

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP HASIL PRODUKSI JAMBU MADU USAHA RAISYAH DESA AEK TUHUL KECAMATAN PADANGSIDIMPUAN BATUNADUA KOTA PADANGSIDIMPUAN

Oleh:

Ade Khadijatul Z. Harahap^{√)}

Abstract

The purpose of this research is to determine the consumer behavior analysis to yield the guava honey Raisyah Village Business District of Padangsidempuan Batunadua Aek Tuhul Padangsidempuan City. The method used is a method of quantitative and correlation approach. The samples used in this study were as many as 38 buyers. Data collection procedures required in connection with the writing of this study are: 1. Questionnaire 2. Documentation Studies. This research is planned start time of the month February 2017 to complete. The results show a correlation coefficient r_{xy} at 0.664 and 0.664 when compared with the interpretation lies between $0.60 \leq 0.80$, which means a high correlation.

Keywords: *Consumer Behavior, Production*

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jambu air termasuk salah satu jenis tanaman buah-buahan yang mengandung cukup banyak gizi, sehingga sangat disukai oleh sebagian besar masyarakat. Jambu air madu merupakan salah satu kultivar unggulan yang merupakan varietas introduksi dari negara Taiwan dengan nama *Jade Rose Aple* yang sudah lama berkembang (± 10 tahun) di Sumatera Utara.

Jambu air ini menghasilkan buah yang memiliki nilai ekonomis tinggi karena selain rasanya enak juga mengandung gizi yang cukup tinggi serta lengkap. Menurut Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih IV Dinas Pertanian Sumatera Utara Medan (2012:23)

^{√)} Ade Khadijatul Z. Harahap adalah Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Graha Nusantara

kandungan gizi dalam 100 g buah jambu air madu terdapat kadar air 81,59%, TSS 12,4° Brix, kadar vitamin C 210,463 mg/100g, tekstur daging 0,830 g/mm².

Peningkatan kualitas dan kuantitas produksi jambu madu penting artinya bagi tata ekonomi rumah tangga maupun negara. Sumbangan dari usaha tani jambu madu cukup besar terhadap usaha peningkatan pendapatan petani, bagi perbaikan gizi masyarakat, perluasan kesempatan kerja, dan pengembangan agribisnis disektor ekspor. Peluang bisnis jambu madu semakin banyak yang melirik, termasuk kelompok usaha tani yang ada di Desa dan kota.

Kelompok-kelompok pemilik usaha tani yang ada di Desa dan Kota sudah matang adalah dengan adanya bintik-bintik butiran gula di bagian keseluruhan tekstur buahnya. Jambu air madu memiliki prospek yang cukup

cerah untuk dikembangkan secara intensif (monokultur), karena memiliki nilai ekonomis tinggi dan sangat disukai banyak orang karena jambu ini memiliki rasa manis madu, daging buah renyah dan tidak banyak mengandung air.

Dari gambaran harga jual, buah jambu madu ini termasuk salah satu buah yang memiliki nilai ekonomi yang sangat tinggi bila dibandingkan dengan harga buah-buahan lainnya di pasar. Harga jual buah jambu madu ditingkat petani antara Rp. 25.000 sampai dengan Rp.30.000, per kg, sedangkan dipasar swalayan atau supermarket dapat mencapai Rp.35.000 sampai dengan Rp.40.000 per kg. (UPT. BPSB, 2012)

Tanaman jambu air dapat tumbuh di hampir semua tempat di Indonesia. Tanaman ini mudah menyesuaikan diri dengan segala jenis tanah selama tanah itu subur, gembur dan berair banyak. Keistimewaan lain dari tanaman jambu air adalah mudah didapat dan tidak memerlukan perawatan yang terlalu mahal (Hariyanto, 2002:66). Dalam bidang hortikultura, peluang pasar masih terbuka lebar, terutama pada komoditas buah-buahan seperti buah dari jambu air madu.

Peluang pasar yang terbuka tersebut memberikan kesempatan bagi para petani untuk budidaya tanaman jambu air ini namun dalam budidaya tersebut petani banyak mengalami hambatan terutama dalam penyediaan bibit berkualitas, pengetahuan, teknologi dan permodalan yang kurang. Jambu air memiliki keunggulan yaitu terletak pada sosok buahnya yang besar menyerupai lonceng dan bisa mencapai bobot 150 gr per buah, dengan warna kulit buah merah mengkilap.

Daging buah tebal, empuk, rasa manis dan tanpa biji serta memiliki kemampuan 2-3 kali panen per tahun dan jumlah panen 15 – 25 kg per pohon, maka bertanam jambu air citra skala kecilpun cukup menjanjikan hasil,

tanpa perlu menanam berpuluh-puluh pohon dilahan yang luas. Dalam membudidayakan tanaman jambu air madu, sangat dibutuhkan keterampilan dan pengetahuan terhadap kondisi lingkungan tempat tumbuh tanaman dan hal tersebut berkaitan dengan ketersediaan air, kesesuaian tanah dan ketersediaan unsur hara dan sebagainya.

Tanaman jambu air pada umumnya menyukai media tanam yang subur, banyak mengandung bahan organik, drainase dan aerasi didalam tanah yang baik serta gembur. Untuk mendapatkan kondisi tanah yang memiliki drainase dan aerasi tanah yang baik maka pada media dapat digunakan arang kayu sebagai bahan untuk menciptakan sirkulasi udara dan air di dalam tanah.

Arang memiliki ruang pori yang cukup sehingga membantu terjadinya proses aerasi di dalam tanah (Hartus, 2002:34). Buah banyak dikonsumsi antara lain karena alasan kandungan vitamin C, antioksidan, dan serat yang tinggi. Sejauh ini informasi mengenai antioksidan dan vitamin C pada buah jambu air sangat terbatas. Informasi kandungan kedua bahan tersebut sangat bermanfaat bagi promosi buah tersebut ke masyarakat, terlebih apabila kandungannya sangat tinggi.

Masyarakat akan semakin gemar Jambu madu selain karena kesegaran, rasa, dan juga karena manfaat yang tinggi bagi kesehatan. Mengingat jambu air tidak langsung habis setelah dipanen, penundaan konsumsi sangat mungkin terjadi. Perubahan kedua komponen tersebut selama ini juga belum diketahui. Oleh karena itu, kerusakan/perubahan komponen kimiawi pada buah perlu diketahui agar jambu air dapat dikonsumsi selama kandungannya masih optimum.

Selain media tanam, air juga sangat penting dalam pertumbuhan tanaman jambu madu ini karena tanaman ini sangat mutlak

membutuhkan air secara teratur dan cukup, terlebih pada saat musim kemarau. Kekurangan air akan menyebabkan akar tanaman terbentuk sedikit, ukurannya yang kecil sehingga penyerapan hara dan air akan menurun yang mengakibatkan terganggunya proses metabolisme karbohidrat, protein dan zat pengatur tumbuh sehingga tanaman tumbuh kerdil dan daun yang baru terbentuk tidak sempurna (Kramer, 2007:22).

Lahan seluas satu hektar membutuhkan bibit Jambu Madu berkisar 171 pohon dengan jarak tanam optimal 8 m x 8 m dan 304 pohon dengan jarak tanam 6 m x 6 m. Waktu tanam terbaik adalah 2 - 4 minggu setelah pengolahan lahan. Pemupukan dilakukan dengan pupuk organik seperti pupuk kandang, bokasi dan kompos sedangkan pemberian pupuk anorganik dengan pupuk urea, TSP, KCL dan ZK dengan dosis tepat.

Pemberian pupuk lebih dianjurkan dari jenis organik, yang lebih murah dan ramah lingkungan. Pengendalian hama dan penyakit diutamakan dilakukan secara biologis dengan cara musuh alami, sedangkan untuk jenis hama tertentu misalnya lalat buah digunakan bahan kimiawi (pestisida) tertentu. Disamping itu hasil produksi jambu juga diartikan sebagai penciptaan nilai guna (*utility*) suatu barang dan jasa dimana nilai guna diartikan sebagai kemampuan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Pengertian lain dengan lebih sederhana mengatakan bahwa hasil produksi jambu adalah suatu kegiatan mengubah input (faktor produksi menjadi output barang dan jasa). Adanya perbedaan produksi dalam arti teknis dan ekonomi adalah secara teknis merupakan suatu pendayagunaan sumber-sumber yang tersedia. Dimana nantinya diharapkan terwujudnya hasil yang lebih baik *dari* segala pengorbanan yang telah diberikan.

Sedangkan bila ditinjau dari pengertian ekonomi, produksi merupakan suatu proses pendayagunaan segala sumber yang tersedia untuk mewujudkan hasil yang terjamin kualitas, terkelola dengan baik sehingga kegiatan tersebut haruslah dilakukan dengan biaya serendah mungkin untuk mencapai hasil maksimal. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti pengaruh komposisi media pembibitan dan interval penyiraman terhadap pertumbuhan bibit jambu air madu deli.

1.2 Batasan Masalah

Dari sekian banyak masalah dipilihlah satu atau dua masalah yang akan dipermasalahkan, tentu yang akan diteliti yang biasanya disebut dengan batasan masalah. Agar hasil penelitian ini tidak terjadi salah tafsir dan supaya lebih jelas sehingga tidak menyimpang dari pokok permasalahan, maka peneliti mengemukakan batasan masalah yang menjadi ruang lingkup penelitian sehingga penelitian ini mendapatkan gambaran yang jelas.

Adapun batasan masalah yang peneliti kemukakan adalah penelitian ini membahas mengenai Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Hasil Produksi Jambu Madu Usaha Raisyah Desa Aek Tuhul Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan.

1.3. Rumusan Masalah

Masalah perlu dirumuskan secara jelas, karena dengan perumusan yang jelas, peneliti diharapkan dapat mengetahui variabel-variabel apa yang akan diukur dan apakah ada alat-alat ukur yang sesuai untuk mencapai tujuan penelitian. Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian sebagai berikut: Apakah Ada Pengaruh Analisis Perilaku Konsumen yang Signifikan

Terhadap Hasil Produksi Jambu Madu Usaha Raisyah Desa Aek Tuhul Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk memberikan pengetahuan dan kemampuan dasar kepada si peneliti. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui analisis perilaku konsumen pada jambu madu Usaha Raisyah Desa Aek Tuhul Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui hasil produksi jambu madu Usaha Raisyah Desa Aek Tuhul Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui analisis perilaku konsumen terhadap hasil produksi jambu madu Usaha Raisyah Desa Aek Tuhul Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan.

1.5. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian yaitu untuk melakukan penyelidikan dari, untuk, alasan dan juga konsekuensinya terhadap suatu keadaan. Kegunaan yang di peroleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan untuk penimbangan ilmu pengetahuan yang sesuai dengan kajian ilmiah ini.
2. Sebagai sumbangan teoritis kepada para peneliti lain agar dapat mengembangkan penelitian lebih lanjut.
3. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti di dalam membandingkan antara teori dengan

praktek di lapangan serta melatih dalam memecahkan permasalahan secara ilmiah.

1.6. Pengertian Perilaku Konsumen

Pemahaman mengenai perilaku konsumen sangatlah penting dalam pemasaran. Menurut (Engel, et al., 2004:44), perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk keputusan mendahului dan menyusuli tindakan ini. Terdapat dua elemen penting dari arti perilaku konsumen, yaitu: (1) proses pengambilan keputusan, (2) kegiatan fisik yang melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa ekonomis (Swastha, 2000:28).

Pemahaman akan perilaku konsumen cerdas dapat diaplikasikan dalam beberapa hal, yang pertama adalah untuk merancang sebuah strategi pemasaran yang baik, misalnya menentukan kapan saat yang tepat perusahaan memberikan diskon untuk menarik pembeli. Ke dua, perilaku konsumen dapat membantu pembuat keputusan membuat kebijakan publik.

Misalnya dengan mengetahui bahwa konsumen akan banyak menggunakan transportasi saat lebaran, pembuat keputusan dapat merencanakan harga tiket transportasi di hari raya tersebut. Aplikasi ke tiga adalah dalam hal pemasaran sosial (*social marketing*), yaitu penyebaran ide di antara konsumen. Dengan memahami sikap konsumen dalam menghadapi sesuatu, seseorang dapat menyebarkan ide dengan lebih cepat dan efektif.

Dan juga dapat memberikan gambaran kepada para pemasar dalam pembuatan produk, penyesuaian harga produk, mutu produk, kemasan dan sebagainya agar dalam penjualan produknya tidak menimbulkan kekecewaan pada pemasar tersebut.

Pendekatan Dalam Meneliti Perilaku Konsumen

Terdapat tiga pendekatan utama dalam meneliti perilaku konsumen. Pendekatan pertama adalah pendekatan *interpretif*. Pendekatan ini menggali secara mendalam perilaku konsumsi dan hal yang mendasarinya. Studi dilakukan dengan melalui wawancara panjang dan *focus group discussion* untuk memahami apa makna sebuah produk dan jasa bagi konsumen dan apa yang dirasakan dan dialami konsumen ketika membeli dan menggunakannya.

Pendekatan ke dua adalah pendekatan tradisional yang didasari pada teori dan metode dari ilmu psikologi kognitif, sosial, dan *behaviorial* serta dari ilmu sosiologi. Pendekatan ini bertujuan mengembangkan teori dan metode untuk menjelaskan perilaku dan pembuatan keputusan konsumen. Studi dilakukan melalui eksperimen dan survei untuk menguji coba teori dan mencari pemahaman tentang bagaimana seorang konsumen memproses informasi, membuat keputusan, serta pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumen.

Pendekatan ke tiga disebut sebagai sains pemasaran yang didasari pada teori dan metode dari ilmu ekonomi dan statistika. Pendekatan ini dilakukan dengan mengembangkan dan menguji coba model matematika berdasarkan hierarki kebutuhan manusia menurut Abraham Maslow (Teori hierarki kebutuhan Maslow) untuk memprediksi pengaruh strategi marketing terhadap pilihan dan pola konsumsi, yang dikenal dengan sebutan *moving rate analysis*.

Ketiga pendekatan sama-sama memiliki nilai dan tinggi dan memberikan pemahaman atas perilaku konsumen dan strategi marketing dari sudut pandang dan tingkatan analisis yang berbeda. Sebuah perusahaan dapat saja menggunakan salah satu atau seluruh

pendekatan, tergantung permasalahan yang dihadapi perusahaan tersebut.

1.7. Pengertian Hasil Produksi

Secara umum produksi diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan (input) menjadi hasil keluaran (output). Dalam pengertian yang bersifat umum ini penggunaannya cukup jelas, sehingga mencakup keluaran (*output*) yang berupa barang atau jasa. Dalam arti sempit, pengertian produksi hanya dimaksud sebagai kegiatan yang menghasilkan barang baik barang jadi maupun barang setengah jadi, bahan industri dan suku cadang atau spareparts dan komponen.

Hasil produksinya dapat berupa barang-barang konsumsi maupun barang-barang industri. Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa. (Sofjan Assauri, 2009:64). Produksi adalah suatu proses mengubah input menjadi output sehingga nilai barang tersebut bertambah. Input dapat berupa terdiri dari barang atau jasa yang digunakan dalam proses produksi, dan output adalah barang atau jasa yang di hasilkan dari suatu proses produksi. (Sri Adiningsih, 2009:21).

Sedangkan menurut, Sukanto dan Indriy, Produksi merupakan pusat pelaksanaan kegiatan konkrit mengadakan barang-barang dan jasa-jasa. Tanpa kegiatan ini kosonglah arti suatu badan usaha. (Sukanto, Indriyo, 2002:74). Produksi adalah suatu kegiatan yang mengubah input menjadi output. Kegiatan tersebut dalam ekonomi biasa di nyatakan dalam fungsi produk, fungsi produk menunjukkan jumlah maksimum output yang dapat dihasilkan dari pemakaian sejumlah input dengan menggunakan teknologi tertentu. (Sugiarto, dkk, 2002:86).

Sedangkan menurut Ari Sudarman, Produksi sering didefinisikan sebagai penciptaan guna, dimana guna berarti kemampuan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. (Ari Sudarman, 2004:42). Menurut definisi di atas produksi meliputi semua aktivitas dan tidak hanya mencakup pengertian yang sangat luas, produksi meliputi semua aktivitas dan tidak hanya mencakup pembuatan barang-barang yang dapat dilihat dengan menggunakan faktor produksi.

Faktor produksi yang dimaksud adalah berbagai macam input yang digunakan untuk melakukan proses produksi. Faktor-faktor produksi tersebut dapat diklasifikasi menjadi faktor produksi tenaga kerja, modal, dan bahan mentah. Ketiga faktor produksi tersebut dikombinasikan dalam jumlah dan kualitas tertentu. Aktivitas yang terjadi didalam proses produksi yang meliputi perubahan-perubahan bentuk, tempat dan waktu penggunaan hasil-hasil produksi.

Fungsi Produksi

Pada umumnya ekonomi menggunakan fungsi produksi untuk menggambarkan hubungan antara input dan output. Fungsi produksi menunjukkan berapa banyak jumlah maksimum output yang dapat diproduksi apabila sejumlah input yang tertentu dipergunakan pada proses produksi. (Sri Adiningsi, 2009:45). Fungsi produksi adalah suatu skedul (atau tabel atau persamaan matematis) yang menggambarkan jumlah output maksimum yang dapat dihasilkan dari satu set faktor produksi tertentu, dan pada tingkat teknologi tertentu pula.

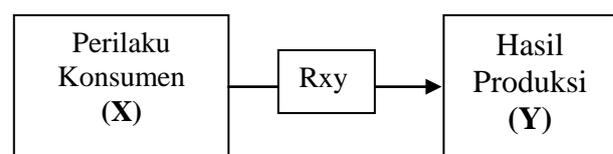
Singkatnya fungsi produksi adalah katalog dari kemungkinan hasil produksi. (Ari Sudarman, 2004:34). Fungsi produksi menunjukkan sifat hubungan di antara faktor-faktor produksi dan tingkat produksi yang dihasilkan. Faktor-faktor produksi dikenal

pula dengan istilah input dan jumlah produksi selalu juga disebut sebagai output. (Sadono Sukirno, 2008:33).

Dari pengertian di atas dapat dipahami mengenai unsur-unsur dan Faktor-faktor produksi disini yang dimaksud adalah tanah, modal, tenaga kerja dan keahlian keusahawan dimana tetap jumlahnya. Hanya tenaga kerja dipandang sebagai faktor produksi yang berubah-ubah jumlahnya. Dengan demikian perkaitan antara faktor produksi yang digunakan dan tingkat produksi yang dicapai adalah perkaitan antara jumlah tenaga kerja yang digunakan dan jumlah produksi yang dicapai. 3 variabel independen yaitu Bahan Baku, Tenaga Kerja, dan Pemasaran Hasil produksi.

1.8. Kerangka Berpikir

Penamaan kerangka pemikiran bervariasi, kadang disebut juga dengan kerangka konsep, kerangka teoritis atau model teoritis (*theoretical model*). Kerangka pemikiran teoritis yang dibangun ditampilkan dalam gambar dibawah ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Keterangan:

X = Perilaku Konsumen

Y = Hasil Produksi

Rxy = Koefisien korelasi X dengan Y

1.9. Hipotesis

Dari arti katanya, hipotesis memang dari dua penggalan kata. Kata “*Hypo*” yang artinya “di bawah” dan “*Thesa*” yang artinya

“kebenaran”. Jadi hipotesis adalah suatu rumusan yang menyatakan dugaan sementara dan masih perlu diuji kebenarannya untuk mengetahui apakah rumusan tersebut dapat diterima atau tidak. Suatu hipotesis dapat diuji sebagai jasa penarikan kesimpulan dalam penelitian yang dapat dirumuskan seringkasan mungkin.

Pembuktian hipotesis atas kebenaran dan tidak kebenarannya dapat dilakukan melalui pengolahan data. Hipotesis merupakan jawaban *Research Question* yang diajukan. Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan maka hipotesis adalah: ada pengaruh analisis perilaku konsumen yang signifikan terhadap hasil produksi jambu madu Usaha Raisyah Desa Aek Tuhul Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan.

1.10. Defenisi Operasional

Definisi operasional adalah penjelasan definisi dari variabel yang telah dipilih oleh peneliti. Dari telaah pustaka dan pengembangan model dalam bentuk kerangka pemikiran teoritis, maka definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Defenisi Operasional

No.	Variabel	Pengertian	Indikator	Skala
1.	Perilaku Konsumen	Suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk keputusan mendahului dan menyusuli tindakan ini.	1. Budaya 2. Keluarga 3. Usia dan Tahap 4. Motivasi 5. Persepsi	Likert
2.	Hasil Produksi	Suatu kegiatan atau proses yang menranspormasikan masukan (input) menjadi hasil keluaran (output).	1. Input 2. Output 3. Tenaga kerja 4. Modal 5. Bahan Mentah	Likert

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian

II. METODE PENELITIAN

2.1. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan pengembangan metode dan strategi pembelajaran. Metode penelitian sebagai alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk melakukan analisis data dan uji hipotesis dengan metode kuantitatif dan pendekatan korelasional. Artinya disamping memberikan gambaran tentang kedua variabel yang diamati, peneliti juga memberikan analisis uji hubungan diantara kedua variabel penelitian.

2.2. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi Penelitian

Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin baik hasil menghitung ataupun pengukuran. Dalam melakukan penelitian perlu ditetapkan lebih dulu subyek yang akan diteliti sebagai dasar untuk pengambilan data-data yang diperlukan. Jadi populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. (Ibnu Hadjar, 2004) mengatakan: “Kelompok besar yang mempunyai karakteristik umum yang sama disebut populasi.”

Beranjak dari pendapat di atas, maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli atau pelanggan yang datang kepada Usaha Raisyah Desa Aek Tuhul Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan pada bulan Februari 2017 yang berjumlah 38 pembeli.

b. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili. Mengingat populasi pada penelitian ini 38 orang pembeli dan dianggap memiliki karakteristik yang berbeda, maka peneliti mengambil seluruh dari anggota populasi untuk diteliti. Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan dalam

penelitian ini adalah sebanyak 38 orang pembeli.

2.3. Instrumen Penelitian

Menyusun instrumen merupakan langkah penting dalam pola prosedur penelitian. Dalam penelitian ini, instrument penelitian digunakan dengan memberikan angket untuk pembeli. Bentuk lembaran angket dapat berupa sejumlah pertanyaan tertulis. Bentuk angket yang diberikan dapat dilihat sebagai berikut: untuk angket Perilaku Konsumen (variabel X atau independen) dan Hasil Produksi Jambu Madu (variabel Y atau dependen) di Usaha Raisyah Desa Aek Tuhul Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan. Sehingga pegawai hanya memilih salah satu option dari jawaban. Dimana angketnya berjumlah 20 soal dari seluruh angket.

2.4. Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data yang diperlukan sehubungan dengan penulisan penelitian ini digunakan dua prosedur pengumpulan data, yaitu:

1. Angket adalah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden.
2. Studi Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data dengan melihat dokumen-dokumen.

2.5. Teknik Analisa Data

Analisis data diartikan sebagai upaya mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik mudah dipahami.

Dalam melakukan uji statistik ini, penulis menggunakan program SPSS (*Statistical Package for social Science*) versi 14. Kemudian rumus korelasi *Product Moment* menurut (Arikunto, 2003) sebagai berikut:

$$r = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2] [N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

2.6. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Usaha Raisyah Desa Aek Tuhul Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan, dan waktu penelitian ini direncanakan bulan Februari 2017 sampai selesai.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Gambaran Umum Usaha Raisyah Desa Aek Tuhul Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan

Nama Usaha : Raisyah
 Nama Pengusaha : Ahmad Rizki Hariri Hasibuan
 Alamat : Jalan H. BM. Muda, Desa Aek Tuhul Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan
 Jenis Perusahaan : Home Industri
 Jumlah Karyawan: 5 orang
 Produk : Buah Jambu Madu dan Bibit Jambu Madu

3.2. Karakteristik Responden

Responden yang diteliti adalah 25 orang pria dan 13 orang wanita. Pada umur antara 20 – 35 tahun sebanyak 23 orang dan umur antara 36 – 50 tahun sebanyak 15 orang.

3.3. Hasil Penelitian

Untuk mencari koefisien korelasi, dari tabel nilai tabulasi dari data angket dan tabulasi jawaban responden serta nilai variabel X dan variabel Y yang disebarkan kepada 38 responden terdapat pada penjelasan dibawah. Dengan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Perhitungan

No.	X	X ²	Y	Y ²	XY
1	38	1444	42	1764	1596
2	39	1521	42	1764	1638
3	40	1600	43	1849	1720
4	39	1521	42	1764	1638
5	41	1681	41	1681	1681
6	43	1849	40	1600	1720
7	39	1521	42	1764	1638
8	40	1600	42	1764	1680
9	40	1600	44	1936	1760
10	42	1764	43	1849	1806
11	38	1444	44	1936	1672
12	41	1681	42	1764	1722
13	40	1600	43	1849	1720
14	38	1444	40	1600	1520
15	42	1764	43	1849	1806
16	41	1681	40	1600	1640
17	38	1444	40	1600	1520
18	42	1764	43	1849	1806
19	40	1600	40	1600	1600
20	39	1521	39	1521	1521
21	39	1521	39	1521	1521
22	42	1764	43	1849	1806
23	42	1764	44	1936	1848
24	42	1764	43	1849	1806
25	39	1521	40	1600	1560
26	39	1521	40	1600	1560
27	38	1444	40	1600	1520
28	41	1681	41	1681	1681
29	38	1444	39	1521	1482
30	40	1600	40	1600	1600
31	40	1600	40	1600	1600
32	45	2025	45	2025	2025
33	39	1521	38	1444	1482
34	38	1444	42	1745	1596
35	39	1521	42	1745	1638
36	40	1600	43	1849	1720
37	39	1521	42	1745	1638
38	41	1681	41	1681	1681
Total	1521	60981	1577	65494	63168

Sumber: Hasil Olah Data

Untuk mengetahui hasil korelasi antara variabel X dan Variabel Y maka, dapat dihitung dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$= \frac{38(63168) - (1521)(1577)}{\sqrt{\{38(60981) - (1521)^2\} \{38(65494) - (1577)^2\}}}$$

$$r_{xy} = 0.664$$

Keterangan :

0.80 ≤ 1.00 Korelasi sangat tinggi

0.60 ≤ 0.80 Korelasi tinggi

0.40 ≤ 0.60 Korelasi sedang

0.20 ≤ 0.40 Korelasi rendah

0.00 ≤ 0.20 Korelasi sangat rendah

Hasil perhitungan menunjukkan koefisien korelasi r_{XY} sebesar 0,664 dan apabila dibandingkan dengan interpretasi 0,664 terletak antara $0.60 \leq 0.80$ yang artinya korelasi tinggi. Maka antar variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat yaitu Perilaku Konsumen Terhadap Hasil Produksi Jambu Madu Usaha Raisyah Desa Aek Tuhul Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

1. Hasil perhitungan menunjukkan koefisien korelasi r_{XY} sebesar 0,664 dan apabila dibandingkan dengan interpretasi 0,664 terletak antara $0.60 \leq 0.80$ yang artinya korelasi tinggi.
2. Maka antar variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat yaitu Perilaku Konsumen Terhadap Hasil Produksi Jambu Madu Usaha Raisyah Desa Aek Tuhul Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan.

4.2. Saran

1. Diharapkan kepada pembeli Jambu Madu Usaha Raisyah Desa Aek Tuhul Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan perlu meminimalisir permintaan pembeli karena dapat

berpengaruh kuat terhadap tingkat penjualan jambu.

2. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk meneliti tempat lain yang mungkin mengalami permasalahan yang hampir sama dengan Usaha Raisyah Desa Aek Tuhul Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan.

Swastha, 2000, *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*, Liberty: Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 2003, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta: Jakarta.
- Ari Sudarman, 2004, *Teori Ekonomi Mikro*, edisi 4, BPFE UGM: Yogyakarta.
- Engel, et al. 2004, *Consumer Behaviour*, Permissions Department, Thomson Business and Economics, Mason.
- Hariyanto, 2002, *Fungsi-Fungsi Pemerintahan*, Badan Diklat Depdagri: Jakarta.
- Hartus, 2002, *Berkebun Hidroponik Secara Murah*, Penebar Swadaya: Jakarta.
- Ibnu Hadjar, 2004, *Strategi Pembelajaran & Metode Belajar*, Alfa Beta: Bandung.
- Kramer, 2007, *Fundamental of Quality Control for the Food Industry*, The AVI Pub. Inc.: Conn. USA.
- Sadono Sukirno, 2008, *Ekonomi Pembangunan*, Kencana Group: Jakarta.
- Sofjan Assauri, 2009, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Edisi Pertama, Raja Grafindo Persada, Band, Oliver: Jakarta.
- Sri Adiningsih, 2009, *Ekonomi Mikro*, BPFE-Yogyakarta: Yogyakarta.
- Sugiarto, dkk, 2002, *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif*, PT.Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Sukanto, Indriyo, 2002, *Manajemen Produksi*, Edisi 4., Penerbit BPFE: Yogyakarta.