

**ANALISIS PREFERENSI INDUSTRI KECIL BERBASIS TEPUNG TERIGU
TERHADAP PEMILIHAN JENIS TEPUNG TERIGU
DI KOTAMADYA YOGYAKARTA.**
*(Preference Analysis of Wheat Flour Industries Against The Selection of Wheat Flour Brands
in Yogyakarta Municipality)*

Didi Adriansyah*, Wahyu Supartono**, Guntarti TM**

ABSTRACT

In the low class of small scale wheat flour based industries, price attribute played the most important role in choosing wheat flour, followed by dough rising, accessibility, dough elasticity, flavour and colour. The medium class wheat flour based industries had different considerations— price, dough elasticity, dough rising, flavour, accessibility and colour. The price attribute had still the first consideration in choosing wheat flour in the high class of small scale industries and than followed by accessibility, dough elasticity, dough rising, flavour and colour.

This research also showed, that the most preferred wheat flour brand by small scale industries based in wheat flour were Cakra Kembar (50%), Segitiga Biru (43%), Beruang Biru (2,8%), Kunci Biru (1,4%), Melati (1,4%) and Raflesia (1,4 %).

Keywords : wheat flour, small-scale industry, preference analysis

PENDAHULUAN

Tepung terigu merupakan bahan baku yang banyak digunakan oleh industri makanan selingan dan rumah tangga sebagai bahan baku atau bahan pembantu dalam mengolah suatu produk makanan ringan, seperti mie, biskuit, roti, martabak, gorengan dan banyak lagi makanan kecil lainnya. Kebutuhan masyarakat akan tepung terigu di Indonesia khususnya di Kodya Yogyakarta cukup tinggi hal ini terlihat dari banyaknya industri-industri makanan kecil atau pedagang makanan yang berbasis tepung terigu yang mendirikan usahanya dengan mengolah tepung terigu tersebut menjadi makanan yang digemari oleh masyarakat.

Dari jenis-jenis tepung terigu yang beredar di pasaran tentu saja masing-masing memiliki perbedaan dari segi mutu. Mutu merupakan suatu atribut dari produk yang sangat diperhatikan oleh konsumen. Mutu produk yang tinggi menunjukkan kemampuan sebuah produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Sementara mutu yang diharapkan konsumen terhadap tepung terigu adalah bervariasi tergantung dari jenis makanan yang diolah. Permasalahannya apakah tepung terigu yang beredar di pasaran tersebut khususnya di Kodya Yogyakarta sekarang ini mutunya telah sesuai dengan keinginan konsumen atau industri makanan sebagai pemakai tepung terigu tersebut, dan jenis tepung apakah yang paling banyak dibutuhkan

oleh konsumen.

Pada penelitian ini masalah dibatasi pada industri kecil makanan yang berbasis tepung terigu di Kotamadya Yogyakarta, seperti industri roti, mie, kue basah dan industri kue kering. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui apa yang menjadi pertimbangan konsumen atau industri makanan yang berbasis tepung terigu dalam memilih jenis-jenis tepung terigu yang ada dan untuk mengetahui jenis tepung terigu yang seperti apa yang paling banyak dibutuhkan oleh konsumen.

LANDASAN TEORI

Indeks Sikap

Pengukuran sikap konsumen terhadap atribut produk tepung terigu, menggunakan indeks sikap untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut mutu produk tepung terigu seperti daya tarik kemasan, harga, mutu (cita rasa), kemudahan dalam memperoleh produk di pasaran, lokasi pengecer, kesesuaian produk tiap bungkus, dan promosi. Dengan pengukuran ini akan diperoleh bobot atribut produk beserta peringkat keutamaannya, mulai dari atribut yang dipentingkan sampai dengan atribut yang paling kurang diperhatikan. Untuk menghitung indeks sikap digunakan rumus sebagai berikut (Azwar, 1998):

$$S_j = \sum_{k=1}^n t_k \cdot x_{kj} \quad (1)$$

Dalam hal ini :

S_j : indeks sikap terhadap objek tertentu.

T_k : kepercayaan konsumen terhadap atribut ke = k dari objek tertentu.

x_{kj} : bobot atribut/evaluasi individu terhadap kriteria atribut objek tertentu.

n : jumlah atribut yang diteliti.

Data kepercayaan dan evaluasi individu diukur berdasarkan skala sikap. Skala ini digunakan untuk mengetahui tanggapan-tanggapan responden terhadap pertanyaan yang diajukan. Nilai alternatif tanggapan responden adalah (Azwar, 1998) : sangat setuju : 5, setuju : 4, kurang setuju ; 3, tidak setuju : 2, dan sangat tidak setuju : 1.

* Alumni TIP-FTP UGM

** Staf Pengajar FTP-UGM

Setelah skor indeks sikap diketahui, dilakukan pengelompokan skor ke dalam daerah penerimaan untuk mengetahui kecenderungan sikap terhadap atribut produk tepung terigu. Daerah penerimaan 1-5 dimana (Azwar, 1998), $1,0 \leq S_j \leq 1,5$ sikap sangat buruk; $1,5 \leq S_j \leq 2,5$ sikap buruk; $2,5 \leq S_j \leq 3,5$ sikap kurang baik; $3,5 \leq S_j \leq 4,5$ sikap baik; $4,5 \leq S_j \leq 5,0$ sikap sangat baik.

Menentukan nilai (bobot) atribut

Setelah penentuan timbangan atribut, langkah berikutnya adalah menentukan seberapa besar tanggapan responden terhadap atribut yang ditunjukkan. Kolom total bobot merupakan hasil kali antara jumlah jawaban responden dengan nilai yang diberikan terhadap tanggapan responden. Kolom nilai atribut merupakan hasil bagi antara kolom total bobot dengan jumlah responden dikali dengan jumlah butir pertanyaan untuk setiap atribut, karena dalam kuesioner digunakan satu buah pertanyaan untuk tiap atribut, maka rumus yang digunakan adalah :

$$\text{Nilai atribut} = \frac{\text{total bobot}}{\sum \text{responden}} \quad (2)$$

METODOLOGI PENELITIAN

Obyek penelitian

Obyek penelitian adalah industri kecil yang menggunakan bahan baku utama tepung terigu yang berlokasi di Kotamadya Yogyakarta.

Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei dengan melakukan riset pasar yaitu dengan mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data.

Kuesioner merupakan alat bantu untuk mengumpulkan data yang akurat dalam wawancara dan juga berfungsi sebagai alat pengingat bagi pewawancara agar tidak keluar jalur (Hague, 1995). Tujuan pokok pembuatan kuesioner adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survei dan informasi dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin (Singarimbun, 1995).

Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer yang diperoleh dari responden industri kecil yang menggunakan bahan baku utama tepung terigu, dengan menggunakan alat bantu kuesioner. Data sekunder dikumpulkan dari sumber informasi lain yang berkaitan.

Analisa Data

1. Uji validitas dan reliabilitas alat ukur.

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk mengetahui ketepatan dan keandalan alat ukur. Dimana

kuesioner sebagai alat utamanya, untuk mendapatkan data terlebih dahulu harus diuji validitas dan reliabilitasnya. Artinya butir-butir pertanyaan yang dinyatakan sah diikutsertakan dalam analisis selanjutnya maupun kuesioner yang akan disebar. Setelah pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan sah dan andal maka kuesioner dapat disebar untuk memperoleh data penelitian.

2. Analisa chi-square (chi square)

Uji statistik ini diperlukan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan antara variabel-variabel yang diteliti. Prosedur perhitungan dalam analisa ini adalah sebagai berikut :

- Menentukan hipotesa nol (H_0) dan hipotesa alternatif (H_1) sebagai berikut :
 H_0 : kedua variabel yang diteliti tidak mempunyai hubungan (independen)
 H_1 : kedua variabel yang diteliti mempunyai hubungan (dependen)
- Menentukan taraf nyata (α) sebesar 0,05 derajat bebas sebesar $(b-1)(k-1)$.
Menentukan χ^2 dengan α dan db sesuai dengan hasil diatas.
- Menghitung χ^2 dengan rumus (Dajan, 1984) :

$$\chi^2 = \frac{\sum (f_o - f_1)^2}{f_1} \quad (3)$$

dengan :

χ^2 : chi square

f_o : frekuensi dari satu responden

f_1 : frekuensi teoritis

- Membandingkan χ^2 hasil perhitungan dengan χ^2 Tabel.
- Mengambil kesimpulan H_0 ditolak jika χ^2 hitungan $> \chi^2$ Tabel.

3. Koefisien kontingensi

Koefisien kontingensi (KK) digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel yang lain, dengan menggunakan data dari hasil perhitungan chi square. Dalam penelitian ini koefisien kontingensi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antara pemisahan jenis (merk) dengan karakteristik responden. Koefisien kontingensi dihitung dengan rumus :

$$KK = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}} \quad (4)$$

dimana :

χ^2 : chi square

n : jumlah sampel

Makin dekat nilai koefisien kontingensi dengan nilai koefisien maksimal, makin besar derajat hubungan antara dua variabel. Dengan kata lain bila KK/KK_{maks} makin mendekati 1 berarti hubungan antara 2 variabel itu semakin dekat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini industri kecil yang berbasis tepung terigu yang dijadikan sebagai responden adalah sebanyak 70 buah industri kecil. Dari 70 responden tersebut dikelompokkan menjadi 3 kelompok berdasarkan besarnya pendapatan, jenis industri dan penggunaan tepung terigu (kg/bulan).

Dari 70 industri kecil yang berhasil dijadikan responden, 20% adalah industri kecil yang memiliki profit per bulan kurang dari Rp. 200.000,- 54% industri kecil dengan profit per bulan antara Rp. 200.000-700.000,- serta 26% industri kecil dengan profit per bulan lebih dari Rp. 700.000. Sedangkan untuk jenis industrinya terdapat 28,6% industri kue basah, 35,7% industri kue kering, 32,9% industri roti dan 2,8% industri mie. Untuk klasifikasi penggunaan tepung terigu per bulannya didapat responden sebesar 30% menggunakan terigu kurang dari 100 kg, kemudian 54,3% industri kecil menggunakan terigu antara 100-500 kg dan hanya 4,3 % menggunakan terigu antara 500-1000 kg, sedangkan industri yang menggunakan terigu lebih dari 1000 kg adalah sebesar 11,4%.

Table 1. Classification of Respondents (Wheat Flour Small-Industries)

Classifications	Small Scale Industry's Status		
	Low	Medium	High
Income/month			
<Rp. 200.000	14	-	-
Rp. 200.000 - Rp. 700.000	-	38	-
> Rp. 700.000	-	-	18
Total	14	38	18
Kind of industry			
Cake (Kue basah)	4	13	2
Snack (Kue kering)	4	16	5
Bread	6	8	10
Noodle	-	1	1
Total	14	38	18
Wheat Usage (Kg/month) :			
<100	11	10	-
100-1000	3	28	10
>1000	-	-	8
Total	14	38	18

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPS Versi IBM/IN edisi Sutrisno Hadi (1999) dan program

yang digunakan adalah analisa butir dengan taraf signifikansi 5%, didapat bahwa dari ke tiga belas butir pertanyaan, sepuluh butir pertanyaan dinyatakan sah. Kemudian semua pertanyaan tersebut diuji keandalannya dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan alasan alat pengukur memiliki sedikit butir pertanyaan dan memberikan koefisien reliabilitas yang lebih tinggi dari pada uji keandalan dengan teknik lain.

Hasil pengukuran keandalan tersebut menghasilkan koefisien alpha sebesar 0,783 dan memiliki status andal. Makin tinggi angka korelasi semakin rendah kesalahan pengukuran, sehingga dapat dikatakan bahwa 78,3% hasil pengukuran itu benar.

Indeks Sikap

1. Menentukan peringkat keutamaan atribut

Atribut yang diteliti pengaruhnya terhadap pemilihan jenis tepung terigu, yaitu : harga, kekenyalan, bau, daya kembang adonan, kemudahan dalam memperoleh dan warna. Keenam atribut tersebut dipakai karena berdasarkan survey pendahuluan ke beberapa responden, diperoleh informasi bahwa keenam atribut tersebut yang mempengaruhi mereka dalam memilih tepung terigu.

Penentuan peringkat atribut tersebut dilakukan terhadap semua tingkatan kelas industri kecil. Pada atribut-atribut tersebut responden diminta memberikan urutan peringkat, yaitu peringkat 1 untuk atribut yang paling penting dan diberi nilai 6, hingga peringkat 6 untuk atribut yang dianggap kurang penting dan diberi nilai 1. Jawaban responden pada masing-masing atribut kemudian dikalikan dengan masing-masing peringkat sehingga diperoleh jumlah nilai masing-masing atribut kemudian dibagi dengan jumlah nilai seluruh atribut sehingga diperoleh timbangan atribut.

Timbangan atribut menunjukkan bobot masing-masing atribut, makin besar bobot suatu atribut makin penting atribut tersebut bagi konsumen dalam memilih jenis tepung terigu. Tabel 4.2 merupakan hasil perhitungan untuk menentukan timbangan atribut pada semua status kelas industri.

Table 2. The Determination of the Weight of Attributes for All Class Status

Attribute	Low		Medium		High	
	TA	Rank	TA	Rank	TA	Rank
Price	0.23	1	0.22	1	0.22	1
Dough elasticity	0.17	4	0.21	2	0.19	3
Smell	0.16	5	0.15	4	0.15	5
Dough rising	0.20	2	0.19	3	0.16	4
Accessbility	0.18	3	0.14	5	0.21	2
Colour	0.06	6	0.08	6	0.07	6
Total	1.00		1.00		1.00	

1.1. Industri kecil kelas bawah

Dari hasil perhitungan untuk menentukan timbangan atribut pada tingkatan industri kecil kelas bawah pada penelitian ini, diperoleh bahwa harga berada pada peringkat pertama dengan nilai timbangan atributnya sebesar 0,23 sedangkan urutan kedua dan ketiga adalah daya kembang pada adonan dengan nilai timbangan atribut sebesar 0,20 dan kemudahan dalam memperoleh dengan nilai timbangan atributnya sebesar 0,18.

Pada status industri kecil kelas bawah tersebut menempatkan harga pada urutan pertama seperti yang terlihat pada hasil perhitungan. Hal ini berarti pada status industri kecil kelas bawah dalam penelitian ini, atribut yang terpenting dalam membeli atau memilih jenis atau merk tepung terigu adalah harga sedangkan atribut yang dianggap tidak terlalu penting sehingga ditempatkan pada urutan terakhir adalah warna.

1.2. Industri kecil kelas menengah

Dari Tabel 2 hasil perhitungan untuk menentukan timbangan atribut, maka diperoleh hasil bahwa pada industri kecil kelas menengah tersebut harga berada pada peringkat pertama dengan nilai timbangan atribut sebesar 0,22 dan urutan keduanya adalah kekenyalan atau elastisitas pada adonan dengan nilai timbangan atribut sebesar kekenyalan atau elastisitas pada adonan dengan nilai timbangan atribut sebesar 0,21 kemudian urutan ketiga adalah daya kembang pada adonan dengan nilai timbangan atributnya 0,19.

Untuk perhitungan timbangan atribut pada industri kecil kelas menengah dimana diperoleh harga sebagai atribut yang paling penting, menunjukkan bahwa responden yang berada pada klasifikasi status industri kecil kelas menengah menganggap bahwa harga merupakan pertimbangan yang paling utama dalam memilih jenis tepung terigu dibanding dengan atribut yang lainnya. Sedangkan bedanya dengan industri kecil kelas bawah adalah lima atribut lainnya urutannya bervariasi seperti terlihat pada Tabel 2.

1.3. Industri kecil kelas atas

Dari hasil perhitungan pada Tabel 2. terlihat bahwa sama seperti pada industri kecil kelas bawah dan menengah pada kelas atas harga juga menempati urutan pertama dengan nilai timbangan atribut sebesar 0,22 sedangkan pada urutan kedua adalah atribut kemudahan dalam memperoleh dimana nilai timbangan atributnya adalah 0,21, kemudian urutan ketiga adalah kekenyalan atau elastisitas pada adonan dengan nilai timbangan atribut sebesar 0,19.

Ternyata pada kelas atas harga juga merupakan hal menjadi pertimbangan terpenting dalam memilih tepung terigu, hal ini tidak berbeda dengan industri kecil kelas menengah dan bawah. Atribut lain yang berada pada urutan yang sama pada ketiga tingkatan kelas industri kecil

tersebut adalah warna. Pada ketiga tingkatan kelas tersebut warna berada pada urutan keenam atau terakhir hal ini berarti warna merupakan hal yang kurang penting untuk dijadikan sebagai pertimbangan dalam memilih atau membeli jenis tepung terigu. Sedangkan bedanya dengan industri kecil kelas bawah dan menengah adalah pada keempat atribut lainnya yang urutan bervariasi seperti dijelaskan diatas.

2. Menentukan nilai (bobot) atribut

Berikut akan diuraikan hasil dari perhitungan untuk menentukan nilai atribut pada ketiga tingkatan industri kecil kelas bawah, menengah dan atas. Dari Tabel 3. dapat dilihat bahwa pada status industri kecil kelas bawah, hampir semua atribut mendapat tanggapan yang baik dari semua responden seperti harga, elastisitas atau kekenyalan adonan, daya kembang adonan, kemudahan dalam memperoleh dan warna. Sementara atribut yang mendapatkan tanggapan kurang baik adalah atribut bau. Hal ini berarti responden pada industri kecil kelas bawah kurang memperhatikan atribut tersebut dalam membeli tepung terigu.

Table 3. The Determination of the Weighted Attributes for All Class Status

Attribute	Score of Attribut		
	Low	Medium	High
Price	4,43	3,63	4,11
Dough elasticity	3,64	4,00	3,78
Smell	2,71	3,44	3,39
Dough rising	4,36	4,00	4,06
Accessibility	4,21	4,05	4,06
Colour	3,79	3,97	3,95

Sedangkan industri kecil pada kelas menengah, bau juga mendapatkan tanggapan yang kurang baik dari responden namun atribut yang lain mendapat tanggapan yang baik dari responden. Untuk industri kecil kelas atas ternyata tidak jauh berbeda, dimana atribut bau mendapat tanggapan yang kurang baik dari responden, namun untuk atribut yang lain mendapatkan tanggapan yang baik. Sehingga dapat dikatakan bahwa dari ketiga kelas industri kecil bau bukan merupakan atribut yang penting untuk diperhatikan dalam membeli tepung terigu.

Dari analisa diatas dimana tanggapan terhadap atribut (khususnya bau) pada semua tingkatan kelas industri kecil memang dikatakan tidak berbeda, karena nilai atribut yang diperoleh masih dalam satu interval. Sehingga ditarik kesimpulan yang sama. Tetapi tetap ada perbedaannya yaitu dimana semakin besar nilai atribut yang diperoleh maka semakin diperhatikan atribut tersebut.

3. Menentukan indeks sikap

Angka indeks sikap konsumen diperoleh dengan cara menjumlah perkalian antara timbangan atribut dengan nilai

atribut, yang mana dijabarkan pada persamaan (3.1). Hasil perhitungan indeks sikap pada semua status kelas (bawah, menengah dan atas) ditampilkan pada Tabel 4.

Table 4. The Determination of Attributes Indices for All Class Status

Attribute	Attribute's Value		
	Low	Medium	High
Price	1,02	0,79	0,88
Dough elasticity	0,62	0,84	0,73
Smell	0,43	0,52	0,51
Dough rising	0,87	0,76	0,64
Accessibility	0,76	0,56	0,86
Colour	0,23	0,32	0,28
Jumlah	3,93	3,79	3,90

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh bahwa industri kecil kelas bawah memiliki indeks sikap sebesar 3,93, nilai tersebut berada pada daerah penerimaan antara 3,5 dan 4,5 yang berarti indeks sikap responden pada industri kelas bawah baik. Atribut-atribut yang diteliti merupakan hal yang diperhatikan oleh konsumen sebelum membeli tepung terigu.

Pada Tabel perhitungan (tabel 4) didapat nilai indeks sikap konsumen pada industri kelas menengah adalah sebesar 3,79. Nilai tersebut juga masih berada pada daerah penerimaan yang sama seperti pada industri kelas bawah. Sehingga untuk konsumen pada kelas menengah ini dapat disimpulkan bahwa tanggapannya baik, dalam arti konsumen memperhatikan atribut-atribut sebelum membeli atau memilih tepung terigu.

Untuk indeks sikap pada industri kecil kelas atas, diperoleh hasil dari perhitungan pada Tabel 4 bahwa indeks sikap untuk konsumen kelas atas ini sebesar 3,90. Nilai tersebut juga masih berada pada daerah penerimaan antara 3,5 dan 4,5 yang menunjukkan tanggapannya baik. Sehingga dapat pula disimpulkan bahwa konsumen pada industri kecil kelas atas dalam memilih tepung terigu cukup memperhatikan atribut-atribut seperti yang dijabarkan pada Tabel 4.

Analisis pengaruh suatu variabel terhadap pemilihan merk terigu

Dalam melakukan analisa ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5%. Hubungan yang dianalisa adalah apakah ada pengaruh tingkat pendapatan responden dengan pemilihan jenis tepung terigu serta jenis industri terhadap pemilihan jenis atau merk tepung terigu. Perlu diketahui bahwa pada saat penelitian dilakukan merk yang berhasil diidentifikasi hanya ada 6 merk seperti tercantum pada Tabel 5.

Tabulasi untuk menghitung tingkat signifikansi antar variabel adalah sebagai berikut :

Table 5. The Tabulation of the Significance Level Calculation Among Variables

Classification	Kind of wheat flours (wheat flour brand)					
	Cakra kembar	Segitiga biru	Kunci biru	Beruang biru	Melati	Rafflesia
Income/month						
<200.000	4	9	0	0	1	0
200.000-700.000	18	19	0	1	0	0
>700.000	13	2	1	1	0	1
Kind of industry						
Kue Basah	10	8	0	0	1	0
Kue Kering	13	12	0	0	0	0
Bread	12	10	1	0	0	1
Noodle	0	0	0	2	0	0

Dari hasil perhitungan chi-square diperoleh :

Table 6. The Result of the Chi-Square Calculation

Parameters	Level of significance	Degree of freedom	X ² calc	X ² table	Conclusion
Income	0,05	15	19,95	25,00	Accepted
Kind of industry	0,05	15	76,59	25,00	Rejected

1. Pendapatan

Pada Tabel 6 yang menunjukkan hasil perhitungan chi-square, dapat dikatakan bahwa tidak ada faktor yang berpengaruh atau tidak ada hubungan antara kedua variabel yaitu tingkat pendapatan terhadap pemilihan merk tepung terigu tertentu.

Dengan tingkat pendapatan yang dimiliki, konsumen dapat memilih jenis tepung terigu yang diinginkannya. Dalam hal ini konsumen lebih melihat kepada kepentingan penggunaan jenis tepung terigu seperti untuk membuat roti atau mie yang membutuhkan jenis tepung terigu tertentu yang cocok untuk digunakan.

Sedangkan untuk penghitungan koefisien kontingensi diperoleh angka koefisien kontingensi (KK_{maks}) pada variabel pendapatan adalah sebesar 0,47. Koefisien kontingensi (KK_{maks}) digunakan untuk mengukur derajat hubungan antara kedua variabel yang diuji, semakin angka koefisien kontingensi maksimum (KK_{maks}) mendekati 1 (satu), maka semakin dekat hubungan kedua variabel tersebut.

2. Jenis Industri

Dari hasil perhitungan analisa chi-square yang ditunjukkan pada Tabel 6, maka dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kedua variabel yang diuji yaitu antara jenis industri dan jenis tepung terigu. Status jenis industri konsumen sangat berpengaruh terhadap pembelian atau pemilihan salah satu jenis tepung terigu. Konsumen dalam hal ini lebih memperhatikan tepung terigu yang cocok digunakan sebagai bahan baku untuk membuat produknya. Seperti misalnya industri roti yang lebih memilih jenis tepung terigu dengan merk Cakra Kembar, hal ini dikarenakan bahwa hanya jenis tepung

terigu tersebut yang lebih cocok untuk digunakan sebagai bahan baku untuk pembuatan roti pada industrinya.

Sedangkan untuk koefisien kontingensi maksimum (Kk_{maks}) dari perhitungan diperoleh sebesar 0,72. Hal ini dapat dikatakan bahwa hubungan antara keua variabel yaitu antara jenis industri dan jenis tepung terigu lebih dekat dibandingkan dengan variabel pendapatan dengan jenis tepung terigu, karena angka Kk_{maks} nya mendekati 1 (satu).

Jenis tepung terigu yang banyak dibutuhkan konsumen

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada 70 responden yang terdiri dari industri roti, industri kue basah, industri kue kering dan industri mie, diketahui bahwa jenis tepung terigu yang paling banyak digunakan oleh industri kecil tersebut adalah Cakra Kembar, kemudian yang kedua Segitiga Biru, dan ketiga Beruang Biru serta yang terakhir Kunci Biru, Melati dan Raflesia. Perincian penggunaan jenis tepung terigu ditampilkan pada Tabel 4.7.

Table 7. The Percentage of the Use of Wheat Flour in Wheat Flour Small-Scale Industries

Kind of industry	Kind of wheat flour						Σ
	Cakra Kembar	Segitiga Biru	Kunci Biru	Beruang Biru	Me-lati	Raflesia	
Kue basah	10	8	0	0	1	0	19
Kue kering	13	12	0	0	0	0	25
Bread	12	10	1	0	0	1	24
Noodle	0	0	0	2	0	0	2
Total	35	30	1	2	1	1	70
Percentage (%)	50	43	1.4	2.8	1.4	1.4	100

Pada Tabel 7 terlihat bahwa Cakra Kembar paling banyak dikonsumsi oleh industri kecil yang berbasis tepung terigu yaitu sebesar 50%, kemudian Segitiga Biru sebesar 43%, Beruang Biru sebesar 2,8% serta Kunci Biru, Melati dan Raflesia masing-masing sebesar 1,4%.

KESIMPULAN

1. Faktor yang menjadi pertimbangan industri kecil berbasis tepung terigu dalam memilih tepung terigu industri kecil kelas bawah dengan urutan terpenting harga, daya kembang adonan, kemudahan dalam memperoleh, elastisitas/kekenyalan adonan, bau dan warna. Untuk industri kecil kelas menengah adalah harga, elastisitas / kekenyalan adonan, daya kembang adonan, bau, kemudahan dalam memperoleh dan warna. Sedangkan untuk industri kecil kelas atas

pertimbangannya sesuai dengan urutannya adalah harga, kemudahan dalam memperoleh, elastisitas/kekenyalan adonan, daya kembang adonan, bau, dan warna.

2. Tingkat pendapatan ternyata tidak mempengaruhi pemilihan jenis tepung terigu, tetapi pemilihan jenis tepung terigu ini dipengaruhi oleh faktor jenis industri pemakainya.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis tepung terigu yang paling banyak digunakan oleh industri kecil yang berbasis tepung terigu di Kotamadya Yogyakarta adalah Cakra Kembar (50%), Segitiga Biru (43%), Beruang Biru (2,8%), Kunci Biru, Melati dan Raflesia masing-masing (1,4%).

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. 1986. **Reliabilitas dan Validitas Interpretasi dan Populasi**. Liberty, Yogyakarta.
- Azwar, S. 1998. **Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya - Edisi Kedua. Cetakan Ke-3**. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Dajan, A. 1984. **Pengantar Metode Statistik - Jilid II**. Lembaga Penelitian Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial. Jakarta.
- Engel, J. F., Blackwell, Miriand., Paul. W. 1994. **Penelitian Konsumen - Jilid I**. Bina Rupa Aksara. Jakarta.
- Hadi, S. 1999. **Seri Program Statistik 2000 : Petunjuk Singkat Analisis Butir**. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Hague, P. 1995. **Merancang Kuesioner**. Pustaka Binaman. Jakarta.
- Gallagher, E. J. 1984. **Cereal Production**. Butterworth & Co. Ltd. Dublin.
- Marwanto, J. A. 1987. **Substitusi Tepung Terigu Dengan Tepung Tapioka Pada Pembuatan Kerupuk Susu**. Skripsi. FTP-UGM. Yogyakarta.
- Salastiyanto. 1998. **Identifikasi Sikap dan Minat Konsumen di Kodya Yogyakarta**. Skripsi. FTP-UGM. Yogyakarta.
- Singarimbun. 1995. **Metode Statistik II**. Universitas Terbuka. Depdikbud. Jakarta.
- Wiehastuti, A. W. 1997. **Analisa Sikap Konsumen Susu Kental Manis Bendera Terhadap Esensi Label**. Skripsi. FTP-UGM. Yogyakarta.