



ketinggian kurang dari 100 m sebesar 28,84%, ketinggian antara 500 m – 999 m sebesar 5,04% dan ketinggian di atas 1000 m sebesar 0,47%.

## B. Keadaan Iklim

Daerah Istimewa Yogyakarta beriklim tropis yang dipengaruhi oleh musim kemarau dan musim hujan. Menurut catatan stasiun Meteorologi Badan Adisucipto, suhu udara rata-rata di Yogyakarta tahun 2011 menunjukkan angka 25,97<sup>0</sup> C lebih rendah dibandingkan rata-rata suhu udara pada tahun 2010 yang tercatat sebesar 27,30<sup>0</sup> C, dengan suhu minimum 17,5<sup>0</sup> C, dan suhu maksimum 39,8<sup>0</sup> C. Curah hujan berkisar antara 0,0 mm – 404,5 mm dengan hari hujan perbulan antara 0 kali – 29 kali. Kelembaban udara tercatat 41,5% - 96,0 %, dan tekanan udara antara 990,4 mb – 1.000.1 mb, dengan arah angin arah Barat yang terbanyak dan kecepatan angin antara 0,0 m/s sampai dengan 7,2 m/s.

## C. Keadaan Penduduk

Tabel 4. Persentase Rumah Tangga dan Penduduk menurut Jenis Kelamin dan Kabupaten/Kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

Kabupaten / Kota	Jumlah Rumah Tangga	Jumlah Penduduk		Jumlah Total
		Laki-laki	Perempuan	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kulonprogo	10,49	49,04	50,96	100,00
Bantul	25,31	49,86	50,14	100,00
Gunungkidul	18,64	48,37	51,63	100,00
Sleman	33,23	50,12	49,88	100,00
Yogyakarta	12,33	48,67	51,33	100,00
Provinsi DIY	100,00	49,43	50,57	100,00

Sensus Penduduk SP 2010, Badan Pusat Statistik DIY Dalam Angka 2012

Estimasi penduduk 2011 berdasarkan hasil Sensus penduduk tahun 2010 jumlah penduduk Provinsi DIY tercatat 3.487.325 jiwa, dengan presentase jumlah

laki-laki 48,64% dan penduduk perempuan 51,36%. Menurut daerah

presentase penduduk kota mencapai 66,36 % dan penduduk desa mencapai 33,64%.

Pertumbuhan penduduk pada tahun 2011 sebesar 0,86% relatif lebih rendah dibandingkan dengan pertumbuhan tahun sebelumnya. Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman memiliki angka pertumbuhan diatas angka Provinsi, masing – masing sebesar 1,07% dan 1,30%.

Dengan luas wilayah 3.185,80 km<sup>2</sup> kepadatan penduduk di provinsi DIY tercatat 1.095 jiwa per km<sup>2</sup>. Kepadatan tertinggi terjadi dikota Yogyakarta yakni 12.017 jiwa per km<sup>2</sup> dengan luas wilayah hanya sekitar 1% dari luas provinsi DIY. Sedangkan kabupaten gunungkidul yang memiliki wilayah terluas mencapai 46,63% memiliki kepadatan penduduk terendah yang dihuni rata-rata 456 jiwa per km<sup>2</sup>.

Komposisi kelompok umur penduduk DIY didominasi oleh kelompok usia dewasa yaitu umur 25-29 tahun sebesar 10,56%. Kelompok umur 0-24 tahun tercatat 33,21%, kelompok umur 25-59 tahun 53,54%, dan lanjut usia yaitu umur 60 tahun keatas sebesar 13,25%. Besarnya proporsi mereka yang berusia lanjut

Tabel 5. Estimasi jumlah penduduk menurut jenis kelamin dan kelompok umur perempuan dan laki-laki

Kelompok Umur	Kulon Progo	Bantul	Gunung Kidul	Sleman	Kota Yogyakarta	Total
0 – 4	30.104	74.004	48.074	87.923	28.522	268.627
5 – 9	28.519	68.602	46.212	78.976	24.368	246.677
10 – 14	29.264	66.624	49.084	76.627	25.337	246.936
15 – 19	29.352	71.739	49.754	92.800	35.268	278.913
20 – 24	26.159	76.760	43.711	114.235	46.326	307.191
25 – 29	23.665	73.623	38.834	106.186	41.493	283.791
30 – 34	25.937	73.790	42.827	92.356	32.302	267.212
35 – 39	27.574	71.447	47.639	84.310	27.353	258.323
40 – 44	29.732	72.095	51.735	81.927	27.286	262.775
45 – 49	29.488	68.240	50.231	72.569	25.931	246.459
50 – 54	26.416	58.060	46.338	61.409	23.432	215.655
55 – 59	21.943	43.929	41.600	49.521	19.054	176.047
60 – 64	16.942	29.979	34.015	35.422	12.624	128.982
65 – 69	15.104	24.893	29.993	28.480	9.057	107.527
70 – 74	13.726	22.447	26.499	22.536	6.906	92.114
75+	19.296	31.724	38.204	29.556	8.753	127.533
	393.221	927.956	684.740	1.114.833	394.012	3.514.762

Badan Pusat Statistik D.I.Yogyakarta DAU 2012

#### D. Pendidikan

Tabel 6. Gambaran Pendidikan di Yogyakarta Tahun 2010

Jenjang Sekolah	Jumlah Sekolah	Jumlah Murid	Jumlah Pengajar
SD	1.866	295.345	22.044
SMP	420	122.368	10.563
SMA	165	49.063	5.515
SMK	203	78.712	8.175
Perguruan Tinggi	10	76.785	2.174

Badan Pusat Statistik Provinsi D.I.Yogyakarta Dalam Angka 2012

Kualitas pendidikan yang memadai diperlukan penduduk untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Tingginya permintaan jasa pendidikan menuntut tersedianya penyelenggaraan pendidikan yang makin bermutu. Secara nasional, pendidikan diselenggarakan baik oleh pemerintah maupun swasta.

Pada tahun 2011 untuk jenjang Taman Kanak-Kanak hingga Sekolah Menengah Atas tercatat 5.070 unit sekolah atau menurun 2,09% dibandingkan dengan tahun 2010 yang tercatat 5.178 sekolah. Pada jenjang Sekolah Dasar (SD),

anak dan diasuh oleh 22.044 guru. Untuk jenjang pendidikan yang lebih tinggi, yakni SMP tercatat sebanyak 420 sekolah dengan 122.368 anak didik yang diasuh oleh 10.563 orang guru. Pada Sekolah Menengah Umum, tercatat sebanyak 5.515 orang guru yang mengajar 49.063 siswa yang tersebar pada 165 sekolah. Adapun untuk tingkat Sekolah menengah kejuruan terdapat 203 unit sekolah dengan 78.712 siswa yang diajar oleh 8.175 orang guru. Jumlah murid putus sekolah tercatat 1.149 anak atau mengalami penurunan 19,37% dibandingkan tahun 2010.

Pada jenjang Perguruan Tinggi Negeri (PTN), Provinsi DIY memiliki 10 perguruan tinggi, dengan jumlah mahasiswa keseluruhan sebanyak 76.785 orang dengan jumlah dosen tetap sebanyak 2.174 orang. Untuk perguruan tinggi swasta (PTS), tercatat sebanyak 115 institusi dengan rincian 40% akademi, 33,91% sekolah tinggi, 15,65% universitas serta masing-masing 6,96% politeknik dan 3,48% institut, dengan jumlah mahasiswa sebanyak 135.501 orang yang diasuh oleh 6.418 orang dosen.

Tabel 7. Persentase penduduk 10 Tahun ke Atas menurut kabupaten/kota dan jenjang pendidikan tertinggi yang ditamatkan di D.I. Yogyakarta

Jenjang pendidikan tertinggi yang ditamatkan	Kulon progo	Bantul	Gunungkidul	Sleman	Yogyakarta	DIY
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Belum pernah sekolah	6,11	6,09	13,94	4,19	1,53	6,51
Tdk/ belum tamat SD	17,58	16,43	17,25	11,89	8,38	14,36
SD	23,90	18,26	29,17	15,24	12,26	19,39
SMP	19,94	20,24	23,79	16,04	16,81	19,19
SMA	26,57	30,87	13,41	38,45	41,47	30,58
Diploma I/II	0,81	0,59	0,43	1,07	0,88	0,77
Dimloma III	1,42	2,63	0,55	3,18	4,91	2,52
Universitas D4/S1	3,66	4,88	1,47	9,94	13,75	6,69
Jumlah Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

## E. Pekerjaan

Pelaksanaan kegiatan pemerintah di provinsi DIY pada tahun 2011 didukung oleh 87.381 orang pegawai negeri sipil. Ditinjau menurut level pemerintahan, pegawai pemerintah tersebar pada 5 kabupaten/kota di DIY. Menurut golongan dari total PNS di DIY, 2,67% menduduki golongan I, golongan II sebesar 20,82%, 46,30% menduduki golongan III, dan selebihnya golongan IV sebesar 30,21%.

Berdasarkan data Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi, mencatat jumlah pencari kerja pada tahun 2011 sebanyak 86.726 orang, turun sekitar 33,18% dibanding tahun sebelumnya yang sebesar 129.793 orang. Mereka terdiri dari 50,54% laki-laki dan 49,46% perempuan. Dari jumlah tersebut 36,93% berpendidikan SLTA, 14,04% Diploma I-III, 42,05% Diploma IV-S1, serta 1,13% S2-S3, 4,92% adalah SLTP dan sisanya 0,93% berpendidikan SD, presentase lowongan pekerjaan yang tersedia dan pemempatan masing-masing adalah 29,65% dan 18,40% dari total pencari kerja.

Berdasarkan hasil Sakernas Agustus 2011, presentase penduduk DIY umur 15 tahun keatas menurut kegiatan adalah 69,42% merupakan angkatan kerja (66,66% bekerja dan 2,76% pengangguran), sedangkan sisanya sebesar 30,58% merupakan bukan angkatan kerja (sekolah, mengurus rumah tangga dan lainnya masing-masing adalah 12,26%, 13,46% dan 4,86%). Sedangkan berdasarkan lapangan usaha utama, penduduk yang bekerja bergerak pada sektor pertanian

23,97%, perdagangan 26,70%, jasa 10,60%, industri 14,82%, dan lain-lain 14,91%.

## F. Konsumsi

Nilai pendapatan suatu rumah tangga dapat menunjukkan tingkat kesejahteraan rumah tangga tersebut dilihat dari sudut pandang ekonomi. Sejauh ini, dalam mengumpulkan data pendapatan, BPS melakukan pendekatan melalui data pengeluaran. Hal ini disebabkan tingginya resiko bias jawaban responden jika ditanya pendapatannya. Salah satu data pengeluaran rumah tangga yang dikumpulkan bersumber dari Survey Sosial Ekonomi Nasional (Susenas).

Menurut golongan pengeluaran, pada tahun 2011, sebanyak 0,72 % rumah tangga di DIY mempunyai pengeluaran dibawah Rp. 150.000 perkapita perbulan. Sedangkan 4,45% rumah tangga mempunyai pengeluaran sebesar Rp. 150.000 – Rp. 199.999 per kapita, per bulan, 16,83% rumah tangga mempunyai pengeluaran Rp. 200.000 – Rp. 299.999 per kapita per bulan, 29,03% rumah tangga mempunyai pengeluaran Rp. 300.000 – Rp. 499.999 per kapita per bulan, dan 48,98% rumah tangga mempunyai pengeluaran di atas Rp. 500.000 per kapita perbulan.

Tabel 8. Pengeluaran rata-rata per kapita sebulan untuk makanan dan non makanan menurut golongan pengeluaran perkapita sebulan di Provinsi D.I.yogyakarta tahun 2011

Golongan Pengeluaran per Kapita Sebulan	Rumahtangga		Pengeluaran Makanan		Pengeuaran Non Makanan	
	Jumah / Total (Rp)	%	Jumlah / Total (Rp)	%	Jumlah / Total (%)	%
< 100.000	-	0,00	-	0,00	-	0,00
100.000 – 149.999	7.495	0,72	90.996	66,36	46.122	33,64
150.000 – 199.999	46.381	4,45	119.386	66,65	59.726	33,35
200.000 – 299.999	175.341	16,83	161.655	64,56	88.728	35,44
300.000 – 499.999	302.419	29,03	227.970	59,63	154.346	40,37
500.000 – 759.999	187.48	17,99	300.475	49,16	310.780	50,84
750.000 – 999.999	94.709	9,09	341.105	38,72	539.811	61,28
1.000.000 +	228.102	21,89	526.978	31,24	1.160.080	68,76
Jumlah / Total	1.041.925	100,00	276.323	44,21	348.721	55,79

Rata-rata pengeluaran per kapita penduduk pada tahun 2011 tercatat sebesar Rp 625.044 perbulan yang terdiri dari pengeluaran makanan sebesar Rp. 276.322 (44,21%) dan non makanan sebesar Rp. 348.722 (55,79%). Berdasarkan daerah, rata-rata pengeluaran per kapita per bulan penduduk perkotaan sebesar Rp. 702.787. lebih tinggi dibandingkan dengan daerah pedesaan yang tercatat sebesar Rp. 472.165.

Pada tahun 2011, presentase pengeluaran untuk konsumsi makanan di daerah perkotaan dan pedesaan menurun. Sebaliknya, presentase konsumsi non makanan diperkotaan dan di pedesaan mengalami peningkatan. Hal ini mengindikasikan adanya perbaikan kesejahteraan baik diperkotaan maupun dipedesaan. Konsumsi makanan daerah perkotaan pada tahun 2010 tercatat 44,02% menjadi 43,11% pada tahun 2011. Sedangkan untuk daerah pedesaan terdiri dari 56,23% menjadi 47,43%.

Sebaliknya, pada tahun 2011 presentase pengeluaran untuk konsumsi non makanan diperkotaan mengalami penurunan demikian pula dipedesaan. Di daerah perkotaan 55,98% pada tahun 2010 menjadi 56,89% ditahun 2011, sedangkan didaerah pedesaan dari 43,77% menjadi 52,57% dari total pengeluaran.

Secara umum ketersediaan pangan Nasional ditinjau dari kecukupan gizi yang diisyaratkan oleh Widyakarya Pangan dan Gizi ke VI (2000). Angka kecukupan kalori yang harus dicapai adalah 2.200 kkal per kapita per hari pada tingkat konsumsi dan 2.550 kkal per kapita per hari pada tingkat ketersediaan. Sedangkan angka kecukupan protein adalah 50 gram per kapita per hari pada

Jumlah kalori yang dikonsumsi penduduk D.I.Yogyakarta pada tahun 2011 tercatat sebesar 1.832,26 k. Kalori per kapita perhari atau menurun sebesar 1.07% dibanding dengan konsumsi kalori tahun 2010. Jika dibandingkan dengan standar kecukupan kalori angka tersebut masih lebih rendah 16,72% atau sekitar 83,28% dari yang diisyaratkan.

Untuk konsumsi protein pada tahun 2011 tercatat sebesar 52,81 gram per kapita per hari atau naik sebesar 1,74% dibandingkan dengan konsumsi protein pada tahun 2010. Nilai konsumsi ini sudah melampaui jumlah yang diisyaratkan dalam konsumsi protein.

Pada tahun 2011 berdasarkan area penduduk pedesaan mempunyai tingkat konsumsi kalori yang lebih rendah apabila dibandingkan dengan penduduk perkotaan. Konsumsi protein dipedesaan juga lebih rendah dibanding dengan perkotaan. Hal ini disebabkan karena tingkat pendapatan masyarakat kota yang tinggi sehingga lebih cenderung lebih memenuhi kebutuhan gizi keluarga dengan protein. Selain itu didukung kesadaran masyarakat kota tinggi akan manfaat protein bagi metabolisme tubuh yang penting untuk kesehatan.

### **G. Pendapatan Perkapita**

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) adalah nilai tambah yang terbentuk dari keseluruhan kegiatan ekonomi dalam suatu wilayah dengan rentang waktu tertentu. PDRB disajikan menurut harga konstan dan harga berlaku. Dari PDRB atas harga konstan dapat dihitung pertumbuhan ekonomi yang

PDRB atas dasar harga berlaku dapat dilihat struktur ekonomi yang menggambarkan andil masing-masing sektor ekonomi.

Berdasarkan perhitungan PDRB atas harga konstan, perekonomian Provinsi D.I.Yogyakarta tahun 2011 tumbuh sebesar 5,16 %, lebih cepat dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 4,88%. Hal yang menggembirakan dari gambaran ekonomi D.I.Yogyakarta tahun 2011 adalah pertumbuhan positif dari hampir seluruh sektor, kecuali sektor pertanian. Sektor pertambangan dan penggalian mengalami pertumbuhan paling besar yaitu sebesar 11,96%, disusul sektor pengangkutan dan komunikasi. Sektor keuangan, real estate dan jasa perusahaan. Sektor konstruksi, sektor jasa-jasa, sektor industri pengolahan, sektor perdagangan hote dan restoran, serta sektor listrik gas dan air bersih masing-masing sebesar 11,96%, 8,00%, 7,95%, 7,23%, 6,79%, 6,47%, 5,19%, dan 4,26%. Sedangkan sektor pertanian justru mengalami penurunan sebesar 2,12%.

Penyumbang positif terbesar terhadap pertumbuhan ekonomi sebesar 5,16% adalah sektor jasa-jasa diikuti oleh sektor perdagangan, hotel dan restoran serta sektor industri pengolahan. Sebaliknya, sektor pertanian memberi andil negatif

Tabel 9. Produk Domestik Regional Bruto menurut apangan usaha atas dasar - harga berlaku di Provinsi D.I.Yogyakarta 2010-2012

No.	Lapangan Usaha	2010	2011	2012	
				Tw 1	Tw 2
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Pertanian	6.644.695	7.370.795	2.911.591	1.791.032
2	Pertambangan dan penggalian	304.660	361.793	91.230	92.070
3	Industri pengolahan	6.396.639	7.434.020	1.767.713	1.726.709
4	Istrik, gas & air bersih	607.072	675.912	179.761	180.595
5	Bangunan	4.833.423	5.580.599	1.243.079	1.288.453
6	Perdagangan, hotel restoran	9.008.181	10.246.578	2.658.247	2.757.692
7	Pengangkutan & komunikasi	4.119.970	4.572.928	1.156.115	1.208.082
8	Keuangan, persewaan & jasa perusahaan	4.552.667	5.158.229	1.378.158	1.453.980
9	Jasa-jasa servis	9.158.283	10.381.238	2.617.996	3.047.149
	PDRB -	45.625.590	51.782.092	14.003.889	13.545.763
	PDRB per kapita	13.196.156	14.848.648		

Badan Pusat Statistik D.I.Yogyakarta dalam angka 2012

Nilai produk Domestik Regional Bruto atas dasar harga berlaku Provinsi D.I.Yogyakarta pada tahun 2011 tercatat sebesar Rp. 51.782.092 juta dengan PDRB per kapita sebesar Rp 14.848.648 atau naik 12,52%. Berdasarkan komposisi nilai produk Domestik Regional Bruto atas dasar harga berlaku dapat diketahui bahwa peran sektor pertanian sebagai penyumbang terbesar dalam perekonomian Provinsi D.I.Yogyakarta mulai tergeser oleh sektor lain.

Pada tahun 2011, andil terbesar berasal dari sektor perdagangan, hotel dan restoran sebesar 20,84%, kemudia sektor jasa, sektor pertanian dan sektor industri pengolahan memiliki andil 17,25% 16,07% dan 13,48%. sektor pengangkutan dan komunikasi, sektor bangunan serta sektor keuangan, real estate dan jasa perusahaan masing-masing berperan sebesar 10,98%, 9,89% dan 9,87%. Sedangkan sektor listrik, gas dan air bersih serta sektor pertambangan dan penggalian merupakan sektor dengan andil terkecilyakni masing-masing

## H. Usaha Tiwul Ayu Mbok Sum

Tiwul ayu-didirikan oleh “Mbok Sum” yang bernama lengkap Suminem. Tiwul ayu berdiri pada tahun 1997, awalnya Mbok Sum memproduksi dan mengkonsumsi sendiri. Akan tetapi tahun 2005 toko mebel suami Mbok Sum tutup dan Mbok Sum berinisiatif menjual tiwul ayu buatannya untuk memenuhi kebutuhan keluarga, pada awalnya tiwul ayu belum memiliki nama. Sampai pada tahun 2008 tiwul ayu berangsur-angsur memiliki toko sendiri dan berkembang sampai sekarang.

Tiwul ayu Mbok Sum, merupakan industri rumah tangga makanan yang terletak di Desa Mangunan, kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul. Tiwul Ayu Mbok Sum bisa diakses dari Terminal Giwangan ke selatan kira – kira 15 km, sampai di Daerah imogiri, setelah melewati Pasar lama Imogiri lalu ke timur sekitar 300 meter ada pertigaan kearah Mangunan dan belok kanan, terus mengikuti jalan yang berkelok tetapi pemandangannya indah dan udaranya sejuk sehingga perjalanan tidak terasa. Tidak jauh dari pertigaan Mangunan di kiri jalan sudah menemukan papan nama Tiwul Ayu Mbok Sum.

Bahan baku tiwul ayu adalah ubi kayu tepatnya tepung gapek dan memiliki kandungan karbohidrat dan juga kalori yang cukup tinggi. Awalnya, ia mendatangkan tepung gapek dari berbagai daerah penghasil. Namun lama kelamaan, ia memproduksi sendiri tepung gapek untuk meningkatkan kualitas thiwul yang dijualnya. Tiwul ayu Mbok Sum dibuka sejak pukul 02.00 WIB sampai sekitar pukul 22.00 WIB. Selain membuka dagangan dirumahnya, juga

... Kini Thiwul Ayu Mbok Sum

sudah terkenal hingga luar kota. Tak sedikit pembeli langganannya berasal dari Jakarta, Surabaya, Medan bahkan dari Malaysia.

Cara pembuatan tiwul ayu adalah, tepung gaplek yang sudah digiling halus, kemudian dicampur dengan parutan kelapa dan gula merah, lalu dikukus selama lima menit, kemudian tiwul ayu siap disajikan. Cara memasaknya tidak dengan kompor namun menggunakan pawon kayu. Tiwul ayu Mbok Sum hanya tahan selama 24 jam karena tiwul ini murni menggunakan bahan alami dan tidak mengandung bahan pengawet sehingga sehat dan aman dikonsumsi.

Harga Thiwul Ayu Mbok Sum tergolong murah meriah, Rp 4.000/kardus dengan berbagai pilihan rasa. Rata-rata tiap hari ia bisa memproduksi 500 kardus tiwul dan menghabiskan sekitar 50 kilogram tepung gaplek, saat liburan produksi bisa meningkat. Setiap hari terjual 200 sampai 250 dus. Akan tetapi di akhir pekan, pembeli akan bertambah 50% yaitu sekitar 300 dus. Ia mendapatkan ide kreatif untuk memberikan rasa yang berbeda terhadap tiwul produksinya dengan membuat tiwul berbeda rasa. Terdapat empat varian rasa tiwul ayu yaitu tiwul gula jawa, tiwul gula pasir, tiwul sambal dan tiwul gurih. Dari sekian jenis,

... .. Thiwul Ayu Gurih paling banyak peminatnya



## V. MINAT BELI RESPONDEN TERHADAP TIWUL AYU

### A. Profil Responden Ibu Rumah Tangga dan Keluarga Responden

Profil responden diperlukan untuk mengetahui latar belakang dan gambaran keadaan responden meliputi nama, umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, pekerjaan dan pendapatan. Tidak ada perbedaan usia antara wilayah pedesaan atau perkotaan yaitu ibu rumah tangga yang mengambil keputusan dalam rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan pangan keluarga sehari-hari. Tingkat pendidikan responden berbanding lurus dengan tingkat pendapatannya, semakin tinggi pendidikan yang ditempuh responden semakin besar pendapatannya. Dilihat dari jumlah anggota keluarga, tidak ada perbedaan mendasar antara jumlah anggota keluarga didesa dan dikota. Selain itu pekerjaan responden di wilayah perkotaan sebagian besar adalah ibu rumah tangga. Pada penelitian ini objek yang dijadikan sebagai responden adalah ibu rumah tangga. Ibu rumah tangga dianggap sebagai orang yang selalu mengambil keputusan rumah tangga terutama dalam menu makanan sehari-hari.

**Umur.** Responden perkotaan dan pedesaan dapat dikelompokkan dalam umur, rata-rata responden berumur lebih dari 41 tahun. Responden yang berumur 41 tahun ke atas cenderung lebih banyak tahu tentang tiwul baik yang telah diinovasi menjadi tiwul ayu maupun yang belum diinovasikan menjadi tiwul ayu,

Tabel-10. Profil responden berdasarkan umur di Daerah Istimewa Yogyakarta

Umur (tahun)	Perkotaan		Pedesaan		Total	
	Jiwa	Persentase	Jiwa	Persentase	Jiwa	Persentase
19-30	5	16,7	6	20,0	11	18,3
31-40	7	23,3	8	26,7	15	25,0
41-50	15	50,0	12	40,0	27	45,0
51-60	3	10,0	4	13,3	7	11,7
Total	30	100,0	30	100,0	60	100,0

Badan Pusat Statistik Provinsi D.I.Yogyakarta Dalam Angka 2012

**Tingkat pendidikan.** Pendidikan akan berpengaruh pada pola pikir seseorang serta kemampuannya dalam menelaah dan menganalisa sesuatu. Dari tabel 6 diketahui bahwa secara umum jenjang pendidikan yang ditempuh responden cukup merata mulai dari SD, SMP, SMA dan perguruan tinggi. Akan tetapi ada perbedaan tingkat pendidikan responden antar wilayah.

Tabel 11. Profil responden berdasarkan tingkat pendidikan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tingkat pendidikan	Perkotaan		Pedesaan		Total	
	Jiwa	Persentase	Jiwa	Persentase	Jiwa	persentase
Tidak sekolah	0	0,0	1	3,3	1	1,7
SD	0	0,0	6	20,3	6	10,0
SMP	5	16,7	4	13,3	9	15,0
SMA	19	63,3	12	40,0	31	51,7
Perguruan Tinggi	6	20,0	7	23,3	13	21,7
Total	30	100,0	30	100,0	60	100,0

Badan Pusat Statistik Provinsi D.I.Yogyakarta Dalam Angka 2012

Sebanyak 23,3% penduduk di wilayah pedesaan hanya lulusan SD dan tidak sekolah, sedangkan penduduk di wilayah perkotaan pendidikan responden lulusan SMP. Sebagian besar responden perkotaan, yaitu sebanyak 83,3% merupakan lulusan SMA dan perguruan tinggi sementara di pedesaan yang lulusan SMA dan perguruan tinggi adalah 63,3%.

Wilayah perkotaan merupakan wilayah yang sudah maju dari segi

sehingga kebanyakan responden mampu menempuh jenjang pendidikan sampai ke sekolah menengah keatas.

**Anggota keluarga.** Anggota keluarga responden merupakan jumlah jiwa yang tinggal dalam satu rumah tangga dan kehidupannya ditanggung oleh kepala keluarga. Anggota keluarga terdiri dari istri, anak yang belum menikah, orang tua atau anggota keluarga yang lain yang tinggal satu rumah. Jumlah anggota keluarga digunakan untuk mengetahui pengaruh responden dalam menentukan menu yang akan dibeli.

Tabel 12. Profil responden berdasarkan jumlah anggota keluarga di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Anggota keluarga	Perkotaan		Pedesaan		Total	
	Jiwa	Persentase	Jiwa	Persentase	Jiwa	Persentase
1-2	4	13,3	1	3,3	5	8,3
3-4	20	66,7	22	73,3	42	70,3
5 >	6	20,0	7	23,3	13	21,7
Total	30	100,0	30	100,0	60	100,0

Badan Pusat Statistik Provinsi D.I.Yogyakarta Dalam Angka 2012

Jumlah anggota keluarga didominasi oleh keluarga yang terdiri dari 3-4 orang dalam keluarga sebanyak 66,7% di perkotaan dan 73,3% di pedesaan. Akan tetapi, responden di wilayah pedesaan cenderung mempunyai jumlah anggota keluarga yang lebih banyak dibandingkan daerah perkotaan disebabkan responden di wilayah pedesaan mempunyai keluarga besar yang tinggal dalam satu tempat.

**Pekerjaan.** Pekerjaan adalah seberapa besar pendapatan dan dapat diperkirakan interaksi dan keuangan waktu responden. Responden dalam

Tabel 13. Profil responden berdasarkan pekerjaan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pekerjaan	Perkotaan		Pedesaan		Total	
	Jiwa	Persentase	Jiwa	Persentase	Jiwa	Persentase
Ibu Rumah Tangga	18	60,0	13	43,3	31	51,7
Karyawan Swasta	1	3,3	1	3,3	2	3,3
PNS	0	0,0	3	10,0	3	5,0
Guru	1	3,3	1	3,3	2	3,3
Wiraswasta/pedagang	10	33,3	12	40,0	22	36,7
/buruh/penjahit						
Total	30	100,0	30	100,0	60	100,0

Badan Pusat Statistik Provinsi D.I.Yogyakarta Dalam Angka 2012

Terdapat 60,0% responden di wilayah perkotaan bekerja sebagai ibu rumah tangga karena penghasilan suami sudah bisa mencukupi kebutuhan keluarga. Sementara di wilayah pedesaan 40,0% responden berprofesi sebagai wiraswasta, pedagang, buruh, penjahit karena untuk membantu suami menambah penghasilan untuk memenuhi kebutuhan. Sebanyak 51,7% responden baik yang ada di desa maupun di kota bekerja sebagai ibu rumah tangga. Artinya lebih banyak ibu yang berada di rumah dan lebih memperhatikan menu makanan keluarga.

**Pendapatan.** Jumlah pendapatan yang dihasilkan responden adalah pendapatan yang diperoleh dalam satu bulan. Tabel 14 menunjukkan bahwa pendapatan keluarga responden di wilayah perkotaan cenderung lebih tinggi dibandingkan daerah pedesaan.

Tabel 14. Profil responden berdasarkan tingkat pendapatan di Daerah Istimewa Yogyakarta

Pendapatan (Rp)	Perkotaan		Pedesaan		Total	
	Jiwa	Persentase	Jiwa	Persentase	Jiwa	persentase
150.000-500.000	8	26,6	11	36,7	18	30,0
>500.000-1.000.000	10	33,3	6	20,0	15	25,0
>1.000.000-2.000.000	7	23,3	8	26,7	17	28,3
>2.000.000	5	16,0	5	16,7	10	16,7
Total	30	100,0	30	100,0	60	100,0

Sumber: Data Primer Terolah

Di wilayah perkotaan proporsi paling banyak responden berpenghasilan lebih dari Rp. 500.000 dengan persentase sebesar 60,0%, sedangkan di daerah pedesaan responden yang berpenghasilan diatas Rp. 500.000 hanya 46,7%.

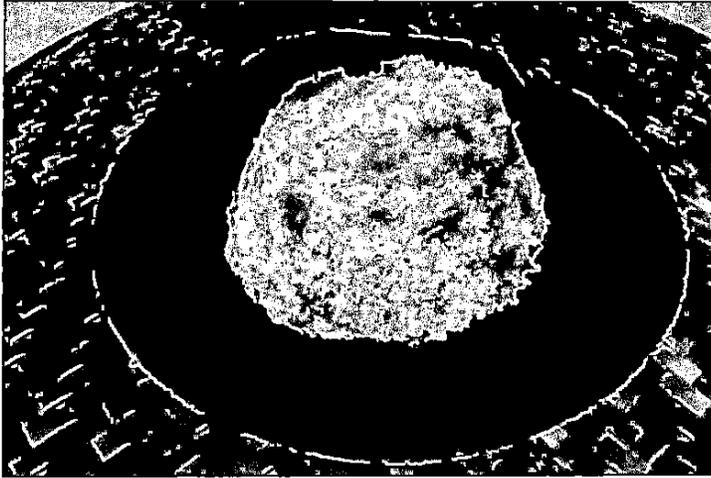
Dalam penelitian ini ada keterkaitan antara wilayah dengan tingkat pendidikan juga dengan kemajuan wilayah. Dengan demikian tingkat pendapatan sejalan dengan tingkat perkembangan wilayah, semakin maju wilayah maka semakin besar pula tingkat pendapatan responden. Hal ini akan mempengaruhi akses terhadap informasi dan kemampuan responden dalam memilih makanan atau menu untuk memenuhi gizi keluarganya.

## **B. Sikap Responden Terhadap Tiwul Ayu**

### **1. Kepercayaan**

Kepercayaan (bi) mengukur kepercayaan responden terhadap atribut yang dimiliki oleh masing-masing produk. Kepercayaan pada tiwul ayu dibagi menjadi 3, yaitu kepercayaan responden terhadap komponen atribut pencarian (ukuran, aroma, kemasan, dan bentuk), Kepercayaan responden terhadap komponen atribut pengalaman (tekstur, rasa dan harga), serta kepercayaan terhadap komponen atribut kepercayaan (keamanan, kebersihan, citra dan gizi)

Komponen atribut pencarian terbagi atas ukuran, aroma, kemasan dan bentuk. Komponen kepercayaan diukur dengan skor 2 jika responden menilai sangat baik, 1 jika responden menilai baik, skor 0 jika responden menilai cukup, skor -1 jika responden menilai buruk sampai dengan -2 jika responden menilai



Gambar 2. Bentuk tiwul ayu

Gambar 2 merupakan deskripsi dari bentuk dan ukuran tiwul ayu. Ukuran tiwul ayu bulat menyerupai mangkuk berdiameter 14 cm. Tiwul ini inovasi terbaru tiwul yang dihasilkan oleh tiwul ayu Mbok Sum. Skor tertinggi dalam komponen atribut pencarian di perkotaan adalah bentuk tiwul ayu yang mencapai skor 0,60 dengan kategori baik, artinya bentuk tiwul ayu memenuhi kriteria yang diinginkan oleh responden. Masyarakat pedesaan cenderung mengenal tiwul ayu lebih baik dibandingkan masyarakat perkotaan. Responden menilai ukuran tiwul ayu cukup besar, hal ini disebabkan tiwul ayu yang pada umumnya tidak dicetak melainkan diletakkan dalam satu wadah sehingga responden bisa menetapkan porsi sesuai yang diinginkan.

Tabel.15. Kepercayaan responden terhadap komponen atribut pencarian tiwul ayu

Perkotaan												
Komponen Pencarian	2		1		0		-1		-2		Skor	Kategori
	$\Sigma$	%										
Ukuran	0	0,00	4	13,3	22	73,3	4	13,3	0	0,00	0,00	Cukup besar
Aroma	0	0,00	8	26,7	18	60,0	4	13,3	0	0,00	0,13	Cukup wangi
Kemasan	3	10,0	8	26,7	17	56,7	2	6,67	0	0,00	0,40	Cukup menarik
Bentuk	2	6,67	14	46,7	14	46,7	0	0,00	0	0,00	0,60	Baik

Pedesaan												
Komponen Pencarian	2		1		0		-1		-2		Skor	kategori
	$\Sigma$	%										
Ukuran	1	3,33	3	10,0	24	80,0	2	6,67	0	0,00	0,10	Cukup besar
Aroma	1	3,33	11	36,7	14	46,7	4	13,3	0	0,00	0,30	Cukup wangi
Kemasan	2	6,67	13	43,3	11	36,7	4	13,3	0	0,00	0,43	Menarik
Bentuk	2	6,67	15	50,0	13	43,3	0	0,00	0	0,00	0,63	Baik

Sumber: Data Primer Terolah

Keterangan:

$\Sigma$  : Jumlah Responden / Jiwa

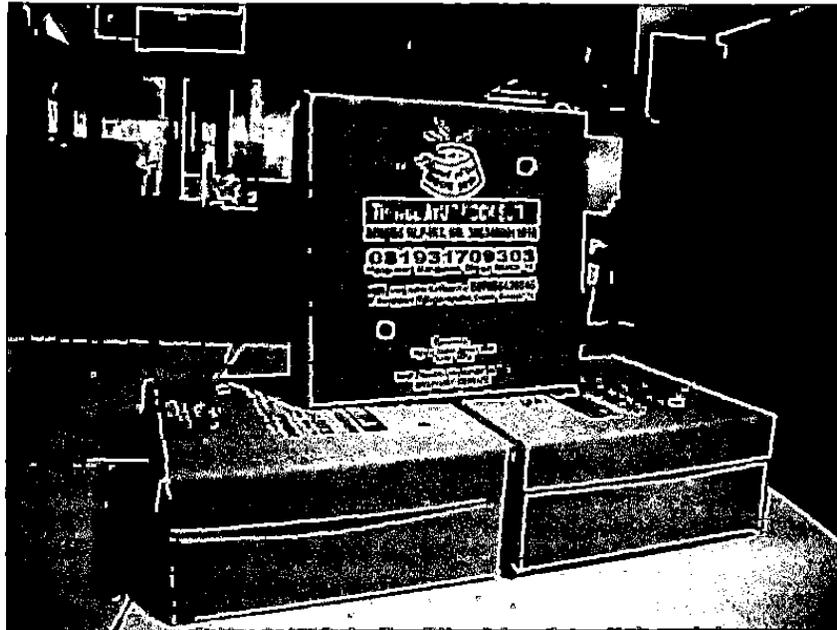
% : Presentase

Tabel 15 Menggambarkan tentang kepercayaan responden terhadap komponen pencarian tiwul ayu diperkotaan. Diketahui bahwa 73,3% responden menyatakan ukuran tiwul ayu cukup besar, artinya ukuran tiwul yang digunakan sebagai sampel sudah sesuai dengan kebutuhan responden. Terdapat 13,3% responden yang menyatakan ukuran tiwul ayu besar, 73,3 cukup besar dan 13,3% menyatakan bahwa tiwul ayu kecil, artinya beragam pendapat responden tentang bentuk tiwul ayu.

Terdapat 26,7% responden menyatakan tiwul ayu wangi, 13,3% tidak wangi dan 60,0% responden menyatakan aroma tiwul ayu cukup wangi. Sebanyak 10,0% responden yang menilai bahwa kemasan untuk tiwul ayu sangat menarik, 26,7% responden menyatakan menarik, 56,5% cukup menarik dan 6,67% menyatakan kemasan untuk tiwul ayu tidak menarik. Dari segi bentuk, 46,7% responden menyatakan baik dan 46,7% juga menyatakan cukup baik 6,67% responden

Responden yang ada di pedesaan menilai bahwa terdapat 3,33% responden yang menyatakan sangat besar, 20,0% responden menyatakan besar, 80,0% responden menyatakan cukup besar dan sebanyak 6,67% responden menyatakan kecil. Persentase terbesar adalah 80,0% yang menyatakan ukuran tiwul ayu cukup besar jika dikonsumsi dalam keluarga. Tidak ada responden yang menyatakan aroma tiwul ayu sangat tidak wangi, melainkan 13,3% responden menyatakan tiwul ayu tidak wangi, selebihnya responden menyatakan cukup wangi, wangi dan sangat wangi.

Sebanyak 43,3% responden menyatakan bahwa kemasan tiwul ayu menarik dan 36,7% menyatakan cukup menarik, 13,3% responden menyatakan bahwa kemasan tiwul ayu tidak menarik sementara 6,67% responden menyatakan kemasan tiwul ayu sangat menarik. Terdapat 50,0% responden yang menyatakan bahwa tiwul ayu memiliki bentuk yang baik. 50,0% responden menilai bahwa bentuk tiwul ayu cukup baik dan sangat baik, masing-masing memiliki persentase



Gambar 3. Kemasan tiwul ayu

Tiwul ayu dikemas dalam sebuah dus kecil dengan harga Rp. 4.000 per porsi. Kemasan sengaja menggunakan dus untuk mempermudah pembelian sehingga tiwul tidak berantakan ketika dibawa konsumen. Sementara tiwul ayu yang ditemui pada umumnya tidak dikemas dalam dus. Responden perkotaan mengategorikan kemasan tiwul ayu cukup dengan skor 0,40. Responden pedesaan mengategorikan kemasan tiwul ayu menarik dengan skor 0,43. Hal ini dikarenakan responden pedesaan belum pernah menjumpai tiwul dikemas dalam dus dan bisa menarik perhatian responden.

Komponen pengalaman memiliki tiga atribut, yaitu tekstur, rasa dan harga. Sebanyak 60,0% responden perkotaan menyatakan tiwul ayu bertekstur lembut, 36,7% responden menyatakan cukup lembut dan 3,33% menyatakan kasar. Tidak ada responden yang menyatakan sangat lembut atau sangat kasar. Terdapat 3,33% responden menyatakan rasa tiwul ayu sangat enak, 53,3% responden menyatakan

bahwa tiwul ayu tidak enak. Untuk kesesuaian harga tiwul ayu di perkotaan, tiwul ayu seharga Rp 4.000 per porsi adalah murah dengan dibuktikan tidak ada responden yang menyatakan tiwul ayu mahal. Lebih dari 50% responden menyatakan tiwul ayu murah, 40% konsume menyatakan tiwul ayu cukup murah dan lebih dari 6% menyatakan bahwa tiwul ayu sangat murah.

Tabel 16. Kepercayaan responden terhadap komponen atribut pengalaman tiwul ayu

Komponen Pengalaman	Perkotaan										Skor	kategori
	2		1		0		-1		-2			
	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%		
Tekstur	0	0,00	18	60,0	11	36,7	1	3,33	0	0,00	0,57	Lembut
Rasa	1	3,33	16	53,3	12	43,3	0	0,00	0	0,00	0,60	Enak
Harga	2	6,67	16	53,3	12	40,0	0	0,00	0	0,00	0,67	Murah

Komponen Pengalaman	Pedesaan										Skor	Kategori
	2		1		0		-1		-2			
	$\Sigma$	%										
Tekstur	5	16,7	10	33,3	15	50,0	0	0,00	0	0,00	0,17	Cukup lembut
Rasa	4	13,3	19	63,3	6	20,0	1	3,33	0	0,00	0,87	Enak
Harga	1	3,33	13	43,3	15	50,0	0	0,00	1	3,33	0,43	Murah

Sumber: Data Primer Terolah

Keterangan:

$\Sigma$  : Jumlah Responden / Jiwa

% : Presentase

Di pedesaan 50,0% responden menyatakan bahwa tekstur dari tiwul ayu cukup lembut, 33,3% responden menyatakan lembut dan 16,7% responden menyatakan sangat lembut. Rasa adalah hal yang sangat dibutuhkan dalam kaitannya dengan cita rasa makanan, dalam hal lebih dari 60,0% masyarakat pedesaan menyatakan tiwul ayu enak, 13,3% responden menyatakan sangat enak, 20,0% responden menilai tiwul ayu adalah enak dan hanya 3,33% menilai tiwul ayu tidak enak. Dapat diambil kesimpulan bahwa masyarakat pedesaan menilai tiwul ayu sebagai makanan enak. Ada 50,0% masyarakat pedesaan yang menilai tiwul ayu seharga Rp 4.000,00 adalah cukup murah, 43,3% menilai murah dan

3,33% menyatakan sangat murah. Akan tetapi 3,33% menyatakan tiwul ayu sangat mahal.



Gambar 4. Tekstur tiwul ayu

Tingkat kepercayaan responden perkotaan terhadap komponen pengalaman yang terdiri dari tekstur (0,57), rasa (0,60) dan kesesuaian harga (0,67) dinyatakan responden sudah lembut untuk tekstur, rasa yang enak serta harga yang murah bila dilihat dari ukuran produk. komponen pengalaman adalah hasil setelah responden mencoba atau mendapatkan informasi kualitas setelah membeli produk tiwul ayu.

Pada komponen pengalaman di Pedesaan, responden mengategorikan cukup lembut untuk tekstur tiwul ayu, enak untuk rasa dan murah untuk harga tiwul ayu. Responden menilai bahwa tiwul ayu masih cukup lembut karena kelapa yang dipanaskan langsung pada tiwul ayu sehingga menjadikan kesan "sedikit kasar"

Tabel 17. Kepercayaan responden terhadap komponen atribut kepercayaan tiwul ayu

Komponen Kepercayaan	Perkotaan										Skor	Kategori
	2		1		0		-1		-2			
	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%		
Keamanan	10	33,3	14	46,7	6	20,0	0	0,00	0	0,00	1,13	Aman
Kebersihan	3	10,0	15	50,0	12	40,0	0	0,00	0	0,00	0,70	Bersih
Citra	1	3,33	9	30,0	20	66,7	0	0,00	0	0,00	0,37	Cukup bergengsi
Gizi	2	6,67	11	36,7	14	46,7	3	10,0	0	0,00	0,40	Cukup banyak

Komponen Kepercayaan	Pedesaan										Skor	Kategori
	2		1		0		-1		-2			
	$\Sigma$	%										
Keamanan	2	6,67	19	63,3	8	26,7	1	3,33	0	0,00	0,73	Aman
Kebersihan	1	3,33	23	76,7	6	20,0	0	0,00	0	0,00	0,83	Bersih
Citra	0	0,00	14	46,7	14	46,7	2	6,67	0	0,00	0,40	Cukup bergengsi
Gizi	1	3,33	9	30,0	12	40,0	7	23,3	1	3,33	0,07	Cukup banyak

Sumber: Data Primer Terolah

Keterangan:

 $\Sigma$  : Jumlah responden / Jiwa

% : Presentase

Komponen kepercayaan terdiri dari empat atribut; keamanan, kebersihan, citra dan gizi. Pada tabel 17. tidak ada masyarakat perkotaan yang mengatakan tiwul ayu berbahaya, lebih dari 60,0% responden menyatakan tiwul ayu aman dan bahkan sangat aman. Sementara 20,0% konsume menyatakan tiwul ayu cukup aman. Sama halnya dengan kebersihan 50,0% responden menyatakan bersih, 10,0% responden menyatakan sangat bersih dan 40,0% responden menyatakan cukup bersih.

Citra adalah bagaimana pandangan tiwul ayu dimasyarakat, 66,7% masyarakat menilai bahwa tiwul ayu cukup bergengsi, 30,0% menyatakan bergengsi dan 3,33% menyatakan cukup bergengsi. Masyarakat kota adalah masyarakat yang terbuka terhadap hal-hal baru dan memenuhi dalam hal pengetahuan, terbukti bahwa masyarakat mampu menyatakan bahwa tiwul ayu

menyatakan bergizi, 46,7% cukup bergizi dan hanya 10,0% responden yang menyatakan tiwul ayu tidak bergizi.

Tabel 17. Menggambarkan tentang kepercayaan responden terhadap komponen kepercayaan tiwul ayu di pedesaan. lebih dari 60,0% responden menyatakan tiwul ayu sudah aman dan bahkan sangat aman. Responden yang menyatakan tiwul ayu cukup aman sebanyak 26,7% dan ada satu responden yang menyatakan bahwa tiwul ayu tidak aman. Rata-rata responden menilai tiwul ayu bersih dan tidak ada yang menilai tiwul ayu kotor.

Terdapat 6,67% responden pedesaan yang menilai bahwa tiwul ayu tidak bergensi jika di publikasikan ke masyarakat umum, akan tetapi lebih dari pada itu, responden mendukung atau mengatakan tiwul ayu bergensi dan cukup bergensi. Masih banyak masyarakat yang belum mengerti tentang kandungan gizi tiwul ayu, hal ini bisa dilihat pada data bahwa 33,3% responden menyatakan tiwul ayu sangat tidak bergizi, 23,3% responden menyatakan tiwul ayu tidak mengandung gizi. Akan tetapi tidak semua responden yang memiliki pengetahuan minim tentang tiwul ayu, karena lebih dari 50,0% responden menyatakan tiwul ayu bergizi dan cukup bergizi.

Komponen kepercayaan terdiri dari keamanan, kebersihan, citra dan gizi. Skor untuk keamanan tiwul ayu di Perkotaan adalah 1,13 dan 0,70 untuk kebersihan dengan masing-masing kategori aman dan bersih. Sementara untuk citra tiwul ayu, memiliki skor 0,37 kategori cukup bergensi dan gizi 0,40 yang dikategorikan cukup banyak. Masyarakat kota sudah memahami bahwa tiwul sama sekali tidak menimbulkan racun atau hal-hal yang merusak tubuh jika

dikonsumsi. Hasil pengamatan terhadap responden juga mengatakan bahwa tiwul ayu bersih, artinya tidak terdapat kotoran seperti staples, rambut atau kotoran lainnya pada tiwul ayu. Responden menilai citra dan gizi cukup bergengsi dan cukup banyak. Masyarakat kota adalah masyarakat yang terbuka terhadap perubahan-perubahan baru dan mau menerima dengan mudah perubahan tersebut.

Responden pedesaan percaya bahwa tiwul ayu aman untuk dikonsumsi dan bersih dari kotoran-kotoran. Responden juga menyatakan bahwa tiwul ayu cukup bergengsi jika dipublikasikan karena tampilan dan bentuk yang berbeda dari tiwul pada umumnya.

## 2. Evaluasi

Evaluasi (ei) adalah evaluasi responden terhadap tingkat kepentingan suatu atribut tiwul ayu bagi responden. Evaluasi diukur dengan skor 1 jika responden menilai sangat tidak penting sampai dengan 5 jika responden menilai sangat penting terhadap suatu atribut tiwul ayu.

Tabel 18. Evaluasi responden terhadap komponen atribut pencarian tiwul ayu

Perkotaan												
Komponen Pencarian	5		4		3		2		1		Skor	Kategori
	$\Sigma$	%										
Ukuran	6	20,0	11	36,7	4	13,3	9	30,0	0	0,00	3,47	Penting
Aroma	8	26,7	15	50,0	6	20,0	1	3,33	0	0,00	4,00	Penting
Kemasan	6	20,0	9	30,0	10	33,3	5	16,7	0	0,00	3,53	Penting
Bentuk	8	26,7	10	33,3	5	16,7	7	23,3	0	0,00	3,63	Penting
Total Rata-rata											3,66	Penting
Pedesaan												
Komponen Pencarian	5		4		3		2		1		Skor	Kategori
	$\Sigma$	%										
Ukuran	6	20,0	14	46,7	2	6,67	8	26,7	0	0,00	3,60	Penting
Aroma	5	16,7	12	40,0	8	26,7	4	13,3	1	3,33	3,53	Penting
Kemasan	5	16,7	13	43,3	7	23,3	5	16,7	0	0,00	3,60	Penting
Bentuk	3	10,0	12	40,0	7	23,3	8	26,7	0	0,00	3,33	Penting
Total Rata-rata											3,52	Penting

Tabel 18. Menggambarkan tentang evaluasi responden terhadap komponen pencarian tiwul ayu diperkotaan. Komponen pencarian terdiri dari atribut ukuran, aroma, kemasan dan bentuk. Masyarakat perkotaan menilai ukuran tiwul ayu yang proposional adalah penting, hal ini dibuktikan dengan persentase yang diperoleh sebanyak 36,7%. Sebanyak 20,0% responden juga menyatakan bahwa ukuran proposional tiwul ayu sangat penting dan 13,3% responden menyatakan cukup penting, tetapi sebanyak 30,0% responden menyatakan bahwa ukuran tidak penting. 50,0% responden menyatakan aroma yang wangi pada tiwul ayu adalah penting, 26,7% responden menyatakan aroma pada tiwul ayu sangat penting, 20,0% responden menyatakan aroma tiwul ayu cukup penting dan 3,33% menyatakan tidak penting.

Kemasan tiwul ayu yang baik akan sangat menarik perhatian responden ketika membeli, itulah sebabnya 20,0% responden menyatakan kemasan tiwul ayu sangat penting, 30,0% menyatakan kemasan yang menarik penting dan 33,3% menyatakan cukup penting, sedangkan sisanya menyatakan bahwa kemasan yang menarik pada tiwul ayu adalah tidak penting. Beberapa responden menyatakan bahwa bentuk tiwul ayu tidaklah penting, akan tetapi lebih banyak responden yang menganggap bentuk tiwul ayu adalah penting, hal ini akan ada kaitannya dengan ketertarikan responden terhadap tiwul ayu.

Evaluasi responden terhadap komponen pencarian tiwul ayu di pedesaan, hampir 30,0% responden tidak mempermasalahkan ukuran tiwul ayu yaitu

dengan keinginan responden adalah sangat penting, 46,7% menganggap penting dan 6,67% responden menganggap cukup penting. Sama halnya dengan keadaan di perkotaan, bahwa 13,3% responden tidak menganggap penting aroma tiwul ayu bahkan 3,33% responden menganggap sangat tidak penting aroma tiwul ayu. Untuk kemasan, sebanyak 16,7% responden menganggap sangat penting jika kemasan tiwul ayu dibuat menarik, 43,3% menganggap penting, 23,3% menganggap cukup penting dan 16,7% menganggap kemasan yang menarik tidak penting sama sekali. Bentuk tiwul ayu yang baik dianggap cukup mempengaruhi sikap responden terhadap tiwul ayu, karena hanya 26,7% responden yang tidak menganggap penting bentuk tiwul ayu.

Skor rata-rata komponen pencarian di Perkotaan adalah 3,66. Responden menilai komponen pencarian yang terdiri dari atribut ukuran, aroma, kemasan dan bentuk adalah penting. Artinya, responden menginginkan kualitas ukuran, aroma, kemasan dan bentuk tiwul ayu yang baik.

Tabel 19. Evaluasi responden terhadap komponen atribut pengalaman tiwul ayu

Perkotaan												Skor	Kategori
Komponen	5		4		3		2		1				
	Pengalaman	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%		
Tekstur	6	20,0	11	36,7	11	36,7	2	6,67	0	0,00	3,70	Penting	
Rasa	18	60,0	7	23,3	5	16,7	0	0,00	0	0,00	4,43	Sangat penting	
Harga	9	30,0	8	26,7	5	16,7	8	26,7	0	0,00	3,60	Penting	
Total Rata-rata											3,91	Penting	
Pedesaan												Skor	Kategori
Komponen	5		4		3		2		1				
	Pengalaman	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%		
Tekstur	8	26,7	12	40,0	6	20,0	4	13,3	0	0,00	3,80	Penting	
Rasa	17	28,3	9	30,0	4	13,3	0	0,00	0	0,00	4,43	Sangat penting	
Harga	6	20,0	17	28,3	4	13,3	3	10,0	0	0,00	3,87	Penting	
Total Rata-rata											4.03	Sangat penting	

Semakin lembut tiwul ayu, maka semakin diminati oleh responden. Oleh sebab itu, hanya 6,67% responden yang menganggap kelembutan pada tiwul ayu tidak penting. Terdapat 20,0% responden yang menganggap tekstur lembut pada tiwul ayu sangat penting, 36,7% responden menganggap tekstur pada tiwul ayu penting dan cukup penting. Rasa merupakan hal vital pada makanan, bagaimana sikap orang terhadap suatu makanan sebagian besar ditentukan oleh rasa makanan tersebut, sama halnya dengan tiwul ayu, sebanyak 60,0% responden menyatakan bahwa rasa pada tiwul ayu sangat penting. Sementara itu, 40,0% diantaranya menyatakan penting dan cukup penting. Bagaimana persepsi orang terhadap harga akan ditentukan oleh tingkat kepuasan responden terhadap suatu produk tersebut, begitupun dengan tiwul ayu. Harga tidak menjadi sesuatu yang penting, jika produk yang dibeli memuaskan. Oleh sebab itu sebanyak 26,7% responden menyatakan harga tidak menjadi hal penting untuk membeli tiwul ayu, asalkan tiwul ayu memuaskan responden.

Terdapat 13,3% responden yang menyatakan bahwa tekstur yang lembut pada tiwul ayu bukanlah hal yang penting. Akan tetapi 20,0% responden menyatakan cukup penting jika tekstur tiwul ayu lembut, 40,0% menyatakan penting dan selebihnya sangat penting. Tidak ada responden yang menyatakan bahwa rasa yang enak adalah tidak penting, 28,3% responden menyatakan rasa tiwul ayu sangat penting, 30,05% menyatakan rasa tiwul ayu penting dan selebihnya cukup penting. Kesesuaian harga dengan kualitas tiwul ayu dinilai penting oleh responden, terbukti 28,3% konsume menyatakan harga pada tiwul

13,3% menyatakan sangat penting dan 13,3% menyatakan

cukup penting. Hanya 10,0% konsume yang menilai harga tiwul ayu tidak menjadi komponen penting dalam memutuskan membeli tiwul ayu.

Responden perkotaan menganggap atribut tekstur dan harga penting dan rasa sangat penting, artinya kualitas rasa sangat dibutuhkan oleh responden dalam mengonsumsi tiwul ayu. Masyarakat pedesaan sangat mengutamakan komponen pengalaman, karena masyarakat desa cenderung lebih sering mengonsumsi tiwul, hal ini membuat masyarakat desa lebih peka terhadap tiwul. Masyarakat desa lebih menyukai tiwul yang teksturnya lembut, rasa yang enak serta harga yang setara dengan rasa dan kualitas.

Tabel 20. Evaluasi responden terhadap atribut kepercayaan tiwul ayu

Perkotaan												
Komponen	5		4		3		2		1		Skor	Kategori
	$\Sigma$	%										
Keamanan	19	31,7	9	30,0	2	6,67	0	0,00	0	0,00	4,57	Sangat penting
Kebersihan	18	60,0	8	26,7	3	10,0	1	3,33	0	0,00	4,43	Sangat penting
Citra	4	13,3	7	23,3	9	30,0	9	30,0	1	3,33	3,13	Penting
Gizi	8	26,7	16	53,3	6	20,0	0	0,00	0	0,00	4,07	Sangat penting
Tota rata-rata											4,05	Sangat penting
Pedesaan												
Komponen	5		4		3		2		1		Skor	Kategori
	$\Sigma$	%										
Keamanan	13	43,3	14	46,7	2	6,67	1	3,33	0	0,00	4,30	Sangat penting
Kebersihan	15	50,0	9	30,0	6	20,0	0	0,00	0	0,00	4,30	Sangat penting
Citra	5	16,7	10	33,3	5	16,7	10	33,3	0	0,00	3,33	Penting
Gizi	6	20,0	14	20,0	5	16,7	5	16,7	0	0,00	3,70	Penting
Total rata-rata											3,91	Penting

Sumber: Data Primer Terolah

Keterangan:

$\Sigma$  : Jumlah responden / Jiwa

% : Presentase

Keamanan tiwul ayu dinilai sangat penting oleh responden, terbukti 31,7% responden menyatakan bahwa keamanan tiwul ayu sangat penting, 30,0% konsumen menyatakan penting dan 6,67% cukup penting. Terdapat 60,0%

kebersihan pada tiwul ayu sangat penting

dan 40,0% lainnya menyatakan penting dan cukup penting, tetapi ada satu responden yang menyatakan kebersihan pada tiwul ayu bukanlah hal yang penting. Tiwul ayu yang bergengsi di masyarakat akan sangat penting seiring makanan tradisional yang semakin sedikit, terdapat 13,3% responden yang menganggap citra tiwul ayu sangat penting, 23,3% responden yang menilai penting, 20,0% responden yang menilai cukup penting. Akan tetapi 30,0% konsume menilai citra tiwul ayu tidak penting dan bahkan 3,33% responden menganggap sangat tidak penting.

Evaluasi responden di pedesaan terhadap komponen kepercayaan terdiri dari keamanan, kebersihan, citra dan gizi. Keamanan pada tiwul ayu dinilai sangat penting oleh 43,3% responden, 46,7% responden menilai penting dan 6,67% responden menilai cukup penting dan ada 3,33% yang menilai tidak penting. Terdapat 50,0% responden yang menilai kebersihan tiwul ayu sangat penting, 30,0% responden menilai kebersihan tiwul ayu penting, 20,0% cukup penting dan tidak ada responden yang menyatakan kebersihan tiwul ayu tidak penting. Lebih dari 30,0% responden yang menyatakan citra tiwul ayu tidak penting, hal ini bisa dikarenakan tiwul ayu sudah menjadi hal yang biasa dikalangan masyarakat desa, diluar dari hal itu sekitar 16,0% responden menilai citra tiwul ayu sangat penting, 33,3% penting dan 16,7% cukup penting. Sebanyak 16,7% responden tiwul ayu tidak mementingkan adanya gizi pada tiwul ayu, masyarakat menganggap makanan pokok adalah yang mampu membuat kenyang dan tidak diperhatikan sedikitpun masalah kesehatan. Akan tetapi, banyak juga masyarakat desa yang



Tabel 21. Sikap responden terhadap produk tiwul ayu

Atribut Komponen		Perkotaan			Kategori
		Skor Kepercayaan	Skor Evaluasi	Sikap Responden	
Komponen Pencarian	Ukuran	0,00	3,47	0,00	cukup suka
	Aroma	0,13	4,00	0,52	cukup suka
	Kemasan	0,40	3,53	1,41	cukup suka
	Bentuk	0,60	3,63	2,18	Suka
Total Rata-rata		0,28	3,66	1,03	cukup suka
Komponen Pengalaman	Tekstur	0,57	3,70	2,10	cukup suka
	Rasa	0,60	4,43	2,66	Suka
	Harga	0,67	3,60	2,40	Suka
Total Rata-rata		0,61	3,91	2,39	Suka
Komponen Kepercayaan	Keamanan	1,13	4,57	5,18	Suka
	Kebersihan	0,70	4,43	3,10	Suka
	Citra	0,37	3,13	1,15	cukup suka
	Gizi	0,40	4,07	1,63	cukup suka
Total Rata-rata		0,65	4,05	2,63	Suka
Atribut Komponen		Pedesaan			Kategori
		Skor Kepercayaan	Skor Evaluasi	Sikap Responden	
Komponen Pencarian	Ukuran	0,10	3,60	0,36	cukup suka
	Aroma	0,30	3,53	1,06	cukup suka
	Kemasan	0,43	3,60	1,56	cukup suka
	Bentuk	0,63	3,33	2,11	suka
Total Rata-rata		0,37	3,52	1,29	cukup suka
Komponen Pengalaman	Tekstur	0,17	3,80	0,63	cukup suka
	Rasa	0,87	4,43	3,84	suka
	Harga	0,43	3,87	1,68	cukup suka
Total Rata-rata		0,49	4,03	1,97	cukup suka
komponen Kepercayaan	Keamanan	0,73	4,30	3,15	suka
	Kebersihan	0,83	4,30	3,58	suka
	Citra	0,40	3,33	1,33	cukup suka
	Gizi	0,07	3,70	0,25	cukup suka
Total Rata-rata		0,51	3,91	1,99	cukup suka

Sumber: Data Primer Terolah

Sikap responden merupakan penilaian tentang produk dan sejauh mana produk tersebut memiliki karakteristik yang sesuai dengan keinginannya. Secara

1.1.1. (Tabel 21) tendensi dua komponen yang menyatakan suka dan satu

komponen menyatakan cukup suka. Komponen yang menyatakan suka adalah komponen pengalaman dan kepercayaan, sementara komponen yang menyatakan cukup suka adalah komponen pencarian. Bagi masyarakat kota tiwul ayu adalah hal yang belum biasa tetapi masyarakat kota cenderung lebih terbuka dalam menerima inovasi baru sehingga responden dapat dengan mudah menerima tiwul ayu. Akan tetapi untuk citra dan gizi tiwul ayu pada komponen kepercayaan responden menilai cukup suka karena butuh waktu yang tidak sebentar untuk menjadikan tiwul ayu sebagai makanan bergengsi dan menurut responden perkotaan tiwul ayu lebih sedikit mengandung gizi dibandingkan dengan nasi yang menjadi makanan pokok yang biasanya dikonsumsi.

Pada komponen pencarian hanya ada satu komponen dimana masyarakat menyatakan suka, yaitu bentuk. Selain atribut bentuk, baik ukuran (0,00), aroma (0,52) dan kemasan (1,41) responden menyatakan cukup suka. Selama ini masyarakat kota melihat tiwul tidak divariasikan seperti bentuk tiwul ayu, sehingga dengan melihat tiwul yang dimodifikasi bentuknya responden merasa tertarik. Meskipun begitu, responden tetap menginginkan bentuk dengan variasi yang berbeda seperti bentuk daun atau bunga dan disertakan topping di atasnya. Pada ukuran, aroma dan kemasan tiwul ayu responden merasa ukuran terlalu besar jika hanya dikonsumsi untuk satu orang, sementara aroma dan kemasan tiwul ayu belum memenuhi keinginan responden perkotaan yang tidak terlalu wangi dan

Skor ukuran (0,00) dan aroma (0,52) jauh dibawah skor keamanan (5,18) dan kebersihan (3,10). Hal ini disebabkan responden yang menginginkan ukuran tiwul ayu diperkecil sehingga cukup dikonsumsi oleh 1 orang. Aroma tiwul ayu kurang mencukupi standar wangi responden, responden menginginkan aroma tiwul ayu yang wangi dengan ditambah vanilli atau daun pandan untuk menarik perhatian pembeli. Sementara untuk keamanan dan kebersihan tiwul ayu, responden cukup percaya dengan produk yang disajikan tiwul ayu Mbok Sum.

Dari keseluruhan atribut yang ada pada tiwul ayu sikap responden pedesaan terhadap tiwul ayu adalah cukup suka. Komponen pencarian yang terdiri dari atribut ukuran, aroma, kemasan dan bentuk keseluruhannya menyatakan cukup suka kecuali bentuk tiwul ayu (2,11). Responden menyatakan suka terhadap bentuk tiwul ayu karena selama ini tiwul yang ditemui oleh masyarakat desa adalah tiwul pada biasanya sehingga menyatakan suka terhadap bentuk tiwul ayu yang dianggap baru. Akan tetapi untuk aroma, kemasan dan ukuran tiwul ayu responden menyatakan cukup suka, aroma tiwul ayu yang sudah dikombinasikan dengan gula merah secara otomatis akan merubah aroma asli tiwul. Ukuran yang sudah ditentukan dengan teknologi pencetak sehingga membuat tiwul ayu terlalu besar atau terlalu kecil bagi sebagian orang. Responden menginginkan tiwul ayu yang menggunakan alas atau pembungkus dengan daun pisang sehingga terlihat segar dan aroma wanginya akan semakin bertambah.

Komponen pengalaman terdiri dari tekstur (0,63) rasa (3,84) dan harga (1,68) dengan kategori cukup suka untuk tekstur dan harga dan suka untuk rasa tiwul ayu. Tiwul asli yang belum dimodifikasi menjadi tiwul ayu memiliki tekstur yang

lebih lembut dari pada tiwul ayu, sehingga masyarakat menyatakan cukup suka terhadap tiwul ayu. Harga tiwul ayu adalah Rp 4.000 per dus dan bagi sebagian responden tiwul ayu dianggap murah. Akan tetapi bagi masyarakat desa yang familiar terhadap tiwul dan biasa mendapatkan tiwul yang lebih murah atau terbiasa membuat sendiri, tiwul ayu dikategorikan cukup murah. Rasa yang berbeda dari tiwul pada biasanya akan membuat masyarakat desa bisa membandingkan tiwul dengan tiwul ayu dan bisa cepat beradaptasi dengan rasa tiwul ayu.

Skor untuk ukuran tiwul ayu adalah 0,36 dengan kategori cukup suka. Responden menginginkan tiwul ayu lebih banyak dikenal oleh banyak orang dan kalangan muda. Oleh karena itu, responden menginginkan ukuran tiwul ayu yang lebih kecil dan hanya bisa dikonsumsi oleh satu orang agar lebih praktis. Untuk membuat generasi muda semakin meminati tiwul ayu, maka harus divariasikan dengan berbagai macam bentuk dan berbagai macam rasa, seperti coklat dan keju. Kelapa yang terdapat pada tiwul ayu juga membuat tekstur sedikit kasar sehingga responden memberikan skor 0,63. Ada baiknya agar kelapa yang digunakan sedikit muda atau tidak menggunakan kelapa sama sekali.

Sebagian responden pedesaan juga menganggap tiwul ayu seharga Rp. 4.000 cukup mahal dan menginginkan tiwul tetap original tanpa campuran apapun termasuk gula merah. Akan tetapi besar kemungkinan tiwul yang seperti ini tidak disukai kalangan muda dan akan sulit masuk ke masyarakat. Responden cenderung tidak mengetahui apakah tiwul ayu bergizi atau tidak, sehingga skor

Terdapat dua komponen atribut yang dinyatakan suka dan satu komponen atribut dinyatakan cukup suka terhadap tiwul ayu oleh responden perkotaan. Komponen pengalaman dan kepercayaan menjadi komponen yang disukai responden dan cukup suka terhadap komponen pencarian. Komponen pengalaman terdiri dari tekstur, rasa dan harga. Untuk rasa dan harga sudah memenuhi standar keinginan responden, sementara tekstur masih cukup disukai oleh responden karena kelapa yang terdapat pada tiwul ayu membuat kesan kasar pada tiwul. Komponen kepercayaan terdiri dari keamanan, kebersihan, citra dan gizi, responden menyatakan cukup suka terhadap citra dan gizi pada tiwul ayu karena responden masih ragu untuk tiwul ayu bisa diterima oleh khalayak banyak dan responden juga tidak mengetahui persis kandungan gizi tiwul ayu, responden hanya mengetahui bahwa tiwul ayu lebih sedikit mengandung gizi dibandingkan nasi yang menjadi makanan pokok responden. Pada komponen atribut pencarian hanya ada satu atribut yang dinyatakan suka oleh responden, yaitu bentuk tiwul ayu. Sementara ukuran, aroma dan kemasan tiwul ayu cukup disukai responden. Ukuran yang besar dianggap tidak praktis jika dikonsumsi oleh satu orang karena terlalu besar. Aroma tiwul ayu dianggap tidak begitu wangi oleh konsumen begtu juga kemasan yang tertutup membuat konsumen tidak tertarik dengan tiwul ayu.

Responden pedesaan menyatakan cukup suka terhadap tiga komponen atribut yang terdapat pada tiwul ayu, baik pencarian, pengalaman maupun kepercayaan. Pada komponen atribut pencarian hanya bentuk yang disukai responden karena dianggap baru dan tidak seperti tiwul pada umumnya.

karena ukuran yang dianggap terlalu besar sehingga tidak praktis jika dimakan langsung oleh satu orang. Begitu juga dengan aroma dan kemasan yang cukup disukai responden karena aroma yang kurang wangi dan kemasan yang tidak transparan membuat ketertarikan responden berkurang. Responden juga menginginkan tiwul dialasi dengan daun pisang, agar aroma tiwul ayu bertambah wangi:

Pada komponen pengalaman hanya rasa yang disukai responden, sementara untuk tekstur dan harga cukup disukai oleh responden karena responden menganggap tekstur tiwul ayu kasar dan harga Rp. 4.000 dianggap mahal. Hal ini dikarenakan tiwul yang biasa dinikmati masyarakat desa adalah tiwul biasa dan harga lebih murah daripada tiwul ayu. Kemananan dan kebersihan tiwul ayu pada komponen atribut kepercayaan disukai oleh responden, karena percaya bahwa tiwul ayu aman dan bersih. Sementara citra dan gizi cukup disukai oleh responden karena keterbatasan pengetahuan responden terhadap kandungan tiwul ayu serta sedikit keraguan konsumen terhadap perkembangan tiwul ayu.

Dari sebelas atribut yang terdapat pada tiwul ayu, enam atribut dinyatakan cukup suka oleh responden, yaitu ukuran, aroma, kemasan, tekstur citra dan gizi. Hal ini akan menjadi koreksi industri tiwu ayu Mbok Sum.

### **C. Minat Beli Responden Terhadap Tiwul Ayu**

Minat pembelian merupakan keinginan responden untuk membeli tiwul ayu. Minat pembelian diberikan skor 0 jika responden tidak berkeinginan membeli tiwul ayu dan skor 1 jika responden membeli kembali tiwul ayu pada

Tabel 22. Minat beli responden terhadap tiwul ayu

Minat Beli	Minat		Tidak	
	Jumlah jiwa	prosentase	Jumlah jiwa	Prosentase
Perkotaan	30	100	0	00,0
Pedesaan	25	83,3	5	16,6

Sumber: Data Primer Terolah

Dari tabel 23. Dapat diketahui bahwa 100% dari masyarakat kota berminat membeli tiwul ayu kembali di masa yang akan datang. Sementara ada 83,3% masyarakat pedesaan yang minat membeli tiwul ayu dan 16,6% masyarakat pedesaan tidak berminat membeli tiwul ayu kembali. Berdasarkan hasil penelitian ada banyak hal yang membuat responden ingin membeli kembali tiwul ayu, yaitu:

**Nostalgia atau mengenang masa lalu.** Masa kecil responden lebih sering mengonsumsi tiwul dibandingkan mengonsumsi nasi.

**Keunikan.** Tiwul ayu merupakan inovasi terbaru dari tiwul, jika tiwul yang biasa sudah sering dikonsumsi oleh responden, maka tiwul ayu adalah tiwul yang jarang dikonsumsi responden atau bahkan baru mencoba untuk pertama kali. Rasanya merupakan perpaduan antara ubi kayu, kelapa parut dan gula jawa membuat tiwul ayu sedikit berbeda dari tiwul biasa.

**Momen yang jarang atau sekali-sekali.** Kata “tidak memakan nasi berarti tidak makan” yang melekat pada diri hampir seluruh penduduk Indonesia membuat responden tidak bisa lepas dari nasi. Akan tetapi, mengonsumsi tiwul ayu hanya sekali-kali jika karena merindukan masa kecil yang makanan pokoknya berbahan dasar ubi kayu.

**Tidak berpengawet.** Semua makanan yang terbuat dari ubi kayu aman

- pengawet apapun. Sama halnya dengan tiwul ayu, dalam pengolahannya tiwul ayu sama sekali tidak menggunakan bahan pengawet. Hal ini membuat tiwul ayu aman dikonsumsi oleh siapapun.

**Kesadaran.** Kesadaran akan ketahanan pangan yang harus digalakkan tidak hanya oleh pemerintah akan tetapi oleh seluruh masyarakat Indonesia. Dengan mengonsumsi tiwul ayu berarti seseorang telah membantu pemerintah untuk melakukan diversifikasi pangan atau keanekaragaman pangan, karena banyak sekali makanan pokok di Indonesia selain nasi.

**Sehat.** Tidak ada dampak negatif dari mengonsumsi tiwul ayu, justru menyehatkan karena ubi mengandung banyak karbohidrat, kalori, kalsium dan protein yang semuanya mampu memenuhi kebutuhan tubuh manusia.

**Ibu rumah tangga memperhatikan menu keluarga.** Ibu rumah tangga yang tidak bekerja atau sebagai ibu rumah tangga murni akan lebih sering memperhatikan kebutuhan rumah tangganya. Ibu rumah tangga juga akan lebih banyak memvariasikan menu sehari-hari agar anggota keluarga tidak bosan dan mencoba membuat keragaman pada karbohidrat seperti tiwul ayu yang berbahan dasar ubi kayu.

Terdapat tiga hal yang membuat responden tidak mau lagi membeli tiwul ayu, yaitu bosan karena masa kecilnya terlalu sering mengonsumsi tiwul ayu, sugesti bahwa dengan mengonsumsi tiwul ayu maka responden merasakan sakit perut dan tidak suka tiwul ayu.

Masa kecil sedikit banyak akan mempengaruhi masa depannya, termasuk

ubi kayu atau makanan olahan hasil ubi kayu makan akan merasa jenuh ketika harus memakan olahan hasil ubi kayu kembali. Salah satu responden memiliki sugesti ketika mengonsumsi tiwul maka responden tersebut merasa sakit perut dan mual. Sugesti adalah sesuatu yang tidak bisa ditawarkan lagi sehingga tidak bisa dipaksakan lagi untuk mengonsumsi tiwul ayu. Tidak semua orang menyukai ubi kayu atau olahan dari yang berbahan dasar ubi kayu