, P. 1996. *Manajemen pemasaran jilid 1*. Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo.
- Kuncoro, M. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Nazarudin, Fauziah Muelisah. 1994. *Buah Komersil*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Priyatno, Duwi. 2011. *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Zulkarnain. 2009. *Dasar-Dasar Hortikultura*. Jakarta: Bumi Aksara.