

# ANALISIS SIKAP IBU RUMAH TANGGA PRA SEJAHTERA TERHADAP PENGGUNAAN LPG 3 KILOGRAM DI KABUPATEN GOWA PROPINSI SULAWESI SELATAN

Abdullah\*)  
Andi Ririn Oktaviani\*)

*Abstract* : This study aims to determine the characteristics and attitudes of underprivileged housewives to use LPG 3 kilograms in Gowa in South Sulawesi. Data collection methods are the method of observation , interviews (questionnaire) and a collection of documents related to this study. The type of data in the form of primary data and secondary data. The population is prosperous pre housewife Gowa in South Sulawesi Province kabupaten by taking a sample of 100 people who were selected based on the method of incidental , methods of data analysis in this study is a descriptive analysis , namely to calculate the frequency of respondents by age group, income group, occupational groups, education groups and respondents' attitudes toward various attributes attached to LPG 3 Kg. Respondents attitudes were measured using Multiatribut Fishbein formulation with the aim to help quantify the ordinal be quantitative . The results showed that the characteristics of the pre sejahtera housewife in Gowa regency of South Sulawesi, showed the average age of respondents was 50 years, while 72 percent of respondents were education less than junior high, while the head of the family or the husband's work shows a relatively uniform rate of type respondents work identified in this study , namely farming , laborers , drivers etc. . Family income shows that 86 per cent less than Rp . 1.000.000, - with an average of Rp. 762 000,- is smaller than the local minimum wage (UMR) in 2013 amounted to Rp.1,440,000,- so it does not meet the Living Needs (KHL) . While the average number of dependents per household (HH) ebanyak 4 people . Housewife attitude towards the use of LPG underprivileged 3 Kilograms showed a positive attitude , a positive attitude is interpreted also taste like housewives underprivileged to attribute LPG 3 kilograms, but it also shows that positive attitude affordability housewife underprivileged against LPG price 3 kg. Attributes that most contribute to the positive attitude of underprivileged housewives are the attributes "Safe us ", it also illustrates that the safety factor is much more to be considered by the underprivileged housewives to use LPG 3 kilograms .

*Keywords* : Housewife Pre-Welfare Attitudes , LPG products, Multiatribut Fishbein.

## PENDAHULUAN

Pada tahun 2007, pemerintah mengambil kebijakan untuk mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap bahan bakar minyak dan pengeluaran negara dalam mensubsidinya. Hal tersebut dilakukan melalui program konversi minyak tanah bersubsidi ke *Liquefied Petroleum Gas* (LPG) 3 kg. program tersebut menargetkan konversi dari 5,2 juta kiloliter minyak tanah ke lebih dari 3,5 juta ton gas yang telah dilakukan hingga tahun 2013.

Program konversi minyak tanah ke LPG sudah cukup berhasil, dan

pemerintah telah menghemat lebih dari 20 trilyun subsidi BBM per tahun . Tujuan dari kebijakan tersebut ialah dalam rangka: (a) melakukan diversifikasi pasokan energi untuk mengurangi ketergantungan terhadap BBM; (b) melakukan efisiensi anggaran pemerintah karena penggunaan LPG lebih efisien dan subsidiya relatif lebih kecil daripada subsidi minyak tanah; (c) menyediakan bahan bakar yang praktis, bersih, serta efisien untuk rumah tangga dan usaha mikro (Anonim, dalam Krisnatuti dkk, 2010).

Program konversi minyak tanah ke LPG sudah berjalan lebih dari enam tahun yang diawali uji coba penggunaan pada bulan Agustus dan Desember 2006. Program ini melibatkan beberapa instansi pemerintah dan konsultan independen. Metode sosialisasi yang telah dilakukan antara lain melalui penyuluhan dan iklan layanan masyarakat di radio maupun televisi. Pesan yang disampaikan yaitu "LPG lebih mudah, hemat, aman, bersih, ramah lingkungan, dan praktis", pesan inilah sekaligus sebagai atribut yang melekat pada LPG 3 kg.

Program pengalihan telah mendapat dukungan dari masyarakat. Menurut penelitian Amiruddin (Krisnatuti, 2010) seseorang lebih suka menggunakan LPG daripada minyak tanah dengan alasan utama yaitu cepat, hemat, praktis, dan bersih. Selain itu, telah dilakukan penelitian mengenai aspek sosial budaya program konversi BBM mengenai kesiapan dan kesediaan berpartisipasi dalam program tersebut. Pada pelaksanaannya program konversi minyak tanah ke LPG yang dilakukan di beberapa wilayah tidak mudah mengubah perilaku konsumsi energi bahan bakar rumah tangga dari minyak tanah ke LPG. Tingkat penerimaan dan partisipasi keluarga di berbagai wilayah berbeda-beda, dan tingkat partisipasi paling rendah yang dilaporkan adalah 30%. Bahkan diduga terdapat sebagian keluarga yang semula mencoba beralih dari minyak tanah ke LPG, kembali menggunakan bahan bakar minyak, Amiruddin (Krisnatuti, 2010).

Permasalahan pengetahuan dan teknis penggunaan LPG terlihat dari minimnya pemahaman masyarakat mengenai penggunaan, fungsi, prosedur pengaman kompor gas jika terjadi kebocoran dan cara penanganan kerusakan lainnya, Aziz (Krisnatuti, 2010). Ketidapkahaman dan ketidaksiapan masyarakat dari segi teknis penggunaan

kompor gas dapat memberikan dampak trauma bagi masyarakat. Secara psikologis, sebagian besar masyarakat mengalami ketakutan dalam menggunakan kompor gas, karena banyaknya kasus kompor gas yang meledak sehingga merasa lebih aman menggunakan bahan bakar lain seperti minyak tanah dan kayu bakar. Selain itu, permasalahan ekonomi yang muncul dalam penerapan konversi minyak tanah ke gas ini ialah pemanfaatan gas yang membutuhkan dana yang lebih besar daripada penggunaan minyak tanah. Pembelian isi ulang gas dalam bentuk tabung mengharuskan masyarakat untuk menyediakan uang yang lebih banyak dibandingkan dengan pembelian minyak tanah. Berdasarkan permasalahan dan fenomena tersebut penulis berkehendak melakukan penelitian tentang sikap ibu rumah tangga pra sejahtera terhadap penggunaan LPG 3 kg di Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka rumusan masalah adalah:

- a. Bagaimana karakteristik ibu rumah tangga pra sejahtera di kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan.
- b. Bagaimana sikap ibu rumah tangga pra sejahtera terhadap penggunaan LPG 3 Kg. di Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan.

### **KAJIAN TEORITIS**

#### **a) Konsumen**

Menurut Sumarwan (Khoirul, 2006:10) istilah konsumen sering diartikan sebagai dua jenis konsumen yaitu: Konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen individu membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri. Konsumen individu membeli barang dan jasa yang akan digunakan oleh anggota keluarga lainnya, misalnya susu

formula untuk bayi, popok untuk bayi atau digunakan oleh anggota lainnya. Konsumen organisasi meliputi organisasi bisnis, yayasan, lembaga sosial, kantor pemerintahan, sekolah, perguruan tinggi, dan lembaga lainnya. Konsumen organisasi membeli barang dan jasa untuk digunakan orang banyak, misalnya computer, peralatan kerja dan sebagainya.

#### **b) Produk**

Produk diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki dan dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk yang ditawarkan meliputi barang fisik, jasa, tempat organisasi, atau gagasan Kotler (Khoirul, 2006:11).

Kotler (Khoirul, 2006:11) mengemukakan bahwa produk terdiri atas lima tingkatan produk. Tingkatan paling dasar adalah manfaat inti (*core benefit*), yaitu manfaat dasar yang sesungguhnya dibeli oleh konsumen. Tingkat kedua adalah produk dasar (*basic product*), yaitu versi dasar dari suatu produk. Tingkat ketiga adalah produk yang diharapkan (*expected product*), yaitu serangkaian atribut dan kondisi yang umum diharapkan pembeli ketika membeli suatu produk. Tingkat keempat adalah produk yang ditingkatkan (*augmented product*), yaitu jasa atau manfaat yang melebihi harapan konsumen. Tingkat terakhir adalah produk potensial (*potential product*), yaitu segala perluasan dan transformasi yang pada akhirnya akan dialami produk di masa yang akan datang.

#### **c) Merek**

Merek adalah nama, istilah, tanda, symbol, atau rancangan, atau kombinasi hal-hal tersebut, yang

dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing Kotler (Khoirul, 2006:14).

#### **d) Perilaku Konsumen**

Individu dapat mengambil keputusan lebih cermat atas dasar pertimbangan yang matang. (Suryani, 2008:8).

Pengambilan keputusan melibatkan tiga proses kognitif yang penting, yaitu :

- 1) Konsumen harus menerjemahkan informasi yang relevan di lingkungan sekitar untuk menciptakan arti atau pengetahuan personal.
- 2) Konsumen harus mengkombinasikan atau mengintegrasikan pengetahuan tersebut sebelum mengevaluasi produk atau tindakan yang mungkin untuk menetapkan perilaku diantara alternatif yang ada.
- 3) Konsumen harus mengungkap ulang pengetahuan produk dari ingatannya untuk digunakan dalam proses integrasi dan interpretasi. Ketiga proses kognitif tersebut dilibatkan dalam berbagai situasi pengambilan keputusan.

#### **e) Sikap Konsumen**

Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak. Sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat objek tersebut. Para pemasar berkepentingan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk yang dipasarkannya, dan kemudian merumuskan strategi untuk mempengaruhi sikap konsumen tersebut Sumarwan, (Khoirul, 2006:14). Sikap mengandung tiga komponen (Setiadi, 2003), yaitu:

1. Komponen Kognitif (*cognitive component*), yaitu pengetahuan dan

- keyakinan menjadi sesuatu yang merupakan objek sikap.
2. Komponen afektif (*affective component*), yaitu perasaan baik suka maupun tidak suka terhadap sesuatu objek.
  3. Komponen Konatif (*conative component*), yaitu kecenderungan melakukan sesuatu atau perilaku actual terhadap objek sikap.

Hubungan antara kepercayaan dan sikap dijelaskan oleh beberapa teori. Salah satu model pengukuran sikap yang terkenal adalah model sikap multiatribut Fishbein. Model ini secara singkat menyatakan bahwa sikap seseorang konsumen terhadap suatu objek akan ditentukan oleh sikapnya terhadap berbagai atribut yang dimiliki oleh atribut tersebut Sumarwan (Khoirul, 2006:14). Sumarwan, menyebutkan bahwa model Fishbein mengemukakan tiga konsep utama yaitu:

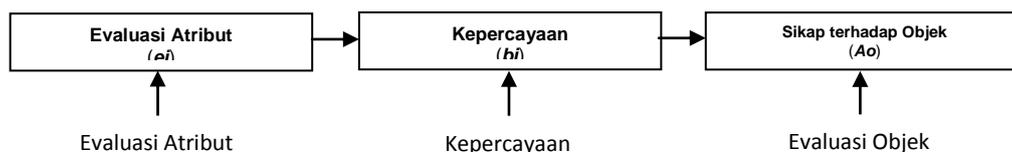
1. Atribut (*salient belief*)  
Adalah karakteristik dari objek sikap. *Salient belief*

adalah kepercayaan konsumen bahwa produk memiliki berbagai atribut..

2. Kepercayaan (*Belief*)  
Kepercayaan adalah kekuatan kepercayaan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu.
3. Evaluasi Atribut  
Menggambarkan pentingnya suatu atribut bagi konsumen dengan melakukan evaluasi tentang baik atau buruk yang dimiliki produk tersebut.

Teori Fishbein lebih dapat diaplikasikan dibanding teori Rosenberg, karena teori Fishbein menjelaskan pembentukan sikap sebagai tanggapan atas atribut-atribut, sedangkan teori Rosenberg menjelaskan pembentukan sikap atas nilai-nilai. Atribut bersifat lebih operasional, sedangkan nilai lebih bersifat abstrak dan susah diderivasi kedalam bentuk-bentuk yang lebih konkrit (Sutisna, 2002).

**Gambar 1. Model Multiatribut Fishbein**



Sumber: Sutisna 2002

Model Fishbein memperlihatkan bahwa sikap terhadap objek (*Ao*) bergantung probabilitas bahwa suatu objek mempunyai atribut-atribut tertentu (*bi*), dan pada tingkat diinginkan atribut-atribut itu (*ei*). *Model Fishbein* merupakan model kompensatori yaitu kelemahan pada suatu atribut tertentu dapat ditutupi atau dikompensasikan oleh atribut

lain, bergantung tingkat kepentingannya (Sutisna, 2002).

### Faktor-faktor yang mempengaruhi proses keputusan pembelian

Engel, dkk dalam Khoirul (2006:16) mengemukakan ada tiga faktor utama yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk, yaitu faktor lingkungan, faktor perbedaan individu dan faktor psikologis. **Pertama**, Faktor

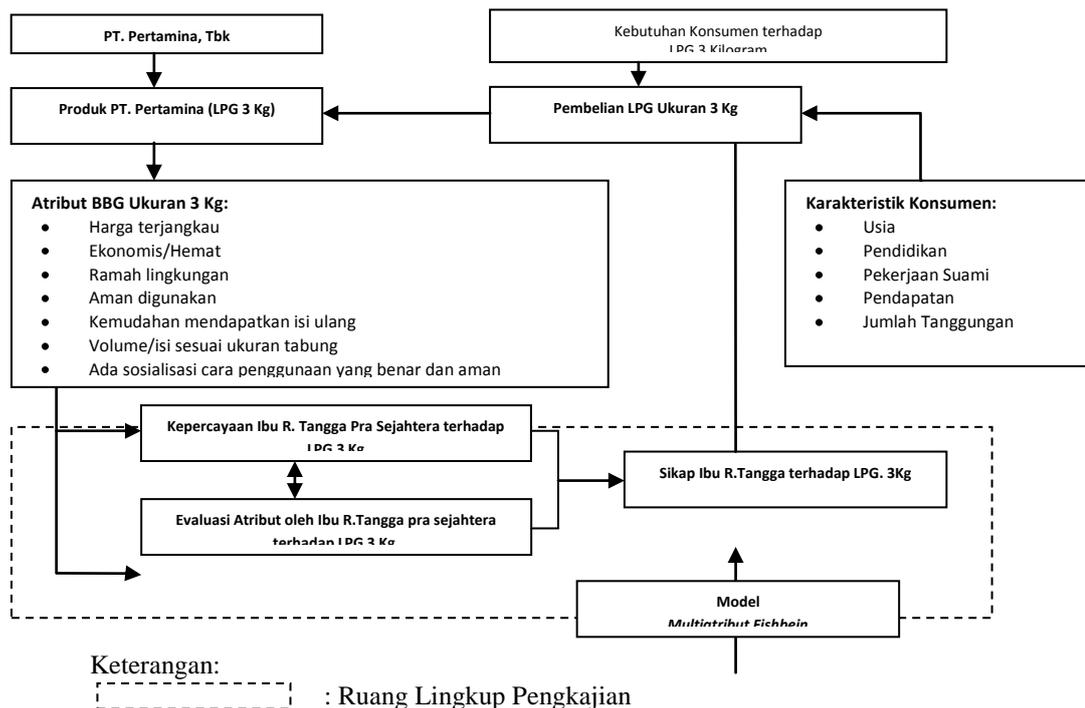
lingkungan yang mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen terdiri dari, Budaya, Kelas Sosial, Pengaruh pribadi, Keluarga, dan Situasi. **Kedua**, Faktor Perbedaan Individu, faktor ini dapat dilihat dari beberapa segi, antara lain: Sumberdaya Konsumen, Motivasi, Keterlibatan, Pengetahuan, Sikap, Kepribadian, gaya Hidup, demografi.

**Ketiga**, Faktor Psikologis terdiri dari: Pemrosesan Informasi, Pembelajaran, Perubahan Sikap dan perilaku

### Kerangka Pikir

Berdasarkan latar belakang masalah, dan dukungan teori, maka kerangka pikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2 berikut:

**Gambar 2. Kerangka Pikir Penelitian**



### Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah dan kerangka pikir tersebut, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga bahwa, Sikap Konsumen (ibu rumah tangga pra sejahtera) dipengaruhi oleh Atribut-atribut yang melekat pada LPG 3 Kg.
2. Diduga bahwa, Konsumen (ibu rumah tangga pra sejahtera) bersikap positif terhadap semua atribut yang melekat pada LPG 3 Kg.
3. Diduga, bahwa atribut aman digunakan berkontribusi paling besar dalam mempengaruhi Sikap Konsumen (ibu rumah tangga pra

sejahtera) terhadap penggunaan LPG 3 Kg.

### Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, serta didukung oleh teori-teori yang relevan, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui karakteristik ibu rumah tangga pra sejahtera di kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan.
- b. Untuk mengetahui sikap ibu rumah tangga pra sejahtera terhadap penggunaan LPG 3 Kg di Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan

### **Kegunaan Penelitian**

Kegunaan atau luaran (*output*) dari penelitian ini adalah:

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan penulis tentang karakteristik dan sikap ibu rumah tangga pra sejahtera di kabupaten Gowa.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah penelitian dalam Ilmu perilaku konsumen.

### **Metode Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh informasi dan data sebagai kelengkapan dalam penelitian ini, digunakan beberapa metode pengambilan data, yaitu sebagai berikut:

- a. Penelitian lapangan (*field research*), yaitu kegiatan dimana peneliti mengumpulkan data dari lapangan yang meliputi kegiatan survey di lokasi peneliti melalui: Kuesioner, yaitu alat pengumpulan data yang terbentuk sejumlah pertanyaan secara tertulis yang harus dijawab oleh responden
- b. Penelitian kepustakaan (*library Research*), yaitu mengumpulkan data ataupun keterangan yang berumber dari buku literatur, referensi dan acuan buku lainnya, hal ini dimaksudkan sebagai landasan teori dan pengetahuan ilmiah.

### **Jenis dan Sumber Data**

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan untuk menunjang penelitian ini adalah :

#### **1. Jenis data**

Adapun jenis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

- a. Data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka, misalnya karakteristik kependudukan kabupaten Gowa.
- b. Data kualitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk

informasi, baik secara lisan maupun tulisan.

#### **2. Sumber data**

Adapun sumber data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung melalui penelitian lapangan, melalui hasil wawancara, dan kuisisioner, maupun hasil observasi yang penulis lakukan kepada informan yang berhubungan dengan objek penelitian.
- b. Data sekunder, data yang diperoleh dari dokumen-dokumen dan laporan-laporan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini yang dapat menunjang data primer.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh ibu rumah tangga dari keluarga pra sejahtera yang ada di Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan. Jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu berdasarkan pendapat Roscoe (2002:32) yang mengatakan, "bahwa jumlah sample >30 dan <500, pada kebanyakan penelitian sudah terwakili dan sampel minimum yang diperlukan adalah 30 sampel. Berdasarkan pendapat Roscoe tersebut maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden, jumlah ini telah dianggap representatif.

### **Metode Analisis**

Untuk membuktikan hipotesis yang diajukan, maka dikemukakan model analisis sebagai berikut:

- a. Analisis deskriptif, yaitu; untuk menghitung frekuensi responden berdasarkan kelompok usia, kelompok pendapatan, kelompok pekerjaan, kelompok pendidikan dan sikap responden terhadap berbagai atribut yang melekat pada LPG 3 Kg.

- b. Data Sikap Responden diukur dengan menggunakan formulasi *Multiatribut Fishbein* dengan tujuan untuk membantu mengkuantitatifkan hal yang ordinal menjadi kuantitatif. Formulasi *Multiatribut Fishbein* dirumuskan sebagai berikut:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

Dimana,  $A_o$  = Sikap terhadap berbagai atribut LPG 3 Kg.

$b_i$  = Kekuatan kepercayaan bahwa objek memiliki atribut  $i$

$e_i$  = Evaluasi mengenai atribut  $i$ .

$i$  = 1,2,3,...,100.

$n$  = jumlah pengamatan, dalam penelitian ini adalah 100.

Untuk menentukan rata-rata tertimbang terhadap variabel kepercayaan dan variabel evaluasi pada penelitian ini digunakan rumus:

$$\text{Rata-rata tertimbang } (\bar{X}) = \frac{\sum_{i=1}^{100} X_i}{n}$$

Dimana:  $X_i$  = Nilai Atribut

$n$  = jumlah responden

$i$  = Responden 1 samapi 100

Nilai total penilaian responden terhadap variabel kepercayaan dan evaluasi diinterpretasikan menggunakan rentang skala. Rentang skala untuk penilaian responden terhadap variabel kepercayaan dan variabel evaluasi atribut LPG 3 Kg. menggunakan nilai maksimum sebesar +3 dengan kategori sangat setuju sekali dan nilai minimum sebesar -3 dengan kategori sangat tidak setuju sekali. Rentang skala untuk penilaian responden terhadap variabel kepercayaan dan variabel evaluasi atribut LPG 3 Kg. dapat dilihat pada table berikut:

Tabel:1.Rentang skala untuk penilaian variabel kepercayaan dan evaluasi atribut

Rentang Skala	Kategori
$-3,00 \leq A_o \leq -2,14$	Sangat Tidak Setuju Sekali
$-2,14 < A_o \leq -1,28$	Sangat Tidak Setuju
$-1,28 < A_o \leq -0,42$	Tidak Setuju
$-0,42 < A_o \leq 0,44$	Netral
$0,44 < A_o \leq 1,30$	Setuju
$1,30 < A_o \leq 2,16$	Sangat Setuju
$2,16 < A_o \leq 3,00$	Sangat Setuju Sekali

Rentang skala dalam menginterpretasikan nilai sikap terhadap masing-masing atribut LPG 3 Kg. menggunakan nilai maksimum 9 dengan kategori sangat positif dan nilai minimum sebesar -9 dengan kategori sangat negative. Rentang skala untuk menginterpretasikan nilai sikap terhadap masing-masing atribut LPG 3 Kg. dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel: 2. Rentang skala untuk Sikap responden terhadap masing-masing atribut.

Rentang Skala	Kategori
$-9,00 \leq A_o \leq -5,40$	Sangat Negatif
$-5,40 < A_o \leq -1,80$	Negatif
$-1,80 < A_o \leq 1,80$	Netral
$1,80 < A_o \leq 5,40$	Positif
$5,40 < A_o \leq 9,00$	Sangat Positif

Rentang skala untuk menginterpretasikan nilai sikap responden terhadap berbagai atribut LPG 3 Kg menggunakan nilai maksimum sebesar 54,33 dengan kategori sangat positif dan nilai minimum sebesar -54,33 dengan kategori sangat negative (Umar, 2002). Rentang skala untuk meninterpretasikan nilai sikap responden terhadap berbagai atribut LPG 3 Kg dapat dilihat pada table berikut:

Tabel: 3. Rentang skala untuk Sikap terhadap berbagai atribut LPG 3 Kg.

Rentang Skala	Kategori
$-54,33 \leq A_o \leq -32,60$	Sangat Negatif
$-33,60 < A_o \leq -11,64$	Negatif
$-11,64 < A_o \leq 33,60$	Netral
$33,60 < A_o \leq 32,60$	Positif
$32,60 < A_o \leq 54,33$	Sangat Positif

Untuk menentukan rentang skala sikap responden pada penelitian ini dibuat skala numeric dengan rumus:

$$\text{Rentang Skala}(RS) = \frac{m - n}{b}$$

Dimana: m = nilai tertinggi

n = nilai terendah

b = jumlah kategori yang ingin dibentuk

## HASIL PENELITIAN

### Karakteristik Responden Ibu Rumah Tangga Pra Sejahtera

Responden yang paling muda usianya adalah 25 tahun, sedangkan yang paling tua usianya adalah 79 tahun. Responden yang berusia 36 – 46 tahun menempati jumlah terbesar, yaitu sebanyak 35 persen, responden yang mempunyai usia pada golongan ini dapat dikatakan responden dengan usia produktif.

Responden yang memiliki jenjang pendidikan kurang dari Sekolah Dasar (SD) adalah sebesar 72 persen, sedangkan yang memiliki jenjang pendidikan SLTP sebanyak 19 persen dan SLTA sebanyak 9 persen.

Beberapa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan suami, hampir merata jumlahnya dalam bidang atau jenis pekerjaan yang teridentifikasi yaitu pekerjaan sebagai petani merupakan jumlah terbesar sebesar 25 persen, kemudian pekerjaan sebagai buruh (buruh bangunan, buruh pasar, buruh pelabuhan laut dan terminal bus)

sebanyak 21 persen, kemudian pengayun becak atau ojek sebanyak 15 persen, Sopir sebanyak 11 persen, dan karyawan swasta sebanyak 10 persen serta jenis pekerjaan lain-lain sebanyak 18 persen.

Penghasilan seseorang sangat erat kaitannya dengan status pekerjaannya, Sebanyak 86 persen responden berpenghasilan kurang dari Rp. 1.000.000,- sedangkan sisanya sebesar 14 persen memiliki penghasilan lebih dari Rp. 1.000.000,- dan kurang dari Rp. 1.650.000.

Hasil penelitian dapat diketahui bahwa jumlah responden yang memiliki anak atau tanggungan antara 3-4 orang sebanyak 37 kepala keluarga, kemudian 5-6 orang sebanyak 36 kepala keluarga. Data tersebut menunjukkan pula bahwa 84 persen dari keluarga pra sejahtera di kabupaten Gowa Sulawesi Selatan memiliki jumlah anak/tanggungan lebih dari 2 orang atau rata-rata berjumlah 4 orang setiap kepala keluarga (KK), hal ini pulalah yang memicu terjadinya kemiskinan. Sementara itu sisanya sebesar 16 persen adalah keluarga pra sejahtera yang memiliki jumlah anak kurang dari 2 orang.

### Sikap Responden terhadap Atribut LPG 3 Kg.

#### a. Sikap Responden terhadap Atribut Harga Terjangkau

Sikap responden (Ibu Rumah Tangga Pra Sejahtera) terhadap atribut harga terjangkau bernilai positif dengan nilai sebesar 2,56. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden bersikap positif terhadap atribut harga terjangkau. Sikap positif responden terhadap atribut harga terjangkau mempunyai arti bahwa responden (ibu rumah tangga pra sejahtera) dapat menjangkau harga LPG 3 Kg. Sikap positif juga menunjukkan bahwa responden menyukai atribut harga terjangkau yang terdapat pada LPG 3 Kilogram sehingga dapat dijadikan sebagai

faktor pertimbangan dalam membeli dan menggunakan LPG 3 Kg.

b. Sikap Responden terhadap Atribut Ekonomis/Hemat digunakan

Sikap responden terhadap atribut ekonomis/ hemat bernilai positif dengan nilai sebesar 2,36. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden bersikap positif terhadap atribut Ekonomis/Hemat terhadap LPG 3 Kg. Sikap positif responden terhadap atribut ekonomis/ hemat mempunyai arti bahwa responden menyukai atribut ekonomis/ hemat yang melekat pada LPG 3 Kg. sehingga dapat dijadikan faktor pertimbangan dalam menggunakan LPG 3 Kg.

c. Sikap Responden terhadap Atribut Ramah lingkungan

Sikap responden Ibu Rumah Tangga Pra Sejahtera terhadap atribut Ramah lingkungan bernilai positif sebesar 2,87. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden bersikap positif terhadap atribut Ramah lingkungan yang terdapat pada LPG 3 Kilogram. Sikap positif responden yang berarti mempercayai atribut Ramah lingkungan, sikap positif menunjukkan juga bahwa responden menyukai atribut Ramah lingkungan yang terdapat pada LPG 3 Kilogram, sehingga dijadikan sebagai alasan atau faktor pertimbangan dalam menggunakan LPG 3 Kilogram.

d. Sikap Responden terhadap atribut Aman digunakan

Sikap responden ibu rumah tangga pra sejahtera terhadap atribut Aman digunakan bernilai positif sebesar 3,88. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden bersikap positif terhadap atribut Aman digunakan yang melekat pada LPG 3 Kilogram. Sikap positif responden menunjukkan bahwa

responden mempercayai atribut Aman digunakan yang terdapat pada LPG 3 Kilogram. Sikap positif menunjukkan juga bahwa responden menyukai atribut Aman digunakan yang terdapat pada LPG 3 Kilogram, sehingga dijadikan sebagai faktor pertimbangan dalam menggunakan LPG 3 Kilogram.

e. Sikap Responden terhadap Atribut Kemudahan Mendapatkan Isi Ulang

Sikap responden terhadap atribut kemudahan mendapatkan isi ulang bernilai positif sebesar 2,33. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden bersikap positif terhadap atribut kemudahan mendapatkan isi ulang dari LPG 3 Kilogram. Sikap positif responden menunjukkan bahwa responden mempercayai atribut kemudahan mendapatkan isi ulang yang melekat pada LPG 3 Kilogram. Sikap positif menunjukkan juga bahwa responden menyukai atribut kemudahan mendapatkan isi ulang yang terdapat pada LPG 3 Kilogram, sehingga dijadikan sebagai faktor pertimbangan dalam menggunakan LPG 3 Kilogram.

f. Sikap responden terhadap Atribut Volume sesuai ukuran tabung

Sikap responden ibu rumah tangga pra sejahtera terhadap atribut Volume sesuai ukuran tabung dari LPG 3 kilogram bernilai positif sebesar 3,70. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden bersikap positif terhadap atribut Volume sesuai ukuran tabung dari LPG 3 Kilogram. Sikap positif responden menunjukkan bahwa responden mempercayai atribut Volume sesuai ukuran tabung yang melekat pada LPG 3 Kilogram. Sikap positif menunjukkan juga bahwa responden menyukai atribut volume sesuai ukuran tabung yang terdapat pada

LPG 3 Kilogram, sehingga dijadikan sebagai faktor pertimbangan dalam memilih untuk menggunakan LPG 3 Kilogram.

g. Sikap Responden terhadap Atribut Sosialisasi cara penggunaan

Sikap responden ibu rumah tangga pra sejahtera terhadap atribut sosialisasi cara penggunaan bernilai positif sebesar 2,97. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden bersikap positif terhadap atribut sosialisasi cara penggunaan produk LPG 3 Kilogram. Sikap positif responden menunjukkan bahwa responden mempercayai atribut sosialisasi cara penggunaan yang melekat pada LPG 3 Kilogram. Sikap positif menunjukkan juga bahwa responden menyukai atribut sosialisasi cara penggunaan yang terdapat pada LPG 3 Kilogram, sehingga dijadikan sebagai faktor pertimbangan dalam memilih dan membeli LPG 3 Kilogram.

#### Analisis Sikap Multiatribut Fishbein

Untuk mengukur sikap dan perilaku konsumen dilakukan dengan model multiatribut. Salah satu model sikap yang terkenal adalah model sikap multiatribut dari Fishbein. Model sikap Fishbein ini

berfokus pada prediksi sikap yang dibentuk seseorang terhadap objek tertentu. Model ini mengidentifikasi tiga faktor utama untuk memprediksi sikap. Faktor pertama, keyakinan seseorang terhadap atribut yang menonjol dari objek. Faktor kedua, adalah kekuatan keyakinan seseorang bahwa produk memiliki atribut khas, biasanya diketahui dalam bentuk pertanyaan, misalnya seberapa setuju abjek X memiliki atribut Y. Faktor ketiga adalah evaluasi dari masing-masing keyakinan akan atribut yang menonjol, dimana diukur seberapa baik atau tidak baik keyakinan konsumen terhadap atribut-atribut itu.

Sikap responden terhadap berbagai atribut LPG 3 Kilogram diperoleh berdasarkan perbandingan antara sikap total dari masing-masing atribut LPG 3 Kilogram dengan nilai maksimum dan nilai minimum sikap responden. Untuk mengukur sikap responden terhadap berbagai atribut LPG 3 Kilogram, terlebih dahulu menghitung nilai maksimum dan nilai minimum dari sikap responden. Nilai maksimum dihitung berdasarkan nilai maksimum dari variabel kepercayaan dari masing-masing atribut LPG 3 Kilogram seperti dalam tabel 4 berikut:

Tebel. 4. Nilai Maksimum Sikap Responden

No	Atribut	Kepercayaan ( <i>b<sub>i</sub></i> )	Evaluasi ( <i>e<sub>i</sub></i> )	Rata-Rata Tertimbang
1	Harga terjangkau	+3	1,64	4.92
2	Ekonomis/Hemat	+3	1,57	4.71
3	Ramah lingkungan	+3	1,77	5.31
4	Aman digunakan	+3	2,04	6.12
5	Kemudahan mendapatkan isi ulang	+3	1,51	4.53
6	Volume sesuai ukuran tabung	+3	2,02	6.06
7	Sosialisasi cara penggunaan	+3	1,98	5.94
$A_o = \sum_{i=1}^n b_i e_i$				<b>37.59</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2013

Nilai minimum dihitung berdasarkan nilai minimum dari variabel kepercayaan dari masing-masing atribut LPG 3 Kilogram. Nilai minimum variabel kepercayaan untuk setiap atribut adalah -3. Nilai -3 dari variabel kepercayaan memiliki arti bahwa responden sangat tidak setuju sekali dan tidak percaya bahwa atribut harga

terjangkau, ekonomis/hemat, ramah lingkungan, aman digunakan, kemudahan mendapatkan isi ulang, volume sesuai ukuran tabung, dan sosialisasi cara penggunaan, merupakan atribut yang melekat pada LPG 3 Kilogram. Nilai minimum sikap responden secara lengkap disajikan pada tabel 5 berikut:

Tabel. 5. Nilai Minimum Sikap Responden

No	Atribut	Kepercayaan ( <i>bi</i> )	Evaluasi ( <i>ei</i> )	Rata-Rata Tertimbang
1	Harga terjangkau	-3	1,64	-4.92
2	Ekonomis/hemat	-3	1,57	-4.71
3	Ramah lingkungan	-3	1,77	-5.31
4	Aman digunakan	-3	2,04	-6.12
5	Kemudahan mendapatkan isi ulang	-3	1,51	-4.53
6	Volume sesuai ukuran tabung	-3	2,02	-6.06
7	Sosialisasi cara penggunaan	-3	1,98	-5.94
$Ao = \sum_{i=1}^n b_i e_i$				<b>-37.59</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2013

Hasil analisis sikap *Multiatribut Fishbein* terhadap LPG 3 Kilogram menunjukkan bahwa sikap responden berbeda-beda terhadap masing-masing atribut LPG 3 Kilogram. Nilai sikap responden untuk atribut aman

digunakan memiliki nilai tertinggi sebesar 3,88. Nilai sikap responden terendah terhadap atribut LPG 3 Kilogram adalah Kemudahan mendapatkan isi ulang dengan nilai 2,33. Hasil analisis sikap responden selengkapnya dalam tabel 6 berikut:

Tabel. 6. Hasil Analisis Sikap Multiatribut Fishbein terhadap LPG 3 Kilogram di Kabupaten Gowa-Sulawesi Selatan

No	Atribut	Kepercayaan ( <i>bi</i> )	Evaluasi ( <i>ei</i> )	Rata-Rata Tertimbang
1	Harga terjangkau	1,56	1,64	2.56
2	Ekonomis/Hemat	1,50	1,57	2.36
3	Ramah lingkungan	1,62	1,77	2.87
4	Aman digunakan	1,90	2,04	3.88
5	Kemudahan isi ulang	1,54	1,51	2.33
6	Volume sesuai ukuran tabung	1,83	2,02	3.70
7	Sosialisasi cara penggunaan	1,50	1,98	2.97
$Ao = \sum_{i=1}^n b_i e_i$				<b>20.67</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2013

Sikap responden terhadap berbagai atribut LPG 3 Kilogram berdasarkan Teori *Multiatribut Fishbein* dalam tabel 5.29 tersebut di atas memiliki nilai sebesar 20.67. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden bersikap positif terhadap berbagai atribut LPG 3 Kilogram. Sikap positif responden terhadap berbagai atribut LPG 3 Kilogram mempunyai arti bahwa responden mempercayai atribut harga terjangkau, ekonomis/hemat, Ramah lingkungan, Aman digunakan, Kemudahan mendapatkan isi ulang, Volume sesuai ukuran tabung, sosialisasi cara penggunaan, sebagai atribut-atribut yang melekat pada LPG 3 Kilogram. Sikap positif juga menunjukkan bahwa responden menyukai atribut-atribut yang terdapat pada LPG 3 Kilogram sehingga dapat dijadikan sebagai faktor pertimbangan dalam memilih dan menggunakan LPG 3 Kilogram.

## **KESIMPULAN**

Karakteristik responden ibu rumah tangga pra sejahtera di Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan masing-masing berdasarkan usia responden masih berkisar pada usia produktif, tingkat pendidikan responden 72 persen berpendidikan SD kebawah, pekerjaan suami (kepala keluarga) hampir merata pada semua jenis pekerjaan yang teridentifikasi seperti petani, buruh, sopir, dll. Penghasilan keluarga sebanyak 86 persen berpenghasilan kurang dari Rp. 1.000.000,- sedangkan berdasarkan jumlah anak atau tanggungan sebanyak 84 persen memiliki anak lebih dari 2 dengan rata-rata secara keseluruhan sebanyak 4 orang per-KK.

Sikap ibu rumah tangga pra sejahtera terhadap masing-masing atribut LPG 3 Kilogram menunjukkan bahwa sikap positif.

Atribut “Aman digunakan” menjadi faktor pertimbangan utama oleh ibu rumah tangga pra sejahtera ketika memilih dan menggunakan LPG 3 Kilogram, karena memiliki nilai sikap tertinggi yaitu 3,88 dibandingkan dengan nilai sikap terhadap atribut-atribut yang lainnya.

Responden ibu rumah tangga pra sejahtera memiliki sikap positif terhadap produk LPG 3 Kilogram di Kabupaten Gowa Propinsi Sulawesi Selatan. Sikap positif ibu rumah tangga pra sejahtera terhadap berbagai atribut LPG 3 Kilogram mempunyai arti bahwa ibu rumah tangga pra sejahtera mempercayai atribut harga terjangkau, Ekonomis/hemat, Ramah lingkungan, Aman digunakan, Kemudahan mendapatkan isi ulang, Volume sesuai ukuran tabung, dan sosialisasi cara penggunaan yang baik dan benar sebagai atribut yang melekat pada LPG 3 Kilogram.

Sikap positif ibu rumah tangga pra sejahtera terhadap LPG 3 Kilogram juga menunjukkan rasa suka ibu rumah tangga pra sejahtera terhadap atribut Harga terjangkau, Ekonomis/hemat, Ramah lingkungan, Aman digunakan, Kemudahan mendapatkan isi ulang, Volume sesuai ukuran tabung, dan Sosialisasi cara penggunaan yang baik dan benar yang menjadi atribut LPG 3 Kilogram sehingga dapat dijadikan sebagai faktor pertimbangan dalam memilih dan menggunakan LPG 3 Kilogram.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Indrasusanto. 2004. *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Krupuk Udang di Pasar Indramayu, Kecamatan Indramayu, Kabupaten Indramayu*. Skripsi Fakultas Perikanan dan Kelautan Institut Pertanian Bogor, Bogor.

- Kotler, P. 2002, *Manajemen Pemasaran, edisi kesepuluh*. Edisi Bahasa Indonesia. PT Prenhallindo, Jakarta.
- Khoirul. A.H. 2006. *Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Membeli Kartu simPATI*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Krisnaturi dkk, 2010, *Analisis Perilaku Pengguna LPG pada Rumah Tangga di Kota Bogor*, Jurnal Ilm. Kel. & Kons. Volume 3 No.2 Agustus 2010, p: 173-183.
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Penelitian Pemasaran*. Prenada Media, Jakarta
- Suryani, Tatik 2008. *Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Yuliana. 2000. *Analisis Sikap Konsumen terhadap berbagai Atribut Produk Sereal*. Skripsi Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- \*) *Penulis adalah Dosen Tetap Yayasan pada STIE Nobel Indonesia Makassar*