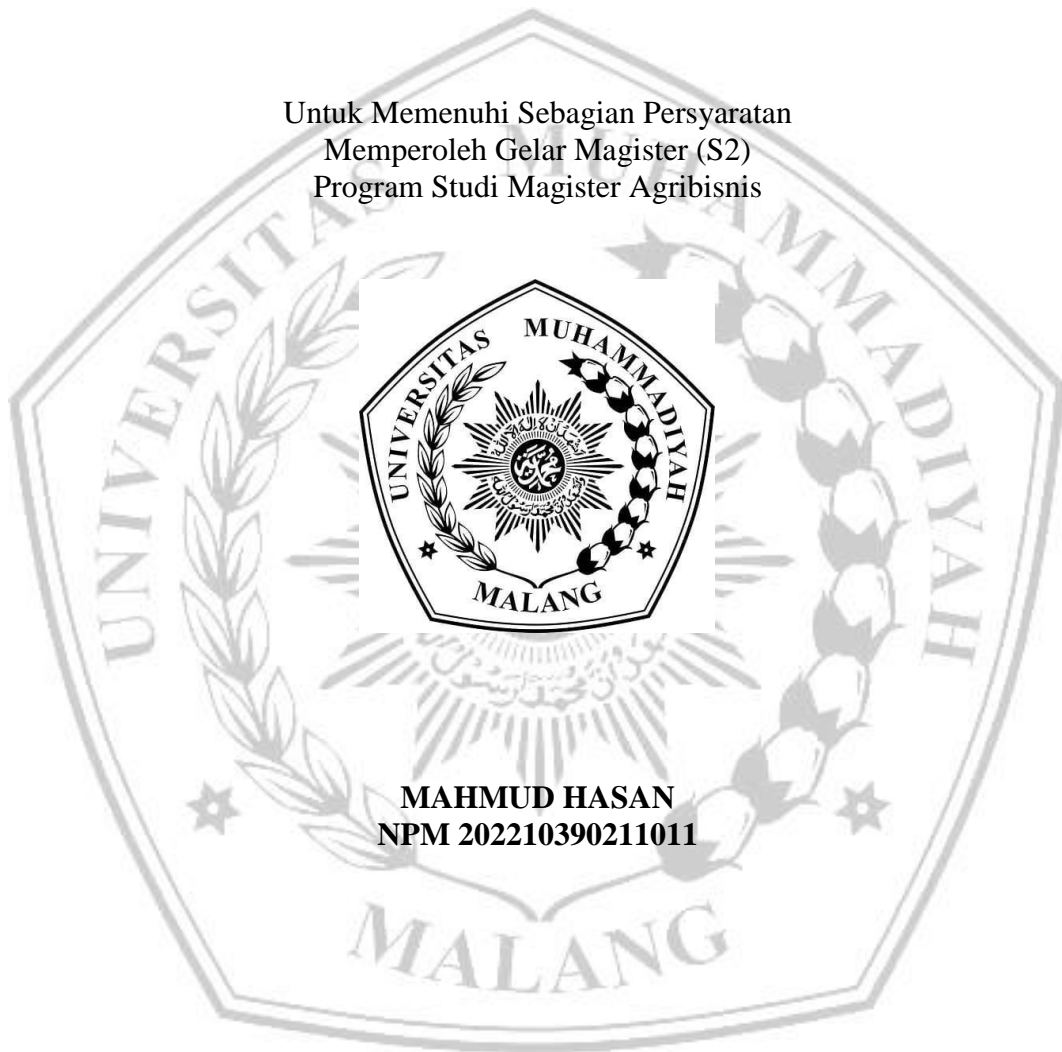


**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK SAGU IKAN
DI KOTA TERNATE PROVINSI MALUKU UTARA**

TESIS

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Magister (S2)
Program Studi Magister Agribisnis



**MAHMUD HASAN
NPM 202210390211011**

**DIREKTORAT PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
Agustus 2023**

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK
SAGU IKAN DI KOTA TERNATE PROVINSI MALUKU UTARA**

MAHMUD HASAN
NIM : 202210390211011

Telah disetujui

Pada Hari Kamis Tanggal, 31 Agustus 2023

Pembimbing I

Prof. Dr. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si

Pembimbing II

Asoc. Prof. Dr. Bambang Yudi Ariadi, MM

Direktur
Program Pascasarjana

Prof. Dr. Lili Zalizar, Ph.D

Ketua Program Studi
Magister Agribisnis

Prof. Dr. Lili Zalizar

TESIS

MAHMUD HASAN
NIM : 202210390211011

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada hari / tanggal, *Kamis 31, Agustus 2023*
dan dinyatakan memenuhi syarat sebagai kelengkapan
memperoleh gelar Magister Agribisnis pada Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Malang.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Ketua : **Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si**
Sekretaris : **Assc Prof. Dr. Ir. Bambang Yudi Ariadi, MM**
Penguji : **Assc Prof. Dr. Ir. Anas Tain, MM**
Penguji : **Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, MM**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, Saya :

Nama : MAHMUD HASAN

NPM : 202210390211011

Program Studi : Magister Agribisnis

Dengan ini menyatakan yang sebenar-benarnya bahwa :

1. Tesis dengan Judul : ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK SAGU IKAN DI KOTA TERNATE PROVINSI MALUKU UTARA adalah karya saya dan dalam naskah tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang telah kami sebutkan sebelumnya.
2. Apabila dalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia tesis ini DIGUGURKAN dan GELAR AKDEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tesis ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSEKUTIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 31 Agustus 2023

Yang Menyatakan



MAHMUD HASAN

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat serta karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah tertulis (Tesis) dengan berjudul “Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Sagu Ikan Di Kota Ternate Provinsi Maluku Utara”. Penyusunan karya ilmiah ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan, sanggahan, bantuan, dan saran dari berbagai pihak terutama dari Pembimbing, baik Pembimbing satu maupun Pembimbing dua. Oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini penulis mengucapkan terima kasih dan penuh rasa hormat kepada:

1. Terimakasih kepada kedua orang tuaku tercinta, Bapak **Hasan Popa Muale** (Almarhum) dan Ibunda **Sitiran Arba**, beserta seluruh Kakak-kakak ku Jainab, Ahmad (Deddy), Sabian, Sarni (Almarhumah), Kader (Pollo), Syafrudin, Amina, Hania (Almarhumah) dan Damhar Hasan kesemunya adalah saudara sekandung, terima kasih atas cinta, doa, kasih sayang, dukungan serta kepercayaan yang telah diberikan sehingga Penulis dapat memperoleh pendidikan sampai saat ini.
2. Buat Istri ku **Femi Aswad** dan kedua Anak ku tercinta **Siti Vaedha Alisyiah M. Hasan** dan **Syafana Ulilalbab M. Hasan**, atas Cinta, doa, dukungan, kasih sayang serta kesabaran dalam mendukung dan menemani penulis selama dalam masa-masa studi hingga selesai.
3. Terima kasih dan penghormata kami sampaikan kepada Bapak/ibu Pimpinan Rektorat, Dekan Fakultas Pertanian dan Perikanan, segenap Pimpinan dan staf Universitas Muhammadiyah Maluku Utara (UMMU) yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk melanjutkan studi pascasarjana S2 di Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) sampai selesai.
4. Bapak Rektor, Ketua, Sekretaris dan Staf Program Pascasarjana Magister Agribisnis terima kasih atas segala bantuan dan pelayanan selama penulis melanjutkan studi Pascasarjana S2 di Universitas Muhammadiyah Malang.

5. Kepada bapak Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si, selaku Dosen sekaligus Pembimbing I terima kasih atas Ilmu yang diajarkan, waktu dan tenaga yang diloangkan untuk membimbing Penulis dalam penelitian tesis, semoga segala kebaikan yang telah diberikan bernilai Ibadah serta mendapat balasan yang baik dari Allah SWT, Amin.
6. Kepada bapak Assc. Prof. Dr. Ir. Bambang Yudi Ariadi, MM selaku Dosen sekaligus Pembimbing II terima kasih atas Ilmu yang diajarkan, waktu dan tenaga yang dicurahkan untuk membimbing Penulis dalam penelitian tesis, semoga segala kebaikan yang telah dilakukan bernilai Ibadah serta mendapat balasan yang baik dari Allah SWT, Amin.
7. Kepada Ketua dan Sekretaris Program Studi Pascasarjana Magister Agribisnis Universitas Muhammadiyah Malang, Ibu Prof. Dr. Lili Zalizar, drh, MS dan Bapak Assc. Prof. Dr. Ir. Bambang Yudi Ariadi, MM, terima kasih atas Ilmu, bimbingan, pelayanan, arahan serta motifasi yang diberikan kepada kami selaku mahasiswa Pascasarjana.
8. Kepada teman-teman seperjuangan mahasiswa Pascasarjana Program Studi Magister Agribisnis UMM mas Arwin, mas Yoga, mba Dhia, mba Rina dan lainnya, terima kasih atas kebersamaan, dukungannya serta motifasinya selama ini.

Malang, 31 Agustus 2023

Penulis

Mahmud Hasan

DAFTAR ISI

<i>Nomor</i>	<i>Teks</i>	<i>Halaman</i>
	PENGHORMATAN	i
	KATA PENGANTAR	i
	ABSTRAK	iii
	ABSTRACT	iv
	DAFTAR ISI	v
	DAFTAR TABEL	vi
	DAFTAR GAMBAR	vii
	DAFTAR LAMPIRA	viii
	BAB I. PENDAHULUAN	
1.1.	Latar Belakang	14
1.2.	Rumusan Masalah	17
1.3.	Tujuan Penelitian	17
1.4.	Kegunaan Penelitian	17
1.4.1.	<i>Kegunaan Teoritis (Keilmuan)</i>	17
1.4.2.	<i>Kegunaan Praktis (Guna Laksana)</i>	17
1.5.	Batasan Istilah	18
	BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1.	Penelitian Terdahulu	19
2.2.	Sagu	24
2.3.	Ubi Kayu	24
2.4.	Daging Ikan	25
2.5.	Penetapan Keputusan Konsumen	26
2.6.	Sikap Konsumen	28
2.7.	Model Analisis Fishbein	29

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Subjek, Objek, Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.2. Desain Penelitian	32
3.2.1. <i>Karangka Penelitian</i>	32
3.2.2. <i>Prosedur Perlakuan Dalam Penelitian</i>	34
3.2.3. <i>Diagram Alur Pembuatan Sagu Ikan</i>	35
3.3. Jenis dan Sumber Data	36
3.4. Teknik Pengumpulan Data	36
3.5. Metode Penarikan Sampel	37
3.6. Metode Analisis Data	38
3.6.1. <i>Uji Organoleptik</i>	38
3.6.2. <i>Analisis Multiatribut Fishbein,</i>	39

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Konsumen	43
4.1.1. <i>Karakteristik Responden Produk Sagu Ikan</i>	43
4.1.2. <i>Frekuensi dan Jumlah Pembelian Sagu Ikan</i>	46
4.2. Deskripsi Sagu Ikan	46
4.2.1. <i>Kenampakan</i>	47
4.2.2. <i>Warna</i>	48
4.2.3. <i>Aroma</i>	49
4.2.4. <i>Rasa</i>	51
4.2.5. <i>Tekstur</i>	52
4.3. Analisis Multiatribut Fishbein	53
4.3.1. <i>Sikap Konsumen Sagu Ikan</i>	53
4.3.2. <i>Sikap Konsumen Sagu Ikan Berdasarkan Kepentingan dan Kepercayaan</i>	54

BAB V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan.....	57
5.2. Saran	57

DAFTAR PUSTAKA	58
-----------------------------	----

LAMPIRAN	60
-----------------------	----

DAFTAR TABEL

<i>Tabel</i>	<i>Teks</i>	<i>Halaman</i>
1	Komposisi Kimia Daging Ikan	25
2	Pengolahan Protein daging ikan berdasarkan kelarutannya	26
3	Prosedur Perlakuan Produk Saguikan	34
4	Sampel Konsumen Produk Sagu Ikan	37
5	Skala Parameter Penilaian Sagu Ikan	40
6	Skala Atribut Produk Saguikan	41
7	Kriteria Penilaian Sagu ikan	42
8	Karakteristik Responden Sagu ikan Berdasarkan Jenis Kelamin	44
9	Karakteristik Responden Sagu ikan Berdasarkan Usia	44
10	Karakteristik Responden Sagu ikan Berdasarkan Pendidikan	45
11	Karakteristik Responden Sagu ikan Berdasarkan Pekerjaan	45
12	Preferensi dan Jumlah Pembelian Produk Sagu ikan	46
13	Nilai Kenampakan Produk Sagu ikan Tiap Perlakuan	47
14	Nilai Warna Produk Sagu ikan Tiap Perlakuan	48
15	Nilai Aroma Produk Sagu ikan Tiap Perlakuan	50
16	Nilai Rasa Produk Sagu ikan Tiap Perlakuan	51
17	Nilai Tekstur Produk Sagu ikan Tiap Perlakuan	52
18	Nilai Rata-rata Tingkat Sikap Konsumen Terhadap Produk Sagu Ikan	54
18	Hasil Analisis Sikap Multiatribut <i>Fishbein</i>	55
19	Skala Interval	56

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar</i>	<i>Teks</i>	<i>Halaman</i>
1	Desain Diagram Alir Penelitian	33
2	Bagan alir Pembuatan Sagu Ikan	35



DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran</i>	<i>Teks</i>	<i>Halaman</i>
1	Kuesioner Penelitian	60
2	Data Tabulasi Penilaian Panelis Produk Sagu Ikan	64
2	Data Sikap Responden Produk Sagu Ikan	74
3	Dokumentasi Penelitian	77



ABSTRAK

MAHMUD HASAN, 202210390211011. Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Sagu Ikan Di Kota Ternate Provinsi Maluku Utara. Dibimbing oleh Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si dan Assc. Prof. Dr. Ir. Bambang Yudi Ariadi, MM.

Penelitian ini bertujuan menganalisis sikap konsumen produk sagu ikan dengan atribut kenampakan, warna, aroma, rasa dan tekstur. Waktu dan tempat penelitian dilaksanakan pada bulan Januari sampai Juli tahun 2023 di Kota Ternate Provinsi Maluku Utara. Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder, jumlah responden yang dilibatkan sebanyak 50 respondent. Metode analisis yang digunakan yaitu *analisis fishbein multiatribut*. Berdasarkan hasil penelitian sikap konsumen terhadap produk sagu ikan maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut : 1). Berdasarkan penilaian panalis terhadap produk sagu ikan dengan atribut kenampakan, warna, aroma, rasa dan tekstur pada empat perlakuan (S_0 , S_1 , S_2 dan S_3) dengan nilai rata-rata yaitu 7,06 sampai dengan 7,73 hal tersebut menunjukkan bahwa produk sagu ikan dari ke empat atribut disukai dan diterima. 2). Berdasarkan hasil analisis *Fishbein* untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk saguikan pada empat etribut yakni kenampakan, warna, aroma, rasa dan tekstur dengan berdasarkan kategori sikap konsumen terhadap sagu ikan dengan perolehan nilai AO 237,96 berada pada interval (200 – 250) artinya sikap konsumen terhadap produk sagu ikan dalam kategori sangat baik.

Kata Kunci : *Sagu ikan, Sikap Konsumen.*

Email : mudungofamajojo@gmail.com

ABSTRACT

MAHMUD HASAN 202210390211011. Analysis of Consumer Attitudes towards Sago Fish Products in Ternate City, North Maluku Province. Guided by Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si and Asoc. Prof. Dr. Ir. Bambang Yudi Ariadi, MM.

This study aims to analyze the attitude of consumers of sago ikan products with the attributes of appearance, color, aroma, taste and texture. The place and time of the research was carried out in Ternate City North Moluccas Province from January to July 2023. The data used were primary and secondary data, the number of respondents involved was 50 respondents. The analytical method used is multiattribute fishbein analysis. Based on the results of research on consumer attitudes towards fish sago products, the following conclusions can be put forward: 1). with an average value of 7.06 to 7.73 this shows that fish sago products from the four attributes are liked and accepted. 2). Based on the results of Fishbein analysis to determine attitudes towards consumers of sagukan products on four attributes, namely appearance, color, aroma, taste and texture based on the category of consumer attitudes towards sago fish with an AO value of 237.96 in the interval (200 – 250) This means that consumer attitudes towards fish sago products are in the very good category.

Keywords: *Fish sago, Consumer Attitudes.*

Email : mudungofamajojo@gmail.com

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sagu merupakan tanaman asli Indonesia yang menjadi salah satu sumber karbohidrat masyarakat Indonesia. Sagu dikenal banyak diproduksi dikawasan timur Indonesia yakni diprovinsi Papua, Maluku dan Maluku Utara. Ditinjau dari produktivitasnya, pohon sagu memiliki produktivitas yang tinggi dibandingkan dengan tanaman penghasil karbohidrat lainnya seperti ubi jalar, padi, jagung dan ubi kayu.

Produksi sagu hutan Indonesia berfluktuasi sepanjang tahun 2022. Hal ini selaras dengan data Badan Pusat Statetika (BPS) dalam laporan statetika produksi kehutatan 2022. Pada tiga kuarltal pertama 2022, volume produksi sagu mengalami peningkatan. Namun menurun diakhir kuartal pada tahun lalu. Rinciannya, volume produksi sagu hutan kuartal satu 2023 mencapai 2,37 ribu ton. Lalu angka meningkat tipis menjadi 2,38 ribu ton kuartal dua. Kemudian volume meningkat lagi pada kuartal tiga yang mencapai 2,41 ribu ton. Memasuki kuartal empat, produksi sagu dalam negeri justru turun cukup drastis menjadi 1,76 ribu ton. Secara total pada tahun 2022 produksi sagu hutan dindonesia mencapai 8,94 ribu ton. BPS juga merilis, sebagian besar produksi sagu berasal dari kepulauan Maluku Utara, Maluku dan Papua, mengingat ketiga daerah tersebut menjadikan sagu sabagai makanan pokok (BPS 2022).

Sagu merupakan salah satu bahan pangan utama bagi masyarakat Maluku Utara. Sagu juga merupakan salah satu jenis makanan tradisional yang masi tetap

dipertahankan hingga saat ini. Sagu sebagai makanan yang dikonsumsi oleh semua golongan dan usia. Pada umumnya masyarakat membedakan sagu menjadi dua jenis, sagu merah dan sagu putih. Sagu merah merupakan sagu yang dihasilkan dari pohon sagu, sedangkan sagu putih yaitu sagu yang dihasilkan dari bahan baku ubi kayu (singkong), sagu putih juga biasa disebut dengan nama sagu kasbi (nama local) (BPTP Maluku Utara dan BP3 Departemen Pertanian, 2009).

Selain itu sagu kasbi yang dikenal memiliki satu rasa (tawar), teksturnya keras, berwarna putih agak kekuningan, bentuk lempengan tipis ukurannya berbentuk persegi panjang dan bila sudah dikeringkan memiliki daya simpan yang lama. Dari data dan informasi tentang sagu menunjukkan bahwa banyak keuntungan serta manfaat diperoleh masyarakat yang mengonsumsi sagu kasbi selain memberi efek mengenyangkan isi perut, juga sebagai sumber pemenuhan karbohidrat serta zat gizi lainnya. Kebiasaan masyarakat lokal mengonsumsi sagu selalu dikombinasikan dengan sumberdaya pangan yang lain seperti ikan laut dan sayur-sayuran. Pada umumnya usaha memproduksi sagu dilakukan masih dengan cara tradisional dan bersifat terbatas baik alat yang digunakan, jumlah sagu yang dihasilkan, proses masih bersifat tradisional, serta dengan tujuan yang masih terbatas yaitu memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari.

Meskipun demikian peluang untuk melakukan perbaikan mutu serta kualitas produk sagu akan terus dilakukan lewat inovasi serta diversifikasi sehingga sagu kasbi yang dihasilkan dapat diterima oleh konsumen dari berbagai golongan. Upaya untuk terus meningkatkan mutu serta kualitas sagu kasbi yang

diproduksi masyarakat diperlukan adanya terobosan baik dari segi sumberdaya manusia pengolah maupun infrastruktur pendukung produksi dengan berbasis teknologi.

Seiring perkembangan jaman yang berpengaruh pada perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat yang semakin meningkat, maka bukan tidak mungkin produk-produk lokal seperti sagu kasbi akan semakin tidak disukai oleh konsumen, sehingga perlu adanya upaya diversifikasi dan sentuhan kreatifitas untuk memenuhi berbagai kekurangan dan kelemahan dari produk sehingga sagu kasbi tetap menjadi produk yang memiliki kualitas yang baik serta tetap disukai dan dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat.

Salah satu cara untuk dapat melengkapi kebutuhan gizi konsumen pada produk olahan sagu, maka diperlukan substitusi daging ikan sebagai bahan pangan yang kaya akan protein guna dapat melengkapi nilai gizi sagu yang dikonsumsi sehari-hari oleh masyarakat. Salah satunya dengan cara pengembangan produk sagu ikan.

Sagu ikan merupakan salah satu produk diversifikasi dan pengembangan produk olahan sagu yang tepat. Proses pengolahan sagu ikan merupakan bagian dari inovasi dan kreasi dalam rangka melengkapi kebutuhan gizi produk sagu guna menarik minat konsumen untuk tetap mengkonsumsi sagu. Guna dapat melihat sikap konsumen terhadap produk sagu ikan, maka perlu adanya kajian ilmiah dalam bentuk riset tentang sikap konsumen terhadap produk sagu ikan dengan pendekatan atau atribut yang terdapat pada produk yaitu kenampakan, warna, aroma, rasa, dan tekstur. Maka dengan demikian penulis tertarik melakukan

penelitian tesis dengan judul; *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Sagu Ikan di Kota Ternate Provinsi Maluku Utara.*

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah ;

1. Bagaimana kenampakan, warna, aroma, rasa, dan tekstur sagu ikan ?
2. Bagaimana sikap konsumen terhadap atribut produk sagu ikan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis atribut produk sagu ikan (kenampakan, warna, aroma, rasa dan tekstur).
2. Menganalisis sikap konsumen terhadap atribut produk sagu ikan.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis (Keilmuan)

Kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat mengukur tingkat preferensi konsumen terhadap produk sagu ikan dengan pendekatan atribut-atribut yang melekat pada produk yaitu kenampakan, warna, aroma, rasa, dan tekstur, sehingga bisa dijadikan sebagai acuan dalam pengembangan produk pangan khususnya sagu ikan dalam kajian keilmuan.

1.4.2. Kegunaan Praktis (Guna Laksana)

Hasil penelitian diharapkan tersedia informasi yang dapat mendorong berkembangnya industri beraneka ragam olahan pangan dengan menggunakan bahan baku potensi sumberdaya lokal ubi kayu (singkong) dan pati sagu yang dikembangkan sebagai produk lokal yang bergizi tinggi, unggul serta mudah dikembangkan, dalam upaya peningkatan ekonomi dan usaha masyarakat khususnya di Kota Ternate Provinsi Maluku Utara.

1.5. Batasan Istilah

1. Pohon sagu (*metroxylon sagu Rottb*) merupakan tanaman monokotil penghasil tepung sagu dari keluarga *palmae* dan masuk dalam ordo *spadiciflora*. Sagu juga merupakan jenis tanaman tropis sebagai penghasil umbi yang digunakan sebagai tepung sagu. Tumbuhan sagu juga termasuk dalam genus *metroxylon* dan terdiri berbagai jenis, hidup diwilayah tropis terutama di Asia Tenggara dan Pasifik Selatan. Umbi sagu adalah bagian utama dari tanaman sagu yang digunakan sebagai sumber pati untuk membuat tepung sagu.
2. Tepung Sagu adalah produk pati yang dihasilkan dari ubi sagu, yang berasal dari beberapa jenis pohon sagu, seperti sagu rumbia atau *metroxylon sagu* dan atau produk pati yang dihasilkan dari ubi kayu.
3. Sagu Merah ialah produk olahan dari tepung sagu yang peroleh dari pohon sagu.
4. Sagu Putih adalah produk olahan sagu yang bahan bakunya diperoleh dari olahan tepung ubi kayu.

5. Sagu ikan ialah produk hasil olehan tepung sagu melalui proses diversifikasi dengan tambahan daging ikan dalam tepung sagu, dicetak, dibakar menggunakan vorno, serta berbentuk lempengan tipis berukuran persegi panjang dan berwarna putih kecoklatan agak sedikit kekuning-kuningan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan sikap dan perilaku konsumen pada beberapa produk pangan, baik sugu, produk berbahan dasar sugu, maupun pangan lainnya diantaranya sebagai berikut :

Nadira Islami, dkk 2023. Sikap Dan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Keripik Cabe Ika di Kota Dumai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sikap dan perilaku konsumen dalam pembelian keripik cabe IKA di Kota Dumai. Penelitian dilaksanakan di Kota Dumai dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria konsumen yang berbelanja minimal 1x dan usia sampel ≥ 25 tahun. Jumlah sampel adalah 96 sampel. Hasil penelitian menunjukan bahwa sikap konsumen dalam pembelian keripik cabe IKA di Kota Dumai bernilai positif yaitu sebesar 12,07, artinya secara keseluruhan konsumen memiliki sikap baik dan konsumen merasa puas terhadap semua atribut produk keripik cabe IKA yang diberikan yaitu rasa, tekstur, harga, kemasan, kualitas produk, kejelasan kedaluwarsa, dan kemudahan memperoleh. Sikap baik tersebut dikarenakan atribut yyanga da pada keripik cabe IKA sesuai dengan harapan konsumen. Perilaku konsumen dalam pembelian keripik cabe IKA di Kota Dumai bernilai positif yaitu sebesar 500,151, artinya perilaku konsumen terhadap keripik cabe IKA adalah baik. Nilai perilaku konsumen terhadap keripik cabe IKA yang tinggi akan menunjukkan bahwa produk keripik tersebut diterima sangat baik oleh konsumen.

Disarankan kepada produsen keripik cabe IKA harus mempertahankan dan meningkatkan atribut rasa, tekstur, harga, kemasan, kualitas produk, kejelasan kedaluwarsa, dan kemudahan dalam memperoleh yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli karena nantinya akan berdampak baik terhadap peningkatan penjualan produk keripik cabe Ika kedepannya. Keripik cabe IKA sebaiknya menambah variasi rasa baru pada produk keripik cabenya seperti yang biasanya menggunakan cabe merah dalam proses pembuatan dapat dicoba dengan menggunakan cabe hijau.

Penelitian Oktari (2022) mengungkapkan bahwa untuk mencegah terjadinya krisis pangan melanda negeri saat pandemi, berbagai langkah telah disiapkan oleh pemerintah untuk menjaga ketersediaan stok pangan, salah satunya pemerintah mengembangkan varian pangan lokal sebagai upaya diversifikasi pangan. Dari banyaknya pangan lokal, salah satu pangan lokal Indonesia yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai alternatif makanan pokok pengganti beras adalah sagu.

Sagu dinilai dapat membantu menopang persoalan pangan dan energi Indonesia. Keberlimpahan sagu bisa dimanfaatkan sebagai potensi kekuatan pangan bagi negara Indonesia, karena luas lahan sagu Indonesia mencapai 5,5 juta hektar dari total 6,5 juta hektar luas lahan sagu di dunia. Dari total luas tersebut, 5 juta hektar berlokasi di Papua. Pohon sagu dapat tumbuh hingga mencapai 30 meter. Dari satu pohon sagu dapat menghasilkan 150-300 kg bahan baku tepung sagu.

Kandungan nutrisi terbanyak didalam sagu adalah karbohidrat murni. Karbohidrat ini termasuk dalam kategori makronutrien yang dibutuhkan tubuh dalam jumlah banyak untuk bahan energi dan fungsi otak. Sagu mengandung nutrisi seperti 355 kalori, 85,6 karbohidrat, 5% serat, 0,5 gram protein/100 gram sagu, hingga rendah kadar gula dan lemak. Manfaatnya bisa sebagai sumber energi, mencegah diabetes, memperlancar sistem pencernaan, meningkatkan kesehatan tulang dan sendi, menjaga suhu tubuh, hingga dimanfaatkan untuk kesehatan kecantikan.

Janes Berthy Alfons., (2011) dalam penelitiannya tentang Sagu Mendukung Ketahanan Pangan dalam Menghadapi Dampak Perubahan Iklim mengungkapkan bahwa sagu merupakan sumber pangan yang potensinya cukup besar di Indonesia, khususnya di Maluku. Nilai kalori dan gizi sagu tidak kalah dengan sumber pangan lainnya, seperti beras, jagung, ubi kayu, dan kentang. Disamping itu sagu memiliki serat pangandengan indeks glikemik rendah, mengandung pati resisten (resistant starch), polisakarida bukan pati (nonstarch polysacharides), dan karbohidrat rantai pendek (short chain carbohydrates), sehingga sangat potensial sebagai pangan fungsional. Memposisikan sagu sebagai komponen dalam membangun ketahanan pangan nasional yang tangguh adalah merupakan langkah strategis yang berimplikasi jauh ke depan. Kajian kebijakan yang menyeluruh perlu dilakukan dan berbagai inovasi teknologi dari hulu sampai hilir yang dapat diaplikasikan perlu dikembangkan, guna mendukung pengembangan agribisnis sagu yang berdaya saing, berkerakyatan, berkelanjutan dan terdesentralisasi. Beberapa hal penting yang perlu mendapat perhatian dalam rangka pemanfaatan

potensi sagu sebagai komponen ketahanan pangan adalah sebagai berikut: 1) diversifikasi produk olahan sagu hendaknya beragam, bergizi, dan berimbang, 2) pertahankan dan perbaiki pola konsumsi pangan berbasis sagu, 3) mutu dan keamanan pangan agar terjamin, 4) pemanfaatan teknologi tepat guna, dan 5) usaha peningkatan nilai tambah melalui perbaikan dan peningkatan produk olahan berbasis sagu yang berdaya saing tinggi.

Berdasarkan penelitian Kaddas (2012) dengan judul Agribisnis Sagu Ubi Kayu di Kelurahan Jai, Kecamatan Tidore Utara, Kota Tidore Kepulauan. Dari penelitian ini diperoleh informasi bahwa pada tiap responden jumlah produksi yang diperoleh bervariasi. Minimal produksi pada kisaran 300 lempeng sagu sampai 1200 lempeng sagu. Adapun tahapan proses produksi dimulai dengan penyiapan bahan baku sampai pada proses pembakaran dan pengepakan.

Biaya produksi yang dikeluarkan terdiri dari biaya variabel rata-rata Rp. 148.148,15 sedangkan biaya tetap rata-rata tiap responden adalah Rp. 329.892,78. Biaya tiap responden berbeda-beda sesuai dengan tingkat kebutuhan dalam mengolah sagu ubi kayu. Total pendapatan usaha selama satu kali proses produksi yaitu sebesar Rp. 333,070.19, menunjukkan bahwa pendapatan yang di peroleh tiap responden dari hasil pengolahan sagu ubi kayu masih tergolong rendah disebabkan karena harga beli sagu ubi kayu oleh pedagang sangat murah, serta dipengaruhi juga oleh ketersediaan bahan baku yang belum optimal. Hasil perhitungan R/C Ratio rata-rata sebesar 1,72. dan π/C Ratio sebesar 61.76 menunjukkan bahwa usaha sagu ubi kayu layak dan dapat dikembangkan, Kaddas (2012).

Sedangkan menurut hasil penelitian Timisela (2014) dengan judul Analisis Usaha Sagu Rumah tangga dan Pemasarannya. Hasil penelitian tersebut menunjukan bahwa sagu merupakan salah satu potensi usaha yang memiliki prospek untuk dikembangkan baik skala usaha kecil dan menengah UKM maupun berskala industri besar. Namun kendala dan hambatan yang ada pada setiap industri pengolah sagu masih tetap dilakukan secara tradisional. Maka perlu adanya pemerintah dalam mendukung pengembangan industri pengolah sagu sehingga model dan cara serta peralatan yang sifatnya tradisional dapat dirubah menjadi lebih modern sehingga produk sagu mempunyai kualitas yang lebih baik dan dengan jumlah produksi lebih besar. Masalah lain sagu ialah konsumsi sagu sebagai bahan makanan pokok hanya terbatas di beberapa daerah saja, bahkan berdasarkan informasi yang diperoleh setahun terakhir sebelum riset ini dilakukan daerah-daerah yang tadinya mengkonsumsi sagu beralih untuk konsumsi beras akibatnya intervensi beras dilakukan secara besar-besaran.

Sagu sebagai pangan pokok kurang menggembirakan dan bila sagu telah dijasikan pangan olahan maka hanya dijadikan pangan selingan. Oleh karena itu perlu ada cara untuk mengatasinya sehingga sagu dapat dimanfaatkan sebagai pangan non beras yang digunakan sebagai substitusi beras. Perlu adanya pengembangan produk-produk olahan sagu yang lebih berkualitas sehingga sagu sebagai produk pangan nasional dapat bersaing di pasaran dengan produk-produk lainnya.

2.2. Sagu

Sagu sebagai makanan pokok masyarakat di daerah Maluku Utara, makanan ini sangat digemari oleh penduduk setempat. Bahkan sagu sering juga dikonsumsi penduduk daerah lain yang berkunjung ke daerah pun sudah sering mencicipi sagu sebagai makanan khas daerah. Bahan pokok dalam pembuatan sagu adalah ubi kayu yang diproses dalam bentuk serbuk kering dan dimasukan dalam cetakan untuk dibakar hingga matang. Sagu biasanya dikonsumsi dengan cara dikonsumsi bersama-sama sayur dan ikan atau dicelupkan dengan teh gula atau kopi.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, Kaddas (2015) sagu dalam satu kali produksi mencapai 1000-1200 lempeng sagu/hari. Sedangkan dari segi pengembangan usaha sagu lempeng layak untuk dikembangkan.

2.3. Ubi Kayu

Ubi kayu mempunyai banyak nama daerah, diantaranya adalah ketela pohon, singkong, ubi jenderal, ubi inggris, telo pulung, kasape, bodin, telo jenderal (Jawa), sempeu, huwi dengdeur, huwi jenderal (Sunda), kasbek (Ambon), dan ubi prancis (Padang).

Pemanfaatan ubi kayu sangatlah beragam mulai dari cara mengkonsumsi secara sederhana seperti menanak, membakar, menggoreng umbi, hingga pemanfaatan umbi-umbi kayu menjadi produk tape, tape atau pate. Sesungguhnya ubi kayu dapat diproses menjadi bentuk olahan pangan yang lebih tahan lama yaitu diproses menjadi produk setengah jadi yang disebut serbuk ubi kayu. Serbuk ubi kayu merupakan hasil parutan ubi kayu yang patinya telah dikurangi,

kemudian dikeringkan dan diayak. Sebagai bahan dasar pembuatan produk maka ubi kayu mengandung karbohidrat.

2.4. Daging Ikan

Sebagai salah satu bahan pangan yang memiliki kandungan protein tinggi, daging ikan sangat dibutuhkan oleh tubuh manusia karena selain mudah dicerna, juga mengandung asam amino dengan pola yang hampir sama dengan gugus amino yang ada dalam tubuh manusia. Berdasarkan hasil penelitian, daging ikan memiliki komposisi kimia, yaitu dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1. Komposisi Kimia Daging Ikan

Komposisi	Jumlah Kandungan (%)
Air	60 – 84
Protein	18 – 30
Lemak	0,1 – 0,2
Karbohidrat	0,0 – 1,0
Vitamin dan Mineral	Sisanya

Sumber : Suhartini dan Hidayat (2005)

Protein ikan memiliki nilai gizi yang tinggi dan mudah digunakan sebagai pengganti daging ternak, Winarno (1997). Berdasarkan kelarutannya, protein ikan dapat dibagi menjadi tiga golongan. (Tabel 2). Otot kerangka ikan terdiri dari serat produk yang tersusun diantara lembaran-lembaran jaringan ikat. Protein terlarut mencakup sebagian besar enzim otot dan mencakup sekitar 22% persen dari protein total. Lebih lanjut dikatakan bahwa jaringan otot ikan jumlahnya lebih rendah daripada jaringan otot mamalia, dan sifat jaringan ini

berbeda yang mengakibatkan struktur daging ikan lebih empuk jika dibandingkan dengan daging hewan mamalia. Protein terdiri dari aktin, myosin dan aktomyosin yang memcangkup sekitar 75% dari protein total. Aktomyosin ikan sangat labil dan mudah berubah selama pengolahan dan penyimpanan.

Tabel 2. Pengolongan Protein Daging Ikan Berdasarkan Kelarutannya

Nama Golongan	Kekuatan Ion pada Saat Pelarutan	Lokasi
❖ Myogen, mudah larut	❖ 0 – 0,3	❖ Terutama Sarkoplasma cairan sel otot
❖ Struktur Kurang Larut	❖ Lebih besar dari 0,3	❖ Terutama Myofibril unsur kontraktil
❖ Stroma	❖ Tidak larut	❖ Terutama jaringan ikat dinding sel dan seterusnya

Ikan dapat digolongkan menjadi tiga golongan berdasarkan kandungan lemaknya yaitu ikan berlemak rendah (kurang dari 2%), ikan berlemak medium (2–5%) dan ikan yang berlemak tinggi (6–20%). Ikan yang mengandung lemak lebih dari 5% biasanya dagingnya lebih banyak mengandung pigmen (zat warna) kuning, merah muda atau abu-abu, sedangkan ikan dengan kadar lemak rendah dagingnya berwarna putih Winarno, (1997).

2.5. Penetapan Keputusan Konsumen

Keputusan konsumen merujuk pada proses dimana setiap orang memilih antara setiap opsi produk yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Menurut Engel *et al.* (1994) keputusan ini dipengaruhi oleh jmlah faktor yaitu :

1. Faktor Pribadi

- ✓ Kebutuhan dan keinginan yakni konsumen membuat keputusan berdasarkan kebutuhan dasar (misalnya, makanan dan pakaian) serta keinginan yang lebih spesifik (misalnya gadget terbaru)
- ✓ Nilai dan sikap pribadi yaitu nilai-nilai, keyakinan dan sikap pribadi mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk atau merek tertentu.
- ✓ Gaya hidup ialah gaya hidup dan kepribadian konsumen dapat mempengaruhi pilihan produk, seperti gaya perbaikan, hobi, dan waktu luang.

2. Faktor Psikologis

- ✓ Persepsi yaitu bagaimana konsumen memandang produk atau merek yang dapat dipengaruhi oleh kualitas, citra merek, dan iklan.
- ✓ Motivasi ialah motifasi internal, seperti kebutuhan akan prestise atau pencapaian, dapat mempengaruhi keputusan konsumen.
- ✓ Pembelajaran dan pengalaman yaitu pengalaman sebelumnya dengan produk atau merek dapat memengaruhi keputusan konsumen dan apakah mereka akan membeli lagi masa depan.

3. Faktor Sosial

- ✓ Pengaruh keluarga ialah keluarga dan teman-teman dapat memberikan pandangan, saran, atau dorongan terhadap produk atau merek tertentu.

- ✓ Kelas sosial budaya yaitu faktor budaya dan latar belakang sosial memengaruhi preferensi dan keputusan konsumen.

4. Faktor Ekonomi

- ✓ Harga yaitu harga produk atau layanan berperan penting dalam keputusan konsumen akan membandingkan harga dengan manfaat yang diharapkan.
- ✓ Pendapatan ialah tingkat pendapatan konsumen memengaruhi apa yang bisa mereka beli dan seberapa sering.
- ✓ Promosi atau diskon yaitu promosi, diskon, dan penawaran khusus dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.

5. Faktor Lingkungan

- ✓ Lokasi ialah ketersediaan produk dan kemudahan akses ke tempat pembelian memengaruhi keputusan konsumen.

1.6. Sikap Konsumen

Sikap diartikan sebagai evaluasi dari seseorang. Menurut Engel *et.al.*, (1994), sikap merupakan suatu evaluasi menyeluruh yang memungkinkan orang merespon dengan cara menguntungkan atau tidak menguntungkan secara konsisten berkenaan dengan objek atau alternatif yang diberikan. Menurut Aditya (2020), sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek baik disukai ataupun tidak, dan menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut serta manfaat dari objek tersebut.

Model sikap multiatribut Fishbein merupakan salah satu model sikap yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana konsumen merangkai

kepercayaan (*belief*) mereka terhadap atribut suatu produk, sehingga membentuk sikap (*attitude*) tentang berbagai objek. Bila konsumen memiliki sikap yang mendukung terhadap suatu merek, maka merek tersebut yang akan dipilih dan dibeli. Model ini mempunyai asumsi bahwa konsumen menggunakan pendekatan standar hierarki efek dimana kepercayaan dapat membentuk suatu sikap (Aditya, 2020).

Menurut Teori sikap dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Ajzen dalam (Harsita 2019). Model tersebut membicarakan mengenai sikap seseorang terhadap suatu obyek seperti produk, dimana produk tersebut mempunyai banyak atribut yang dimiliki. Model ini disebut juga sebagai model sikap multiatribut. Biasanya seorang konsumen di dalam membeli suatu produk atau jasa, pertamamata konsumen akan mencari informasi mengenai produk atau jasa tersebut dan kemudian akan membentuk keyakinan dalam dirinya berdasarkan atribut-atribut tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti berusaha untuk mengkaji sikap konsumen terhadap produk sagu ikan. Sikap tersebut diperoleh dari kepercayaan konsumen dan hasil evaluasi konsumen terhadap produk sagu ikan tersebut.

1.7. Model Analisis *Fishbein*

Pengukuran sikap yang paling populer digunakan oleh peneliti konsumen ialah model multiatribut sikap dari *Fishbein*. Model ini disebut multiatribut karena evaluasi konsumen terhadap objek berdasarkan pada banyak atribut yang dimiliki oleh objek tersebut. Manfaat lain dari analisis multiatribut dampak pada implikasi pengembangan produk baru. Analisis multiatribut juga memberikan gambaran

pemasaran sebagai suatu pedoman untuk mengembangkan strategi perubahan sikap yang sesuai. Model Fishbein memperlihatkan bahwa sikap terhadap suatu objek bergantung pada probabilitas bahwa suatu objek mempunyai atribut-atribut tertentu. Menurut Schiffman dan Kanuk (1994), terdapat 4 model multi-atribut *Fishbein* yaitu:

1. *The Attitude-Toward-Object Model.*

Model Fishbein ini menjelaskan pembentukan sikap sebagai sebuah fungsi dari keyakinan konsumen terhadap atribut dan manfaat produk. Dijelaskan bahwa sikap (*attitude*) (A) terhadap sebuah objek tergantung pada keyakinan (*beliefs*) bahwa objek tersebut mempunyai atribut tertentu dan evaluasi dari atribut produk berdasarkan jumlah. Hal tersebut memungkinkan pemasar untuk menentukan kekuatan dan kelemahan terhadap kompetitor serta bagaimana konsumen mengevaluasi berdasarkan atribut produk.

2. *The Attitude-Toward-Behavior Model*

Model ini menggambarkan sikap individu terhadap perilaku atau tindakan pada suatu objek, serta tidak sebatas sikap terhadap objek itu sendiri. Kelebihannya yaitu bahwa model ini lebih dilihat hubungannya dengan perilaku aktualnya.

3. *The Theory of Reasoned-Action*

Model ini membahas hubungan antara sikap, norma subjektif, minat berperilaku dan perilaku. Sikap dan norma subjektif akan mempengaruhi minat konsumen untuk membeli dan kemudian minat membeli ini yang

akan mempengaruhi perilaku membeli diwaktu mendatang, karena perilaku dapat dipengaruhi oleh minat berperilaku.

4. *The Theory of Planned Behavior*

Theory of Planned Behavior tidak hanya menekankan pada rasionalitas perilaku seseorang, tetapi juga tindakan yang ditargetkan harus berada dalam kontrol kesadaran orang tersebut. Namun dalam kenyatannya beberapa perilaku tidak dapat terkontrol dengan baik.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Subjek, Objek, Tempat dan Waktu Penelitian

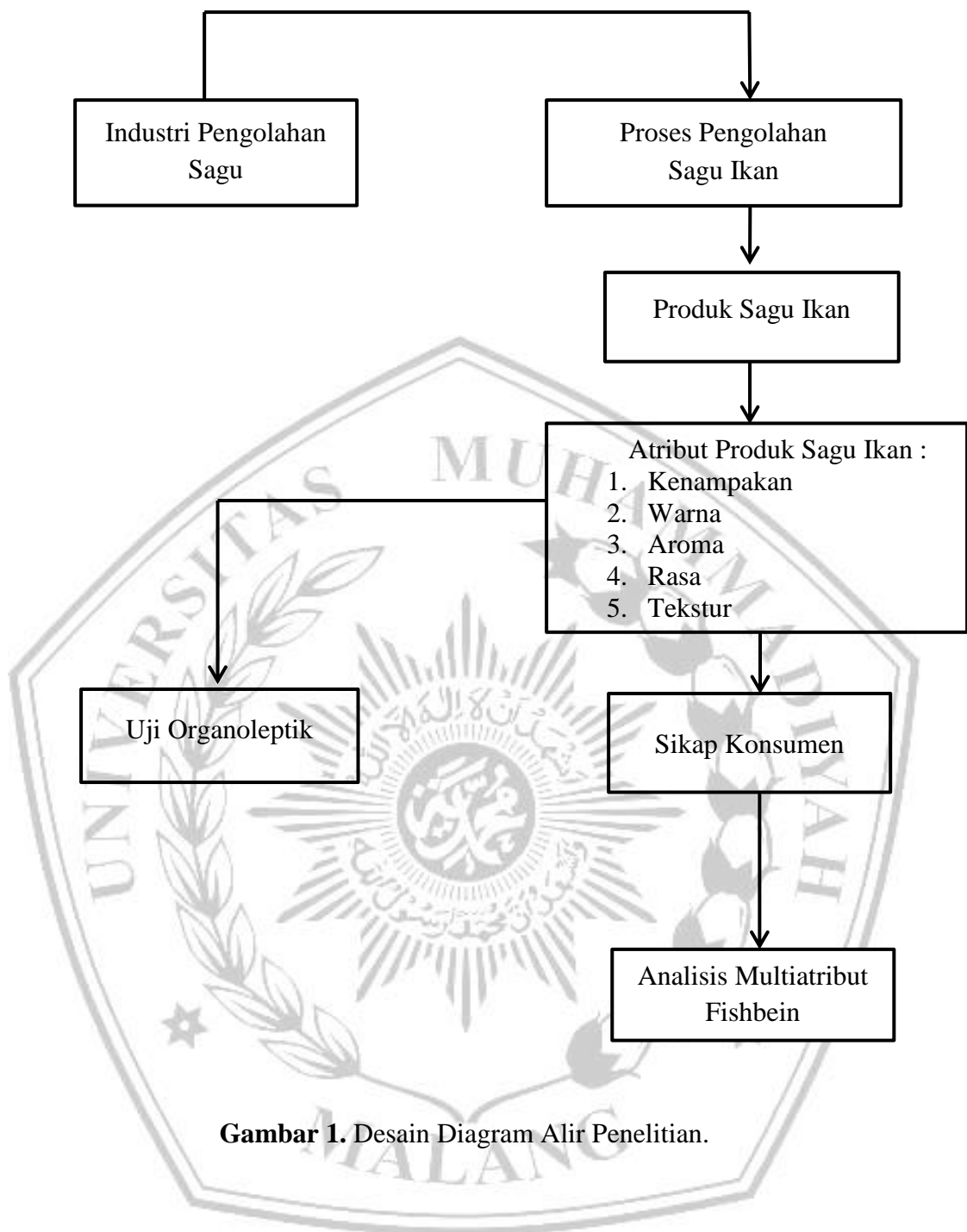
Subjek penelitian adalah informasi sikap konsumen dengan melibatkan 50 responden dari berbagai kalangan dengan kriteria tertentu yang dihimpun melalui kuesioner. Sedangkan objek penelitian yaitu sumber termat ekperimen pembuatan produk sagu ikan pada UKM pengolah sagu ikan. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Ternate Provinsi Maluku Utara pada bulan Januari sampai Juli tahun 2023.

3.2. Desain Penelitian

Desain penelitian ini merupakan kombinasi dari penelitian eksperimental dan survei lapangan. Penelitian eksperimental yang dimaksudkan ialah membuat produk sagu ikan sebagai percobaan dan dilakukan dalam tiga kali ulangan untuk menghasilkan produk sagu ikan yang terbaik berdasarkan penilaian panelis. Sedangkan untuk survei, melihat sejauh sikap konsumen pada produk sagu ikan dengan pendekatan atribut produk antara lain kenampakan, warna, aroma, rasa dan tekstur. Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini yaitu pendekatan yang bersifat kuantatif deskriptif. Adapun desain bagan alir penelitian dapat dilihat sebagaimana pada Gambar 1 dibawah ini :

3.2.1. Kerangka Penelitian

Adapun kerangka penelitian sebagaimana terlihat pada diagram alir penelitian, tepatnya pada Gambar 1 dibawah ini.:



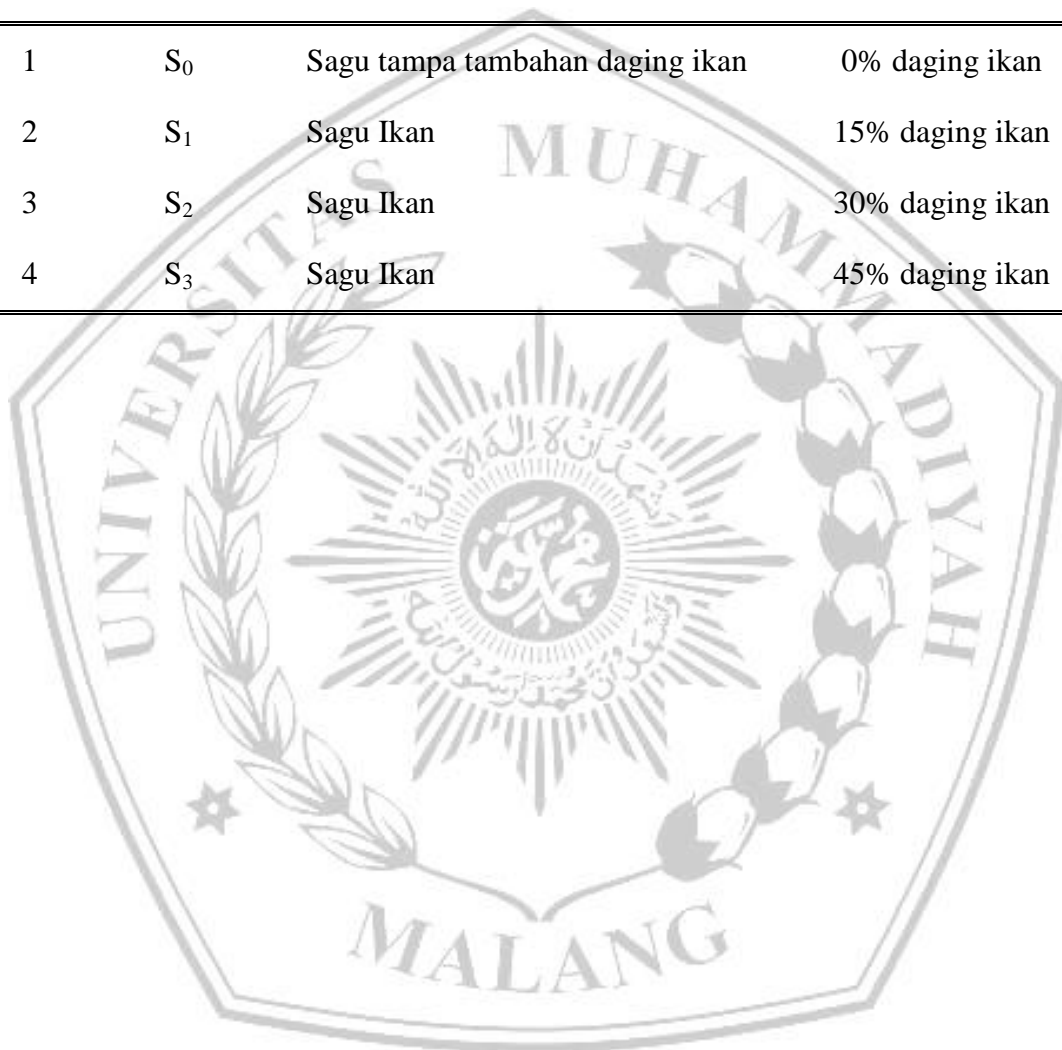
Gambar 1. Desain Diagram Alir Penelitian.

3.2.2. *Prosedur Perlakuan Dalam Penelitian*

Adapun prosedur dalam penelitian terdiri atas empat perlakuan dalam produk sagu ikan sebagaimana terlihat pada Tabel 3 dibawah ini.

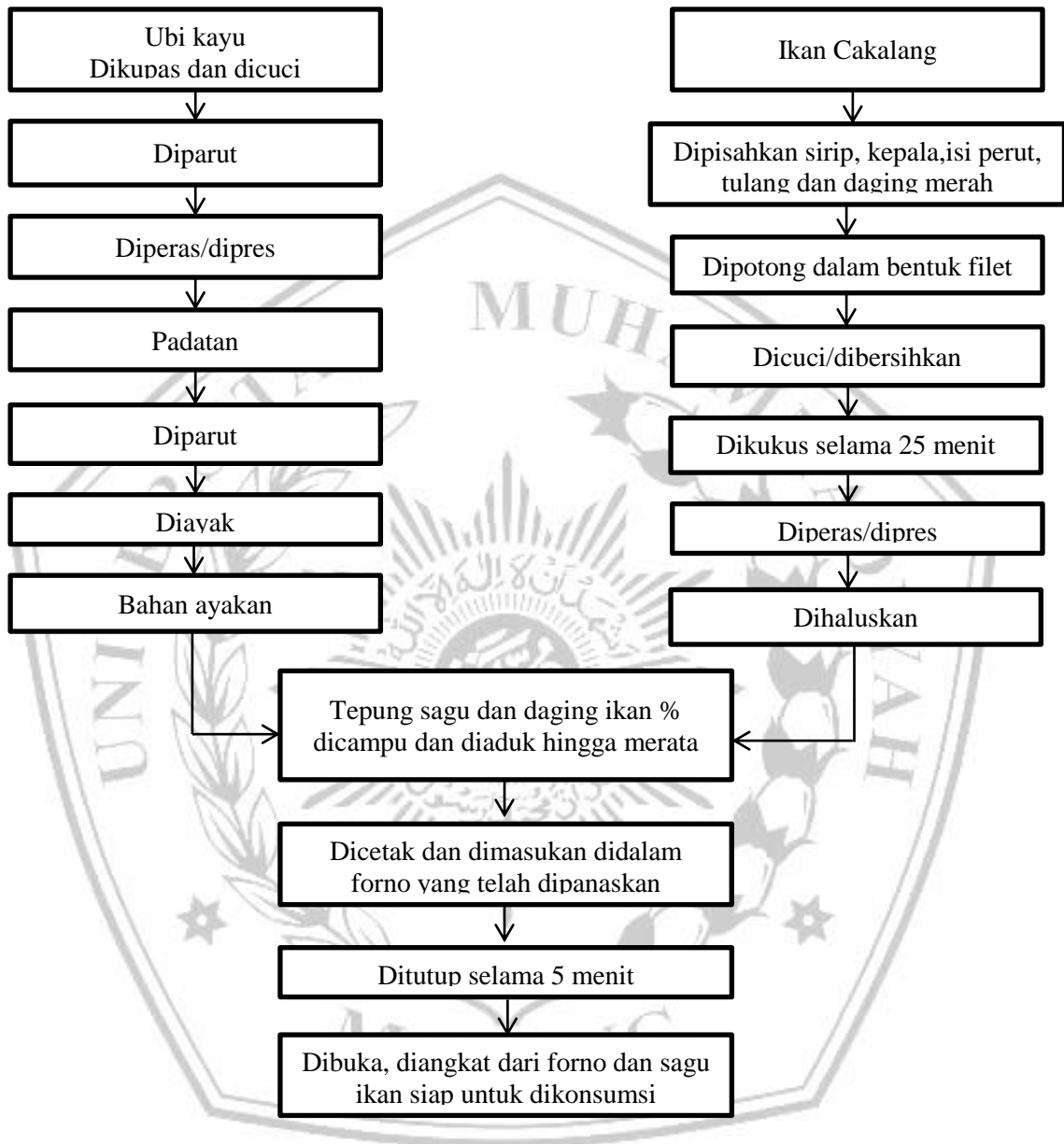
Tabel 3. Prosedur Perlakuan Produk Sagu ikan

No	Kode Produk	Perlakuan	Presentase
1	S ₀	Sagu tanpa tambahan daging ikan	0% daging ikan
2	S ₁	Sagu Ikan	15% daging ikan
3	S ₂	Sagu Ikan	30% daging ikan
4	S ₃	Sagu Ikan	45% daging ikan



3.2.3. Diagram Alur Pembuatan Sagu Ikan

Cara pembuatan sagu ikan dapat dilihat pada bagan diagram alir berikut :



Gambar 2. Bagan Alur Pembuatan Sagu Ikan

3.3. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis data, yaitu ;

1. Data Primer

Data primer yaitu berupa data yang diperoleh langsung dengan cara melakukan wawancara secara mendalam untuk mengetahui sikap, persepsi dan preferensi konsumen terhadap produk dengan atribut kenampakan, warna, aroma, rasa dan tekstur yang dipandu melalui kuisisioner yang telah disediakan. Data diperoleh dari konsumen sagu ikan.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh berupa keterangan dari pihak lain, baik yang diperoleh melalui kajian literatur yang berasal dari kepustakaan antara lain, berupa buku, data BPS, Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Desperindag), maupun data dari sumber lain yang relevan dengan penelitian ini.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian terdiri dari tiga tahap yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden. Media yang digunakan dalam pengambilan data primer ini yaitu kuesioner dan pedoman wawancara.

2. Observasi

Teknik ini digunakan untuk melengkapi data awal dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dilapangan (lokasi penelitian).

3. Pencatatan

Teknik pengumpulan data dengan cara pencatatan yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari segala sumber yang berkaitan dengan penelitian, baik berupa kajian literatur, wawancara, maupun hasil pengamatan dilapangan.

3.5. Metode Penarikan Sampel

Penentuan penarikan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* (teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu). Responden dipilih secara sengaja dengan mempertimbangkan pengalaman mengkonsumsi produk sagu ikan. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 50 responden.

Tabel 4. Sampel Konsumen Produk Sagu Ikan

No	Golongan	Jenis Kelamin	Jumlah Responden
1	Anak - Anak	Pria	10
		Wanita	
2	Remaja	Pria	15
		Wanita	
3	Dewasa dan Dewasa	Pria	15
		Wanita	
4	Orang Tua	Pria	10
		Wanita	
Total			50

3.6. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode pengolahan dan analisis data kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dilakukan secara deskriptif. Analisis kualitatif dilakukan dengan menggunakan analisis *Fishbein* yang digunakan sebagai alat untuk menganalisis sikap konsumen terhadap produk sagu ikan. Sedangkan untuk pengolahan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu software *Microsoft Office Ekcel 2010* untuk tabulasi data dan perhitungan *analisis fishbein*.

3.6.1. Uji Organoleptik

Uji organoleptik adalah suatu metode penilaian kualitas produk berdasarkan pengamatan indra manusia seperti pengelihatian, penciuman, pengecapian, dan perabaan. Metode ini umumnya digunakan untuk menguji kualitas makan, minuman, dan kosmetik. Uji organoleptik pada makanan adalah uji rasa, aroma, tekstur, dan penampilan visual. Pada uji rasa para panelis akan mencicipi makanan dan memberikan nilai pada skala tertentu untuk rasa manis, asin, asam, pahit, dan umami. Sedangkan pada uji aroma para panelis akan mencium aroma makanan dan memberikan nilai pada skala tertentu untuk intensitas, kesegaran, dan kompleksitas aroma.

Uji organoleptik menjadi bidang ilmu setelah prosedur penilaian dibakukan, dirasionalkan, dihubungkan dengan penilaian secara obyektif, sehingga analisa data mejadi lebih sistematis. Uji organoleptik sangat banyak digunakan untuk menilai mutu dalam industri pangan dan industri hasil pertanian lainnya.

Analisis organoleptik merupakan teknik yang digunakan untuk mengetahui mutu serta kualitas produk sesuai standar konsumen. Metode ini digunakan diberbagai bidang seperti makanan, minuman, kosmetik, farmasi, dan industri lainnya.

3.6.2. Analisis Multiatribut Fishbein

Penelitian ini untuk mengetahui atribut produk sagu ikan yang paling dipertimbangkan oleh konsumen, maka digunakan *Analisis Multiatribut Fishbein* dengan rumus sebagai berikut :

$$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan :

A_0 = Sikap konsumen terhadap produk sagu ikan

b_i = Tingkat kepercayaan konsumen bahwa produk sagu ikan memiliki atribut seperti (kenampakan, warna, aroma, rasa dan tekstur)

n = Jumlah atribut yang dimiliki produk sagu ikan.

Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

1. Untuk menentukan kepercayaan terhadap atribut produk sagu ikan (b_i) dengan cara menentukan standar penilaian (*scoring*) dengan menggunakan skala liker, sebagaimana dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5. Skala Parameter Penilaian Sagu Ikan

Skala	Indikator Kepercayaan
9	Sangat Baik
8	Baik
7	Netral
6	Tidak Baik
5	Sangat Tidak Baik

Kemudian untuk mencari nilai kepercayaan terhadap produk sagu ikan (bi) dilakukan dengan membagi banyaknya jawaban responden dengan jumlah responden, sebagaimana dapat dilihat dalam rumusan sebagai berikut :

$$bi = \frac{5a + 4b + 3c + 2d + e}{a + b + c + d + e}$$

Keterangan :

- Bi = Nilai kepercayaan terhadap produk sagu ikan
- a = Jumlah responden yang memilih sangat baik
- b = Jumlah responden yang memilih baik
- c = Jumlah responden yang memilih netral
- d = Jumlah responden yang memilih tidak baik
- e = Jumlah responden yang memilih sangat tidak baik

2. Menentukan evaluasi mengenai atribut (ei) dengan menentukan standar (*scoring*) dengan menggunakan skala likert seperti pada langkah sebelumnya diatas, kemudian skor masing-masing atribut dilakukan

dengan frekuensi jawaban responden untuk mengetahui nilai evaluasi konsumen terhadap atribut produk sagu ikan.

3. Menentukan sikap terhadap proyek (A0) dengan rumusan :

$$A0 = bi \cdot ei$$

Dimana :

A0 = Sikap konsumen terhadap produk sagu ikan

Bi = Tingkat kepercayaan konsumen bahwa produk sagu ikan yang dikonsumsi memiliki variabel kenampakan, aroma, warna, rasa dan tekstur.

Ei = Dimensi evaluatif (evaluasi) konsumen terhadap variabel (kenampakan, aroma, warna, rasa dan tekstur) yang dimiliki produk sagu ikan.

Adapun atribut produk sagu ikan yang diamati dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 6. Skala Atribut Produk Sagu Ikan

No	Atribut	Keterangan
1	Kenampakan	<ul style="list-style-type: none"> - Menarik, bersih, utuh, rapi, permukaan rata. - Sangat tidak menarik, kotor, tidak utuh, kurang rapih, permukaan tidak rata.
2	Warna	<ul style="list-style-type: none"> - Putih sedikit kecoklatan ke kuning-kuningan yang merata. - Coklat kehitaman.
3	Aroma	<ul style="list-style-type: none"> - Harum, spesifik bau ikan dan bau sagu kuat, tanpa bau tambahan. - Bau gosong kuat.
4	Rasa	<ul style="list-style-type: none"> - Enak, gurih, rasa ikan kuat. - Tidak enak, tidak gurih, rasa ikan hilang, sedikit pahit kuat.

5	Tekstur	<ul style="list-style-type: none"> - Halus, padat dan sangat kompak. - Sangat kasar, kurang padat dan sangat tidak kompak.
---	---------	--

Dalam menentukan atribut mana yang dominasi dan dipertimbangan oleh konsumen yaitu untuk mengurutkan indeks sikap konsumen dari nilai yang tertinggi hingga terendah. Nilai indeks sikap konsumen (A0) yang tertinggi terhadap suatu atribut produk sagu ikan, hal tersebut menunjukkan bahwa atribut tersebut merupakan atribut yang dominan dipertimbangkan oleh konsumen.

Tabel 7. Kriteria Penilaian Sagu Ikan

Nilai Atribut Sikap	Interval Skor
Tidak Baik	5 - 49
kurang Baik	50 - 99
Netral	100 - 149
Baik	150 - 199
Sangat Baik	200 - 250

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Konsumen

4.1.1. Karakteristik Responden Produk Sagu Ikan

Karakteristik identitas responden adalah profil terhadap obyek penelitian yang dapat memberikan hasil penelitian mengenai sikap konsumen terhadap atribut produk sagu ikan. Dimana untuk mengetahui hal tersebut, maka responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengkonsumsi produk sagu ikan yakni ditetapkan sebanyak 50 responden. Untuk penentuan sampel ini, responden dikelompokkan menurut deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan pekerjaan, dan pendapatan sebagai berikut.

Adapun karakteristik responden produk sagu ikan meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir dan pekerjaan, sebagaimana tersaji pada Tabel dibawah ini.

1. Jenis Kelamin

Berdasarkan data pada Tabel 8 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin responden produk sagu ikan terlihat jelas didominasi oleh konsumen perempuan dengan jumlah 27 responden atau 54 %.

Tabel 8. Karakteristik Konsumen Saguikan Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki - Laki	23	46%
2	Perempuan	27	54%
Total		50	100%

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2023.

2. Usia

Karakteristik responden produk sagu ikan berdasarkan usia berdasarkan hasil penelitian didominasi oleh konsumen dengan usia rata-rata 30 – 39 tahun dengan jumlah 15 orang atau 30 %.

Tabel 9. Karakteristik Konsumen Saguikan Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah	Presentase
1	8 - 19	15	30%
2	20 - 29	10	20%
3	30 - 39	10	20%
4	40 - 49	10	20%
5	> 50	5	10%
Total		50	100%

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2023.

3. Pendidikan

Tabel 10. Karakteristik Konsumen Saguikan Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Presentase
1	SD / MI	7	14%

2	SMP / SLTP	13	26%
3	SMA / SMU	21	42%
4	SARJANA	9	18%
Total		50	100%

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2023.

Sebagaimana data yang tersaji pada Tabel 10 diatas terlihat dengan jelas karakteristik responden produk sagu ikan berdasarkan tingkat pendidikan terakhir responden yang mengkonsumsi produk sagu ikan didominasi pada tingkatan SMA/SMU dengan jumlah 21 orang atau 42%.

4. Pekerjaan

Berdasarkan data pada Tabel 11 menunjukan bahwa karakteristik responden produk sagu ikan berdasarkan pekerjaan konsumen dapat dilihat bahwa rata-rata jumlah konsumen sagu ikan didominasi oleh buruh Tani/Nelayan sebanyak 15 orang konsumen atau 30% dan disusul oleh mahasiswa sebanyak 12 orang atau 24%.

Tabel 11. Karakteristik Konsumen Saguikan Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Pelajar	3	6%
2	Mahasiswa	12	24%
3	PNS/ASN	11	22%
4	TNI/POLRI	1	2%
5	Pegawai Swasta	3	6%
6	Buruh Tani/Nelayan	15	30%
7	Ibu Rumah Tangga	5	10%
8	Lainnya	-	-
Total		50	100%

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2023.

4.1.2. Frekuensi dan Jumlah Pembelian Sagu Ikan

Berdasarkan data pada Tabel 12 dibawah ini dapat diketahui frekuensi melakukan pembelian serta konsumsi konsumen produk sagu ikan dengan perolehan nilai tertinggi terdapat pada 33 konsumen dengan frekuensi pembelian 3 – 4 kali /bulan atau dengan presentase 66%. Sementara jumlah pembelian produk sagu ikan yaitu dengan jumlah 28 atau 56% dengan jumlah pembelian kurang lebih 1- 5 kg/bulan. Sebagaimana jelasnya dilihat pada Tabel 12 dibawah ini.

Tabel 12. Frekuensi dan Jumlah Pembelian Produk Sagu ikan

<i>Sikap Konsumen</i>	<i>Jumlah</i>	<i>Peresentase</i>
Frekuensi Pembelian		
1 - 2 kali/ bulan	4	8%
3 - 4 kali/bulan	33	66%
Lebih dari 5 kali/ bulan	13	26%
Total	50	100%
<i>Jumlah Pembelian</i>		
5 - 10 kg/bulan	14	28%
1 - 4 kg/bulan	28	56%
Kurang dari 1 kg/bulan	8	16%
Total	50	100%

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2023.

4.2. Deskripsi Sagu Ikan

Berdasarkan penilaian panelis terhadap produk sagu ikan pada pengujian organoleptik dengan karakteristik atribut meliputi kenampakan, warna, aroma,

rasa, dan tekstur yang terdapat pada produk sebagaimana dilihat dan dijelaskan sebagai berikut.

4.2.1. Kenampakan

Kenampakan merupakan karakteristik pertama yang dapat dinilai karena dapat dengan mudah dilakukan berdasarkan hasil penilaian visual dan terkadang menjadi faktor penentu kesukaan. Keberadaan daging ikan dalam suatu produk (misalnya sugu ikan) berpengaruh terhadap kenampakan, karena mengandung kadar protein (gugus amina primer) sekaligus dengan gula reduksi yang berasal dari karbohidrat pada suhu tinggi akan menghasilkan bahan berwarna coklat yang disebut sebagai reaksi Maillard atau pencoklatan non enzim (Winarno, 2004).

Tabel 13. Nilai Kenampakan Produk Saguikan Tiap Perlakuan.

KS	Ulangan			Jumlah	Rata-Rata
	I	II	III		
S0	7,22	7,08	7,1	21,4	7,13
S1	6,54	6,48	6,34	19,36	6,45
S2	5,94	5,36	5,42	16,72	5,57
S3	5,78	5,2	5,34	16,32	5,44
JUMLAH	25,48	24,12	24,2	73,8	6,15

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2023.

Berdasarkan nilai rata-rata kenampakan dari empat perlakuan S₀, S₁, S₂ dan S₃ dari data diatas menunjukan bahwa nilai penerimaan terhadap kondisi kenampakan produk sugu ikan oleh panelis pada perlakuan S₀, S₁, dan S₂ (7,13, 6,45, dan 5,57) dinyatakan diterima oleh panelis dengan spesifikasi kenampakan suguikan menarik, bersih, utuh, kurang rapih dan permukaan tidak rata.

Sementara untuk perlakuan S₃ dengan nilai rata-rata yang diperoleh (5,44) dengan spesifikasi kenampakan saguikan kurang menarik, kurang bersih, utuh, kurang rapi dan permukaan tidak rata, maka oleh panelis dinyatakan ditolak. Hal tersebut disebabkan karena diduga bahwa semakin banyak daging ikan yang ditambahkan dapat memberikan pengaruh pada kenampakan produk sagu ikan, karena pada saat proses pemanasan forno (cetakan sagu ikan) daging ikan akan mengalami perubahan.

4.2.2. Warna

Warna merupakan salah satu faktor penentu mutu suatu bahan dan merupakan parameter awal yang secara subjektif dan visual harus dipertimbangkan karena dapat menyebabkan penolakan atau penerimaan terhadap suatu produk. Warna juga digunakan sebagai indikator keseragaman dan kematangan suatu produk (Winarno, 1980). Berdasarkan hasil organoleptik tingkat penerimaan konsumen terhadap warna produk sagu ikan sebagaimana dilihat pada Tabel 14 dibawah ini.

Tabel 14. Nilai Penerimaan Panelis Pada Warna Produk Sagu Ikan Dalam Perlakuan.

KS	Ulangan			Jumlah	Rata-Rata
	I	II	III		
S0	7,28	6,68	7,02	20,98	7,0
S1	6,58	6,18	5,96	18,72	6,24
S2	6,44	5,92	5,98	18,34	6,11
S3	6,26	5,64	5,20	17,10	5,70
<i>JUMLAH</i>	<i>26,56</i>	<i>24,42</i>	<i>24,16</i>	<i>75,14</i>	<i>6,26</i>

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2023.

Nilai rata-rata penerimaan terhadap warna produk sagu ikan oleh panelis pada keempat perlakuan masing-masing yaitu S_0 , S_1 , S_2 dan S_3 (7,00, 6,24, 6,11 dan 6,00). Dari data yang diperoleh diatas menunjukkan bahwa nilai penerimaan terhadap warna produk sagu ikan oleh panelis untuk perlakuan S_0 , S_1 , S_2 dan S_3 (7,00, 6,24, 6,11 dan 6,00) dengan spesifikasi warna sagu ikan yang dihasilkan putih kekuning-kuningan serta putih sedikit kecoklatan, dan dengan dinyatakan diterima oleh panelis.

Selain disebabkan oleh faktor internal dari bahan baku sagu ikan, seperti terjadinya reaksi millard (reaksi kimia kompleks) antara asam amino dengan gula sagu yang terjadi pada saat pemanasan. Reaksi ini terjadi dalam proses memanggang sagu ikan dan menghasilkan perubahan warna sehingga warna.

4.2.3. Aroma

Umumnya aroma yang diterima oleh indra manusia terutama hidung dan otak lebih mendominasi berbagai campuran empat bau yaitu harum, asam, tengik dan hangus. Aroma dapat dengan cepat memberikan hasil atau penilaian terhadap produk. Aroma makan juga banyak menggambarkan kelezatan suatu bahan makanan. Dengan adanya penambahan daging ikan dalam proses pengolahan sagu dapat memperkuat aroma produk sagu ikan yang dihasilkan, hal ini dikarenakan pada daging ikan yang dicampurkan dalam tepung sagu yang dibakar atau dimasak akan menimbulkan aroma yang khas, yang berasal dari pemecahan asam-asam amino dan lemak, karena adanya reaksi millard.

Tabel 15. Nilai Penerimaan Panelis Pada Aroma Produk Sagu Ikan.

KS	Ulangan			Jumlah	Rata-Rata
	I	II	III		
S0	5,9	6,02	6,12	18,04	6,01
S1	6,64	6,46	6,42	19,52	6,51
S2	6,76	6,42	6,62	19,8	6,60
S3	7,02	7,40	7,88	22,30	7,43
<i>JUMLAH</i>	<i>26,32</i>	<i>26,3</i>	<i>27,04</i>	79,66	6,64

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2023.

Hasil pengujian organoleptik dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat penerimaan panalis (konsumen) terhadap aroma produk sagu ikan sebagaimana terlihat pada Tabel 15 diatas. Rata-rata nilai penilaian terhadap aroma produk sagu ikan oleh panelis untuk ke empat perlakuan yakni S₀, S₁, S₂ dan S₃ masing-masing (6,01, 6,51, 6,60 dan 7,43) data tersebut menunjukkan bahwa nilai penerimaan aroma produk sagu ikan oleh panelis untuk semua perlakuan mulai dari S₀, S₁, S₂ dan S₃ diterima oleh panelis atau konsumen. Nilai tertinggi terdapat pada S₃ (7,43) dengan spesifikasi kurang harum, bau ikan kurang dan bau sagu kuat, tanpa bau tambahan. Sedangkan nilai penerimaan terendah terdapat pada S₀ (6,01) dengan spesifikasi aroma sagu ikan kurang harum, bau ikan tidak ada, bau sagu kuat, dan tanpa bau tambahan.

Berdasarkan penjelasan data pengujian diatas dapat asumsikan bahwa nilai aroma produk sagu ikan yang dihasilkan dari masing-masing perlakuan diduga disebabkan karena terdapat senyawa-senyawa dalam daging ikan yang pemberi aroma seperti aldehida, keton, dan lain-lain.

4.2.4. Rasa

Cita rasa memiliki peran yang sangat penting dalam penentuan derajat penerimaan dan kualitas suatu bahan pangan. Dengan cita rasa bahan pangan ini dapat dikenal dan dibedakan oleh kuncup-kuncup, kecapan yang terdapat pada papilla yaitu bagian noda merah jingga pada lidah, Winarno (1997). Berdasarkan hasil penelitian tingkat penerimaan panelis terhadap rasa sagu ikan dapat di lihat pada Tabel 16 dibawah ini.

Tabel 16. Nilai Penerimaan Panelis Rasa pada Produk Sagu ikan Tiap Perlakuan.

KS	Ulangan			Jumlah	Rata-Rata
	I	II	III		
S0	6,44	6,40	6,40	19,24	6,41
S1	6,62	6,74	6,8	20,16	7
S2	7,36	7,18	7,34	21,88	7,29
S3	7,62	7,72	7,90	23,24	8
JUMLAH	28,04	28,04	28,44	84,52	7,04

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2023.

Nilai rata-rata penerimaan terhadap rasa produk sagu ikan oleh panelis untuk empat perlakuan S₀, S₁, S₂ dan S₃ masing-masing dengan nilai (6,41, 7,00, 7,29 dan 8,00, dari data diatas menunjukkan bahwa nilai penerimaan terhadap rasa produk sagu ikan oleh panelis untuk semua perlakuan dengan porelehan nilai terendah mulai dari S₀, (6,41) dengan spesifikasi rasa produk saguikan yang dihasilkan enak, gurih dan rasa ikan hilang, sementara nilai penerimaan panelis tertinggi terdapat pada perlakuan S₃ (8,00) dengan spesifikasi rasa saguikan enak, gurih, dan rasa ikan cukup.

Peningkatan nilai rasa produk sagu ikan yang dihasilkan dari masing-masing perlakuan diduga disebabkan karena daging ikan memberikan rasa khas, gurih dan jaringan pengikat dan daging ikan sangat halus sehingga sangat mudah dicerna.

4.2.5. Tekstur

Penilaian terhadap tekstur berasal dari sentuhan oleh permukaan kulit, biasanya menggunakan ujung jari tangan sehingga dapat dirasakan tekstur suatu bahan. Tekstur meliputi kering, peras, halus, keras, padat, kasar, berminyak, dan lembab, Sekarto (1985). Tekstur suatu bahan tergantung dari keadaan fisik bahan tersebut sehingga penilaian terhadap tekstur dapat berupa kekerasan, kerenyahan, dan elastisitas.

Berdasarkan hasil penilaian panelis dalam uji organoleptik terhadap tekstur sagu ikan dapat dilihat pada Tabel 17 dibawah ini.

Tabel 17. Nilai Penerimaan Tekstur Produk Saguikan Tiap Perlakuan.

KS	Ulangan			Jumlah	Rata-Rata
	I	II	III		
S0	7,08	7,02	7,08	21,18	7,06
S1	7,12	7,26	7,02	21,4	7,13
S2	7,14	7,06	7,32	21,52	7,17
S3	7,66	7,7	7,82	23,18	8
JUMLAH	29	29,04	29,24	87,28	7,27

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2023.

Rata-rata nilai penerimaan terhadap tekstur produk sagu ikan oleh panelis untuk empat perlakuan S_0 , S_1 , S_2 dan S_3 masing-masing 7,06, 7,00, 7,07 dan 8,00. Dari data diatas menunjukkan bahwa nilai permintaan terhadap tekstur produk sagu ikan oleh panelis pada semua perlakuan $S_0 - S_3$ diterima oleh panelis (konsumen). Nilai tekstur produk sagu ikan tertinggi terdapat pada perlakuan A_3 (8,00) dengan spesifikasi tekstur produk sagu ikan yang dihasilkan halus, padat dan kompak. Sedangkan nilai penerimaan panelis terendah terdapat pada perlakuan S_0 (7,06) dengan spesifikasi terkstur prodak sagu ikan halus, padat dan kurang kompak.

4.3. Analisis Multiatribut *Fishbein*

4.3.1. Sikap Konsumen Sagu Ikan

Analisis sikap konsumen awal dari terbentuknya sikap konsumen terhadap suatu produk adalah melalui pengenalan atribut produk. Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak dan sikap juga dapat menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut (Kamila et al, 2019). Salah satu analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui sikap konsumen sagu ikan melalui penilaian atribut terhadap suatu produk sagu ikan adalah analisis multiatribut *Fishbein*.

Berdasarkan hasil analisis yang sebagaimana disajikan pada Tabel 18 dapat dilihat sikap konsumen sagu ikan terhadap atribut rasa memperoleh nilai rata-rata yang paling tinggi yaitu 8,30 dengan spesifikasi rasa produk sagu ikan enak, gurih, rasa ikan cukup. Hal tersebut menunjukan bahwa tingkat penerimaan konsumen terhadap atribut rasa merupakan faktor yang paling dominan,

diperhatikan atau dipertimbangkan konsumen dalam memilih dan menentukan pilihan. Sedangkan nilai rata-rata sikap konsumen produk sago ikan yang paling rendah terdapat pada atribut warna yaitu 6,46 dengan spesifikasi putih, sedikit kecoklatan.

Tabel 18. Nilai Rata-rata Sikap Konsumen Terhadap Produk Sago ikan

Atribut	Rata-rata	Peresentase
Kenampakan	7	18%
Aroma	8,02	22%
Warna	6,46	18%
Rasa	8,30	23%
Tekstur	7	19%
Total	7,2	100%

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2023.

4.3.2. Sikap Konsumen Sago Ikan Berdasarkan Kepentingan dan Kepercayaan

Berdasarkan data analisis mengemukakan bahwa sikap terhadap objek tertentu didasarkan pada perangkat kepercayaan yang diringkas mengenai atribut objek yang bersangkutan. Sikap konsumen (A_o) terhadap atribut dapat diketahui dari penilaian konsumen dalam bentuk skor evaluasi kepentingan (e_i) dan skor kepercayaan (b_i). Dari hasil peringkat skor kepentingan (e_i) sebagaimana disajikan pada Tabel 19 menunjukkan urutan dari yang tertinggi ke terendah kenampakan, warna, aroma, rasa, dan tekstur.

Hasil peringkat kepercayaan (bi) yang disajikan pada Tabel 19 menunjukkan urutan skor dari tertinggi ke rendah sebagai berikut rasa, aroma, tekstur, warna, dan kenampakan.

Tabel 19. Hasil Analisis Sikap Multiatribut *Fishbein*

Atribut	Evaluasi Kepentingan <i>bi</i>	Kepercayaan <i>ei</i>	Sikap Konsumen AO (<i>bi x ei</i>)
Kenampakan	5,96	6,60	39,34
Aroma	6,96	8,02	55,82
Warna	6,30	6,46	40,70
Rasa	7,30	8,30	60,59
Tekstur	6,16	6,74	41,52
AO		237,96	

Sumber : Hasil Olahan Data Primer 2023

Berdasarkan hasil analisis sikap konsumen (Ao) secara keseluruhan adalah 237,96. Nilai ini dapat mengetahui skala penilaian sikap konsumen terhadap atribut produk sagu ikan. Kategori sikap konsumen dapat diketahui dengan menentukan skala interval yaitu menghitung skor maksimum dan minimum dari sikap sebagaimana terlihat pada Tabel 19. Skor maksimum merupakan hasil perkalian dari skor kepentingan, skor kepercayaan dan atribut, sehingga diperoleh skor maksimum adalah 250 (5 x 10 x 5). Skor minimum merupakan banyaknya atribut, yaitu 4. Berdasarkan skala maksimum dan skala minimum diperoleh interval sebagai berikut $(250 - 5)/5 = 49$.

Tabel 20. Skala Interval

Nilai Atribut Sikap	Interval Skor
Tidak Baik	5 - 49
kurang Baik	50 - 99
Netral	100 - 149
Baik	150 - 199
Sangat Baik	200 - 250

Berdasarkan kategori sikap dapat diketahui bahwa sikap konsumen terhadap produk sagu ikan memperoleh nilai 237,96 berada dalam interval (200 – 250) artinya sikap terhadap untuk produk sagu ikan dalam kategori sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap atribut sagu ikan terdiri dari kenampakan, warna, aroma, rasa dan tekstur sangat baik, dan diterima konsumen.

Suatu produk pada dasarnya adalah kumpulan atribut-atribut. Atribut produk dapat menjadi penilaian tersendiri bagi konsumen terhadap suatu produk (Nerisa, 2016). Atribut yang termasuk dalam kualifikasi nilai tertinggi menunjukkan bahwa atribut tersebut diyakini konsumen sudah mampu memenuhi kriteria yang sesuai berdasarkan sikap dan pilihan konsumen.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian preferensi konsumen terhadap produk sagu ikan maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji organoleptik meliputi penilaian panalis terhadap produk sagu ikan dengan atribut kenampakan, warna, aroma, rasa dan tekstur pada empat perlakuan (S_0 , S_1 , S_2 dan S_3) dengan nilai rata-rata yaitu 7,06 sampai dengan 7,73 hal tersebut menunjukkan bahwa produk saguikan dari ke empat atribut disukai dan diterima.
2. Berdasarkan hasil analisis *Fishbein* untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk sagu ikan pada empat atribut yakni kenampakan, warna, aroma, rasa dan tekstur dengan berdasarkan kategori sikap konsumen terhadap saguikan dengan perolehan nilai AO 237,96 berada pada interval (200 – 250) artinya sikap konsumen terhadap produk sagu ikan dalam kategori sangat baik.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian maka sagu ikan hendak dikembangkan baik pada skala usaha kecil dan menengah (UKM) maupun usaha skala besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonimous, 2016. *Materi Pelatihan Metode Pengujian Organoleptik Pada Produk Perikanan Bagi Analisis Laboratorium*. Balai Bimbingan dan Pengujian Mutu Hasil Perikanan.
- Anonimous, 2023. *Pasca Panen dan Pengolahan hasil Ubi Kayu*, Proyek Pengembangan Agribisnis dan Sumberdaya Pertanian Pemerintah Provinsi Maluku Utara Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Daerah, Ternate.
- Astati, Rusni dkk 2022. *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Susu Kental Manis Frisian Flag Dan Omela Di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar*. Jurusan Ilmu Peternakan
- Afrianto. E dan Evy Liviawaty, 2001. *Pengawetan dan Pengolahan Ikan*. Kanisius, Yogyakarta.
- Assael H. 1996. *Customer Behaviour and Marketing Action*. PWS-KENT Publishing Company. Boston.
- Assuari S. 1996. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-7. Jakarta. Raja Grafindo.
- BPS, 2022. *Produksi Sagu Hutan Indonesia Pada Kuartal Terakhir 2023*. Katadata.co.id.
- Bungin. B, 2005/ *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Perdana Media Jakarta.
- DirjenPerkebunan, 2019. *Statistik Perkebunan Indonesia*. SAGU. Kementan 2022.
- Dipa Aditya, Ni Dewi Ikka, Ella Deliya, 2020. *Analisis Sikap Kosumen Dalam Membeli Produk Keripik Tela Ungu Merek Ganesa di Desa Claket Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto*. Agrimas, Volume 4 Nomor 1. pISSN 2580-8621.
- Dwi Setyaningsih, 2010. *Analisis Sensorik, untuk Industri Pangan dan Agro*. IPB Press.
- BPTP-Maluku Utara & BP3, 2009. *Teknologi Pengolahan Sagu Kasbi Aneka Rasa*. Departemen Pertanian.
- DKP Malut, 20012. *Buku Tahunan Statistik Perikanan Provinsi Maluku*.
- Engel JF, Roger DB, Paul WM. 1994. *Perilaku Konsumen*. Terjemahan. Volume ke 1. Jakarta (ID): Binarupa Aksara.

- Seprianti Eka Putri, 2019. Analisis Sikap Konsumen: Evaluasi Dan Kepercayaan Atribut (*Multiattributes Fishbein Approach*). Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume 14. No.2, Oktober 2019: 159-177. Universitas Bengkulu, Indonesia.
- Gasperz, V. 1991. *Metode Perancangan Percobaan*. Armico Press, Bandung.
- Timisela, 2014. *Manajemen rantai pasok dan kinerja agroindustry pangan lokal sagu di Propinsi Maluku: suatu pendekatan model persamaan struktural* Jurnal AGRITECH, Vol.34, Fakultas Pertanian, Universitas Pattimura.
- Kaddas, 2012. *Agribisnis Sagu Ubi Kayu Di Kelurahan Jaya, Kecamatan Tidore Utara, Tidore Kepulauan*.
- Kotler P. 1996. *Manajemen pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Bandung (ID): Erlangga.
- Kotler, Philip, 1997. *Manajemen Pemasaraan Analisis, Perencanaan, Imlementasi dan Kontrol*. Prentice-Hall Internasional, Inc. New Jersey.
- Kotler P. 2000. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta (ID): Prenhallindo.
- Kotler P, Armstrong G, 2003. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Damos Sihombing: (terjemahan)*. Jakarta (ID): Erlangga.
- Kotler P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 2. Jakarta (ID): Indeks.
- Kamila Farah. 2019. *Analisis Sikap Konsumen Pada Pembelian Beras Di Kota Salatiga*. Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Vol 3 (1).
- Nadira Islami, dkk 2023. *Sikap Dan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Keripik Cabe Ika di Kota Dumai*. Jurnal Agribisnis Unisi Vol.12 No.1 Tahun 2023. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau.
- Oktari, 2022. *Sagu Sebagai Alternatif Pangan Lokal yang Kaya Gizi*. Kementerian Pertanian RI, Jakarta.
- Pradiptya Ayu Harsita, 2019. *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Olahan Singkong*. AGRISOCIONOMICS. Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Rakman, H.R, 1997 *Ubi Kayu Budidaya dan Pasca Panen*. Kasnisius, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2009. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Schiffman L, Kanuk LL. 2004. *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall
- Simamora B. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta (ID): PT. Gramedia Pustaka Utama.

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

**KUESIONER PENELITIAN
PRODUK SAGU IKAN**

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Umur :
3. Pendidikan : 1. Tidak Tamat SD 2. SD
 3. SMP 4. SMA
 5. Diploma 6. Sarjana
4. Pekerjaan : 1. Pegawai Negeri Sipil 2. TNI/POLRI
 3. Petani 4. Nelayan
 5. Pedagang 6. Buruh
 7. Karyawan 8. Lainnya
5. Jenis Kelamin : 1. Laki-Laki 2. Perempuan

B. PETUNJUK PENGISIAN

Setiap pernyataan dibawah ini mohon diberikan respon dengan memberi tanda (√)
pilihan pada skala 9 - 1 dengan rincian sebagai berikut :

1	2	3	4
---	---	---	---

Kenampakan

No.	Spesifikasi	Nilai	Kode Produk			
			S ₀	S ₁	S ₂	S ₃
1	Menarik, bersih, utuh, rapih, permukaan rata	9				
2	Menarik, bersih, utuh, rapih, permukaan kurang rata	8				
3	Menarik, bersih, utuh, rapih, permukaan tidak rata	7				
4	Menarik, bersih, utuh, kurang rapih, permukaan tidak rata	6				
5	Kurang menarik, bersih, utuh, kurang rapih, permukaan tidak rata	5				
6	Kurang menarik, bersih, kurang utuh, kurang rapih, permukaan tidak rata	4				
7	Kurang menarik, kurang bersih, kurang utuh, kurang rapih, permukaan tidak rata	3				
8	Tidak menarik, kurang bersih, kurang utuh, tidak rapih, permukaan tidak rata	2				
9	Sangat tidak menarik, kotor, tidak utuh, kurang rapih, permukaan tidak rata	1				

Warna

No.	Spesifikasi	Nilai	Kode Produk			
			S ₀	S ₁	S ₂	S ₃
1	Putih sedikit kecoklatan kekuning-kuningan yang merata	9				
2	Putih sedikit kecoklatan kekuning-kuningan yang tidak merata	8				
3	Putih kekuning-kuningan	7				
4	Putih sedikit kecoklatan	6				
5	Putih kecoklatan keabu-abuan	5				
6	Coklat keabu-abuan	4				
7	Coklat tua	3				
8	Coklat agak kehitam-hitaman	2				
9	Coklat kehitaman	1				

Aroma

No.	Spesifikasi	Nilai	Kode Produk			
			S ₀	S ₁	S ₂	S ₃
1	Harum, spesifikasi bau ikan dan bau sagu kuat tanpa bau tambahan	9				
2	Kurang harum, spesifikasi bau ikan dan bau sagu kuat, tanpa bau tambahan	8				
3	Kurang harum, spesifikasi bau ikan kurang dan bau sagu kuat, tanpa bau tambahan	7				
4	Kurang harum, spesifikasi bau ikan tidak ada dan bau sagu kuat, tanpa bau tambahan	6				
5	Netral, spesifikasi bau sagu kurang, tanpa bau tambahan	5				
6	Netral, spesifikasi bau sagu kurang, sedikit bau tambahan	4				
7	Netral, spesifikasi bau sagu hilang, sedikit bau tambahan	3				
8	Bau tambahan keras, sedikit bau gosong	2				
9	Bau gosong kuat	1				

Rasa

No.	Spesifikasi	Nilai	Kode Produk			
			S ₀	S ₁	S ₂	S ₃
1	Enak, gurih rasa ikan kuat	9				
2	Enak, gurih, rasa ikan cukup	8				
3	Enak, gurih, rasa ikan kurang	7				
4	Enak, gurih, rasa ikan hilang	6				
5	Enak, kurang gurih, rasa ikan hilang	5				
6	Kurang enak, kurang gurih, rasa ikan hilang	4				
7	Kurang enak, tidak gurih, rasa ikan hilang	3				
8	Tidak enak, tidak gurih, rasa ikan hilang, sedikit tidak pahit	2				
9	Tidak enak, tidak gurih, rasa ikan hilang, rasa pahit kuat	1				

Tekstur

No.	Spesifikasi	Nilai	Kode Produk			
			S ₀	S ₁	S ₂	S ₃
1	Halus, padat dan sangat kompak	9				
2	Halus, padat dan kompak	8				
3	Halus, padat dan kurang kompak	7				
4	halus, kurang padat dan kurang kompak	6				
5	kurang halus, kurang padat dan kurang kompak	5				
6	kurang halus, kurang padat dan tidak kompak	4				
7	kasar, kurang padat, dan tidak kompak	3				
8	kasar, kurang padat, dan sangat tidak kompak	2				
9	sangat kasar, kurang padat dan sangat	1				



Lampiran 2. Data Tabulasi Penilaian Panelis Produk Sagu Ikan

DATA TABULASI PENILAIAN PANELIS PRODUK SAGU IKAN

Kenampakan

Panelis	S0					S1					S2					S3				
	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	7	8	8	23	7,67	6	6	4	16	5,33	4	6	5	15	5,00	6	6	5	17	5,67
2	9	7	8	24	8,00	8	7	5	20	6,67	6	5	4	15	5,00	8	5	4	17	5,67
3	6	7	7	20	6,67	6	6	6	18	6,00	5	6	5	16	5,33	5	6	5	16	5,33
4	8	7	6	21	7,00	7	7	4	18	6,00	7	6	4	17	5,67	6	6	4	16	5,33
5	7	7	8	22	7,33	6	7	6	19	6,33	6	7	6	19	6,33	6	7	6	19	6,33
6	9	8	7	24	8,00	7	7	7	21	7,00	7	5	6	18	6,00	7	5	6	18	6,00
7	6	6	7	19	6,33	6	5	5	16	5,33	6	4	5	15	5,00	5	4	5	14	4,67
8	8	8	8	24	8,00	5	7	6	18	6,00	5	4	2	11	3,67	4	4	2	10	3,33
9	7	7	8	22	7,33	6	7	7	20	6,67	6	5	6	17	5,67	6	5	6	17	5,67
10	7	7	7	21	7,00	7	6	7	20	6,67	7	6	7	20	6,67	6	6	7	19	6,33
11	7	7	6	20	6,67	6	7	6	19	6,33	7	7	5	19	6,33	6	7	5	18	6,00
12	8	6	7	21	7,00	7	6	6	19	6,33	7	5	5	17	5,67	6	5	5	16	5,33
13	6	6	7	19	6,33	5	6	7	18	6,00	4	5	5	14	4,67	4	5	5	14	4,67
14	7	5	8	20	6,67	8	7	7	22	7,33	7	5	6	18	6,00	6	5	6	17	5,67
15	8	8	8	24	8,00	8	7	7	22	7,33	7	5	7	19	6,33	7	5	7	19	6,33
16	6	9	8	23	7,67	6	7	8	21	7,00	6	5	7	18	6,00	6	5	7	18	6,00
17	8	6	6	20	6,67	6	6	6	18	6,00	7	4	6	17	5,67	6	4	6	16	5,33
18	9	8	6	23	7,67	7	8	6	21	7,00	7	5	4	16	5,33	7	5	4	16	5,33
19	6	6	5	17	5,67	8	7	7	22	7,33	7	5	6	18	6,00	5	5	5	15	5,00
20	8	7	6	21	7,00	7	5	6	18	6,00	5	4	6	15	5,00	4	4	5	13	4,33
21	7	8	6	21	7,00	6	5	8	19	6,33	6	7	5	18	6,00	6	6	6	18	6,00
22	6	7	7	20	6,67	7	7	8	22	7,33	5	6	6	17	5,67	4	5	6	15	5,00
23	7	7	7	21	7,00	7	7	7	21	7,00	4	6	7	17	5,67	4	4	6	14	4,67
24	5	6	7	18	6,00	6	8	7	21	7,00	7	6	7	20	6,67	5	5	5	15	5,00

25	6	7	6	19	6,33	6	7	7	20	6,67	4	7	4	15	5,00	5	5	4	14	4,67
26	6	6	7	19	6,33	7	7	6	20	6,67	5	5	6	16	5,33	6	4	4	14	4,67
27	7	6	5	18	6,00	7	6	6	19	6,33	5	5	5	15	5,00	6	5	5	16	5,33
28	8	6	7	21	7,00	6	5	6	17	5,67	6	6	5	17	5,67	6	6	6	18	6,00
29	8	7	8	23	7,67	5	5	6	16	5,33	6	7	7	20	6,67	6	6	4	16	5,33
30	8	8	8	24	8,00	7	7	7	21	7,00	7	6	7	20	6,67	7	5	4	16	5,33
31	8	7	7	22	7,33	8	7	6	21	7,00	7	5	6	18	6,00	7	6	4	17	5,67
32	7	7	8	22	7,33	7	6	6	19	6,33	7	4	4	15	5,00	6	6	7	19	6,33
33	7	7	6	20	6,67	7	8	7	22	7,33	6	5	5	16	5,33	5	6	7	18	6,00
34	6	7	7	20	6,67	6	7	7	20	6,67	5	5	5	15	5,00	5	4	8	17	5,67
35	7	8	7	22	7,33	7	8	7	22	7,33	5	4	6	15	5,00	6	5	5	16	5,33
36	7	6	7	20	6,67	5	8	8	21	7,00	6	5	6	17	5,67	7	5	4	16	5,33
37	8	8	8	24	8,00	7	7	7	21	7,00	5	5	6	16	5,33	7	6	5	18	6,00
38	8	7	7	22	7,33	8	6	6	20	6,67	4	6	6	16	5,33	6	5	5	16	5,33
39	8	8	7	23	7,67	8	7	7	22	7,33	7	6	5	18	6,00	6	4	6	16	5,33
40	6	8	8	22	7,33	6	6	8	20	6,67	7	5	4	16	5,33	6	4	7	17	5,67
41	7	8	7	22	7,33	5	6	6	17	5,67	5	5	4	14	4,67	7	6	4	17	5,67
42	7	6	8	21	7,00	5	4	6	15	5,00	5	5	5	15	5,00	7	4	6	17	5,67
43	6	7	7	20	6,67	6	5	5	16	5,33	6	6	5	17	5,67	5	5	5	15	5,00
44	7	7	8	22	7,33	6	6	5	17	5,67	6	7	4	17	5,67	7	4	5	16	5,33
45	7	6	7	20	6,67	6	7	6	19	6,33	8	6	4	18	6,00	4	7	5	16	5,33
46	7	7	7	21	7,00	7	5	6	18	6,00	5	5	7	17	5,67	5	7	4	16	5,33
47	8	8	7	23	7,67	7	7	5	19	6,33	5	5	6	16	5,33	5	6	8	19	6,33
48	8	8	6	22	7,33	6	6	5	17	5,67	6	4	7	17	5,67	7	4	7	18	6,00
49	8	8	8	24	8,00	7	7	6	20	6,67	7	4	4	15	5,00	5	5	5	15	5,00
50	7	8	9	24	8,00	7	6	7	20	6,67	7	6	6	19	6,33	5	6	5	16	5,33
Jumlah	361	354	355	1068	356	327	324	317	968	323	297	268	271	836	279	289	260	267	816	272
Rata-Rata	7,22	7,08	7,1	21,36	7,12	6,54	6,48	6,34	19,36	6,45	5,94	5,36	5,42	16,72	5,57	5,78	5,2	5,34	16,32	5,44

DATA TABULASI PENILAIAN PANELIS PRODUK SAGU IKAN

Warna

Panelis	S0					S1					S2					S3				
	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	8	7	7	22	7,33	6	6	7	19	6,33	7	5	6	18	6,00	7	4	6	17	5,67
2	9	8	8	25	8,33	7	7	5	19	6,33	7	5	4	16	5,33	8	5	5	18	6,00
3	7	8	7	22	7,33	7	6	7	20	6,67	6	6	6	18	6,00	7	6	5	18	6,00
4	8	7	7	22	7,33	7	7	6	20	6,67	6	5	6	17	5,67	6	6	4	16	5,33
5	8	6	8	22	7,33	5	6	7	18	6,00	7	6	5	18	6,00	7	4	6	17	5,67
6	9	7	8	24	8,00	7	5	7	19	6,33	7	5	6	18	6,00	7	5	5	17	5,67
7	6	7	7	20	6,67	4	7	5	16	5,33	4	6	5	15	5,00	5	5	5	15	5,00
8	7	7	7	21	7,00	3	6	5	14	4,67	5	5	5	15	5,00	4	3	3	10	3,33
9	8	7	8	23	7,67	7	7	7	21	7,00	7	6	7	20	6,67	6	6	6	18	6,00
10	7	8	7	22	7,33	6	7	7	20	6,67	6	7	6	19	6,33	6	5	6	17	5,67
11	8	6	7	21	7,00	7	5	7	19	6,33	7	5	6	18	6,00	6	6	5	17	5,67
12	8	7	7	22	7,33	8	7	6	21	7,00	7	6	6	19	6,33	7	5	4	16	5,33
13	7	7	6	20	6,67	6	6	6	18	6,00	5	6	5	16	5,33	5	5	5	15	5,00
14	6	6	7	19	6,33	6	5	6	17	5,67	5	5	5	15	5,00	6	4	4	14	4,67
15	7	8	8	23	7,67	6	7	7	20	6,67	5	7	7	19	6,33	6	6	7	19	6,33
16	7	7	8	22	7,33	7	7	7	21	7,00	7	6	6	19	6,33	6	5	6	17	5,67
17	8	5	6	19	6,33	7	5	5	17	5,67	6	5	5	16	5,33	6	4	5	15	5,00
18	8	8	7	23	7,67	7	8	5	20	6,67	7	7	5	19	6,33	7	7	4	18	6,00
19	6	6	6	18	6,00	6	5	6	17	5,67	5	5	5	15	5,00	5	4	5	14	4,67
20	8	8	7	23	7,67	7	8	5	20	6,67	7	7	4	18	6,00	7	5	5	17	5,67
21	7	8	7	22	7,33	8	5	6	19	6,33	7	6	7	20	6,67	7	7	6	20	6,67
22	7	6	8	21	7,00	7	7	6	20	6,67	6	6	7	19	6,33	6	7	6	19	6,33
23	6	7	8	21	7,00	7	8	7	22	7,33	7	6	7	20	6,67	7	7	6	20	6,67
24	7	7	7	21	7,00	8	7	7	22	7,33	5	5	6	16	5,33	8	6	6	20	6,67
25	6	6	8	20	6,67	6	6	6	18	6,00	6	5	6	17	5,67	7	5	6	18	6,00

26	7	6	7	20	6,67	7	8	7	22	7,33	6	7	6	19	6,33	7	6	5	18	6,00
27	8	7	7	22	7,33	8	6	7	21	7,00	7	6	6	19	6,33	5	6	4	15	5,00
28	6	8	8	22	7,33	7	6	6	19	6,33	7	7	6	20	6,67	5	5	4	14	4,67
29	8	7	7	22	7,33	6	5	5	16	5,33	8	6	8	22	7,33	6	6	5	17	5,67
30	6	6	6	18	6,00	8	6	5	19	6,33	5	5	6	16	5,33	5	6	6	17	5,67
31	8	5	6	19	6,33	6	4	5	15	5,00	5	6	6	17	5,67	5	4	6	15	5,00
32	7	6	7	20	6,67	6	6	4	16	5,33	6	5	5	16	5,33	7	5	5	17	5,67
33	8	7	8	23	7,67	7	6	5	18	6,00	7	6	6	19	6,33	6	6	6	18	6,00
34	8	6	5	19	6,33	7	6	6	19	6,33	7	7	8	22	7,33	7	6	4	17	5,67
35	8	5	7	20	6,67	6	6	5	17	5,67	7	6	5	18	6,00	6	7	5	18	6,00
36	7	6	7	20	6,67	8	6	7	21	7,00	6	6	5	17	5,67	7	7	4	18	6,00
37	7	7	7	21	7,00	6	5	5	16	5,33	6	7	7	20	6,67	7	5	4	16	5,33
38	8	6	8	22	7,33	7	6	4	17	5,67	7	7	6	20	6,67	8	6	4	18	6,00
39	7	6	5	18	6,00	8	6	4	18	6,00	8	6	6	20	6,67	6	7	8	21	7,00
40	6	8	7	21	7,00	6	7	7	20	6,67	8	8	5	21	7,00	6	6	7	19	6,33
41	6	5	7	18	6,00	6	5	7	18	6,00	8	6	6	20	6,67	7	7	6	20	6,67
42	9	7	6	22	7,33	7	8	6	21	7,00	7	6	5	18	6,00	5	6	6	17	5,67
43	8	8	8	24	8,00	7	4	6	17	5,67	7	5	5	17	5,67	6	6	5	17	5,67
44	7	6	6	19	6,33	7	7	7	21	7,00	5	6	6	17	5,67	6	6	4	16	5,33
45	7	5	7	19	6,33	5	6	5	16	5,33	6	5	7	18	6,00	7	6	5	18	6,00
46	8	8	6	22	7,33	5	5	6	16	5,33	8	6	7	21	7,00	5	5	6	16	5,33
47	7	7	8	22	7,33	6	5	6	17	5,67	6	7	7	20	6,67	5	6	4	15	5,00
48	7	6	5	18	6,00	6	7	4	17	5,67	6	5	8	19	6,33	6	7	5	18	6,00
49	6	6	8	20	6,67	7	6	7	20	6,67	7	7	7	21	7,00	7	6	6	19	6,33
50	7	6	7	20	6,67	8	7	7	22	7,33	8	5	7	20	6,67	7	7	5	19	6,33
Jumlah	364	334	351	1049	350	329	309	298	936	312	322	296	299	917	306	313	282	260	855	285
Rata-Rata	7,28	6,68	7,02	20,98	6,99	6,58	6,18	5,96	18,72	6,24	6,44	5,92	5,98	18,34	6,11	6,26	5,64	5,20	17,10	5,70

DATA TABULASI PENILAIAN PANELIS PRODUK SAGU IKAN

Aroma

Panelis	S0					S1					S2					S3				
	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	7	5	6	18	6,00	7	7	8	22	7,33	6	7	7	20	6,67	7	8	9	24	8,00
2	6	7	6	19	6,33	7	8	8	23	7,67	8	8	8	24	8,00	8	9	8	25	8,33
3	6	6	6	18	6,00	7	6	7	20	6,67	7	8	7	22	7,33	7	8	8	23	7,67
4	6	5	6	17	5,67	6	6	7	19	6,33	7	6	7	20	6,67	7	6	8	21	7,00
5	7	6	7	20	6,67	6	8	7	21	7,00	5	7	6	18	6,00	6	7	8	21	7,00
6	6	7	6	19	6,33	6	5	5	16	5,33	5	5	5	15	5,00	8	7	8	23	7,67
7	5	6	6	17	5,67	6	5	5	16	5,33	6	5	4	15	5,00	7	8	9	24	8,00
8	5	5	7	17	5,67	3	6	6	15	5,00	4	3	5	12	4,00	8	9	8	25	8,33
9	7	7	7	21	7,00	7	8	7	22	7,33	8	8	8	24	8,00	8	9	8	25	8,33
10	6	6	5	17	5,67	6	6	6	18	6,00	7	7	6	20	6,67	8	6	7	21	7,00
11	6	6	7	19	6,33	6	5	7	18	6,00	7	7	7	21	7,00	7	8	8	23	7,67
12	6	7	5	18	6,00	7	8	8	23	7,67	8	8	7	23	7,67	8	9	8	25	8,33
13	5	7	5	17	5,67	6	7	5	18	6,00	6	8	7	21	7,00	8	8	8	24	8,00
14	6	6	9	21	7,00	6	6	7	19	6,33	6	4	6	16	5,33	7	8	9	24	8,00
15	5	4	5	14	4,67	6	6	5	17	5,67	6	7	7	20	6,67	7	7	8	22	7,33
16	6	5	6	17	5,67	6	7	6	19	6,33	8	7	6	21	7,00	6	6	8	20	6,67
17	6	5	6	17	5,67	6	6	6	18	6,00	7	6	6	19	6,33	7	6	7	20	6,67
18	6	7	8	21	7,00	6	5	6	17	5,67	5	5	5	15	5,00	9	9	8	26	8,67
19	7	8	9	24	8,00	7	4	6	17	5,67	5	4	6	15	5,00	9	8	9	26	8,67
20	5	5	5	15	5,00	5	6	6	17	5,67	6	6	6	18	6,00	6	7	6	19	6,33
21	5	6	5	16	5,33	5	4	7	16	5,33	7	4	5	16	5,33	7	7	7	21	7,00
22	5	6	6	17	5,67	4	5	7	16	5,33	7	4	4	15	5,00	6	7	8	21	7,00
23	6	7	5	18	6,00	7	6	4	17	5,67	6	5	5	16	5,33	6	7	7	20	6,67
24	6	6	7	19	6,33	7	5	5	17	5,67	6	6	5	17	5,67	7	8	8	23	7,67
25	7	5	5	17	5,67	7	4	5	16	5,33	6	6	6	18	6,00	7	8	9	24	8,00

26	7	6	6	19	6,33	8	7	5	20	6,67	7	7	5	19	6,33	5	7	7	19	6,33
27	6	6	7	19	6,33	8	8	6	22	7,33	7	6	4	17	5,67	5	6	5	16	5,33
28	6	6	7	19	6,33	7	8	8	23	7,67	7	7	7	21	7,00	7	8	9	24	8,00
29	6	6	6	18	6,00	8	8	6	22	7,33	8	7	6	21	7,00	6	6	7	19	6,33
30	4	5	6	15	5,00	7	6	7	20	6,67	8	7	8	23	7,67	6	7	6	19	6,33
31	6	7	8	21	7,00	8	7	7	22	7,33	8	6	7	21	7,00	7	8	9	24	8,00
32	5	7	6	18	6,00	6	7	8	21	7,00	8	8	8	24	8,00	7	8	7	22	7,33
33	6	5	7	18	6,00	8	7	7	22	7,33	8	5	6	19	6,33	6	7	7	20	6,67
34	4	6	5	15	5,00	6	7	5	18	6,00	6	7	7	20	6,67	7	7	8	22	7,33
35	5	5	6	16	5,33	7	6	6	19	6,33	7	8	8	23	7,67	7	7	9	23	7,67
36	5	6	7	18	6,00	7	8	7	22	7,33	6	5	8	19	6,33	6	7	8	21	7,00
37	4	6	8	18	6,00	8	7	7	22	7,33	8	6	8	22	7,33	7	8	9	24	8,00
38	7	5	6	18	6,00	6	7	7	20	6,67	8	8	7	23	7,67	6	7	8	21	7,00
39	5	6	4	15	5,00	7	8	7	22	7,33	7	8	8	23	7,67	7	6	8	21	7,00
40	6	6	5	17	5,67	7	6	8	21	7,00	8	8	8	24	8,00	6	6	7	19	6,33
41	6	5	5	16	5,33	9	8	8	25	8,33	6	7	7	20	6,67	6	7	9	22	7,33
42	6	7	5	18	6,00	8	7	6	21	7,00	7	8	9	24	8,00	6	6	8	20	6,67
43	6	7	4	17	5,67	8	6	5	19	6,33	6	7	8	21	7,00	7	8	7	22	7,33
44	8	6	5	19	6,33	6	6	6	18	6,00	6	6	7	19	6,33	8	8	8	24	8,00
45	8	7	5	20	6,67	8	7	7	22	7,33	7	6	6	19	6,33	8	7	7	22	7,33
46	8	6	7	21	7,00	7	5	6	18	6,00	7	6	8	21	7,00	6	7	8	21	7,00
47	7	5	5	17	5,67	7	7	7	21	7,00	8	7	7	22	7,33	9	8	9	26	8,67
48	6	6	7	19	6,33	7	8	6	21	7,00	8	6	7	21	7,00	7	8	9	24	8,00
49	5	8	8	21	7,00	6	7	8	21	7,00	6	7	8	21	7,00	9	9	8	26	8,67
50	5	6	6	17	5,67	6	6	5	17	5,67	7	7	8	22	7,33	9	7	8	24	8,00
Jumlah	295	301	306	902	301	332	323	321	976	325	338	321	331	990	330	351	370	394	1115	372
Rata-Rata	5,90	6,02	6,12	18,04	6,01	6,64	6,46	6,42	19,52	6,51	6,76	6,42	6,62	19,80	6,60	7,02	7,40	7,88	22,30	7,43

DATA TABULASI PENILAIAN PANELIS PRODUK SAGU IKAN

Rasa

Panels	S0					S1					S2					S3				
	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	12	13	14	15	16
1	6	8	7	21	7,00	6	7	7	20	6,67	7	8	7	22	7,33	9	8	9	26	8,67
2	8	6	6	20	6,67	8	9	6	23	7,67	9	7	7	23	7,67	9	8	7	24	8,00
3	6	6	7	19	6,33	6	7	7	20	6,67	8	7	8	23	7,67	7	8	8	23	7,67
4	6	5	6	17	5,67	7	7	7	21	7,00	8	7	7	22	7,33	8	8	7	23	7,67
5	6	6	7	19	6,33	5	7	6	18	6,00	7	5	6	18	6,00	7	9	7	23	7,67
6	7	7	6	20	6,67	8	7	7	22	7,33	8	8	7	23	7,67	8	8	7	23	7,67
7	6	6	6	18	6,00	7	6	8	21	7,00	7	7	7	21	7,00	7	7	8	22	7,33
8	5	7	5	17	5,67	6	5	7	18	6,00	7	7	8	22	7,33	8	7	9	24	8,00
9	6	5	5	16	5,33	7	7	6	20	6,67	7	6	6	19	6,33	8	7	7	22	7,33
10	6	6	6	18	6,00	8	8	8	24	8,00	7	6	7	20	6,67	8	7	8	23	7,67
11	6	7	5	18	6,00	7	8	7	22	7,33	8	8	7	23	7,67	9	9	7	25	8,33
12	7	6	6	19	6,33	8	7	9	24	8,00	7	8	7	22	7,33	8	8	7	23	7,67
13	6	5	7	18	6,00	7	6	7	20	6,67	7	7	8	22	7,33	7	7	8	22	7,33
14	5	8	7	20	6,67	5	6	6	17	5,67	4	5	5	14	4,67	8	8	8	24	8,00
15	8	6	6	20	6,67	8	6	7	21	7,00	8	7	8	23	7,67	9	7	8	24	8,00
16	6	5	7	18	6,00	6	6	8	20	6,67	7	7	8	22	7,33	8	8	9	25	8,33
17	7	6	6	19	6,33	7	7	8	22	7,33	8	7	9	24	8,00	9	7	9	25	8,33
18	6	8	8	22	7,33	5	7	8	20	6,67	7	8	8	23	7,67	9	8	7	24	8,00
19	8	7	6	21	7,00	6	6	5	17	5,67	7	7	9	23	7,67	8	9	9	26	8,67
20	8	7	8	23	7,67	6	7	7	20	6,67	7	7	7	21	7,00	7	8	8	23	7,67
21	6	7	7	20	6,67	7	7	8	22	7,33	6	6	7	19	6,33	9	8	9	26	8,67
22	7	8	8	23	7,67	6	7	7	20	6,67	7	7	6	20	6,67	6	7	8	21	7,00
23	6	6	6	18	6,00	6	5	8	19	6,33	6	6	8	20	6,67	8	7	8	23	7,67
24	6	6	6	18	6,00	6	6	5	17	5,67	7	7	7	21	7,00	7	8	7	22	7,33
25	6	7	8	21	7,00	7	6	6	19	6,33	8	7	8	23	7,67	8	7	9	24	8,00

26	7	7	7	21	7,00	7	6	7	20	6,67	7	7	8	22	7,33	4	6	7	17	5,67
27	7	7	6	20	6,67	6	7	8	21	7,00	8	7	8	23	7,67	7	8	6	21	7,00
28	6	7	8	21	7,00	7	8	6	21	7,00	8	8	7	23	7,67	7	6	6	19	6,33
29	7	8	6	21	7,00	6	6	6	18	6,00	6	7	7	20	6,67	8	8	9	25	8,33
30	6	7	7	20	6,67	6	7	5	18	6,00	8	7	6	21	7,00	7	7	8	22	7,33
31	8	8	5	21	7,00	7	7	6	20	6,67	7	7	8	22	7,33	7	8	8	23	7,67
32	6	6	7	19	6,33	7	8	7	22	7,33	7	6	7	20	6,67	8	9	8	25	8,33
33	6	6	5	17	5,67	7	5	5	17	5,67	7	7	7	21	7,00	6	8	7	21	7,00
34	7	6	6	19	6,33	5	6	7	18	6,00	8	7	8	23	7,67	6	7	9	22	7,33
35	7	7	7	21	7,00	7	8	9	24	8,00	8	8	6	22	7,33	7	8	9	24	8,00
36	7	5	4	16	5,33	6	7	6	19	6,33	6	8	8	22	7,33	8	7	8	23	7,67
37	5	6	7	18	6,00	7	8	6	21	7,00	7	6	8	21	7,00	7	8	9	24	8,00
38	5	5	7	17	5,67	6	7	8	21	7,00	7	6	6	19	6,33	6	8	7	21	7,00
39	6	7	6	19	6,33	5	6	6	17	5,67	9	9	8	26	8,67	7	7	6	20	6,67
40	8	5	5	18	6,00	6	5	7	18	6,00	8	6	7	21	7,00	8	8	7	23	7,67
41	8	6	7	21	7,00	7	7	6	20	6,67	9	8	7	24	8,00	7	9	9	25	8,33
42	6	7	7	20	6,67	8	6	6	20	6,67	7	8	7	22	7,33	8	8	9	25	8,33
43	7	7	6	20	6,67	5	7	5	17	5,67	6	7	8	21	7,00	9	8	9	26	8,67
44	6	6	7	19	6,33	7	7	7	21	7,00	9	8	7	24	8,00	8	7	7	22	7,33
45	6	6	8	20	6,67	6	7	6	19	6,33	6	8	6	20	6,67	7	8	8	23	7,67
46	7	6	7	20	6,67	7	6	6	19	6,33	7	9	9	25	8,33	8	9	9	26	8,67
47	6	8	6	20	6,67	8	8	8	24	8,00	8	8	7	23	7,67	9	8	8	25	8,33
48	6	5	5	16	5,33	7	7	7	21	7,00	9	9	7	25	8,33	8	8	7	23	7,67
49	6	6	5	17	5,67	8	6	7	21	7,00	9	8	9	26	8,67	7	8	9	24	8,00
50	6	5	7	18	6,00	8	8	8	24	8,00	8	8	9	25	8,33	8	7	8	23	7,67
Jumlah	322	320	320	962	321	331	337	340	1008	336	368	359	367	1094	365	381	386	395	1162	387
Rata-Rata	6,44	6,40	6,40	19,24	6,41	6,62	6,74	6,80	20,16	6,72	7,36	7,18	7,34	21,88	7,29	7,62	7,72	7,90	23,24	7,75

DATA TABULASI PENILAIAN PANELIS PRODUK SAGU IKAN

Tekstur

Panelis	A0					A1					A2					A3				
	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata	Ulangan I	Ulangan II	Ulangan III	Jumlah	Rata-Rata
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	9	7	7	23	7,67	8	7	9	18	6,00	7	6	6	19	6,33	7	8	7	22	7,33
2	7	8	6	21	7,00	8	8	8	24	8,00	8	6	6	20	6,67	8	9	9	26	8,67
3	7	7	7	21	7,00	7	6	8	21	7,00	6	6	5	17	5,67	9	7	8	24	8,00
4	8	7	8	23	7,67	8	7	7	22	7,33	7	7	6	20	6,67	6	7	6	19	6,33
5	8	7	5	20	6,67	9	8	9	26	8,67	6	6	4	16	5,33	9	8	8	25	8,33
6	7	8	8	23	7,67	7	7	7	21	7,00	5	5	6	16	5,33	8	8	7	23	7,67
7	6	6	7	19	6,33	7	6	7	20	6,67	5	5	5	15	5,00	9	9	9	27	9,00
8	8	9	7	24	8,00	8	7	6	21	7,00	8	5	6	19	6,33	8	7	8	23	7,67
9	7	6	9	22	7,33	7	7	7	21	7,00	6	6	7	19	6,33	6	7	7	20	6,67
10	8	7	8	23	7,67	6	7	7	20	6,67	7	6	7	20	6,67	8	7	7	22	7,33
11	8	7	7	22	7,33	7	6	6	19	6,33	7	6	6	19	6,33	8	8	9	25	8,33
12	6	6	8	20	6,67	6	6	6	18	6,00	6	5	6	17	5,67	8	6	7	21	7,00
13	6	8	8	22	7,33	7	8	7	22	7,33	5	7	7	19	6,33	8	8	8	24	8,00
14	7	5	7	19	6,33	7	7	6	20	6,67	7	4	6	17	5,67	6	7	6	19	6,33
15	7	6	6	19	6,33	6	6	5	17	5,67	7	8	7	22	7,33	7	6	6	19	6,33
16	5	7	7	19	6,33	8	7	6	21	7,00	4	6	6	16	5,33	5	7	7	19	6,33
17	7	7	6	20	6,67	7	6	6	19	6,33	7	8	8	23	7,67	6	6	7	19	6,33
18	8	6	7	21	7,00	8	6	6	20	6,67	7	8	7	22	7,33	7	8	6	21	7,00
19	6	6	6	18	6,00	6	8	6	20	6,67	8	8	9	25	8,33	6	7	8	21	7,00
20	7	7	6	20	6,67	6	7	7	20	6,67	7	7	8	22	7,33	6	8	8	22	7,33
21	7	8	6	21	7,00	7	8	8	23	7,67	6	7	8	21	7,00	7	7	8	22	7,33
22	6	7	7	20	6,67	8	9	8	25	8,33	7	7	7	21	7,00	7	7	7	21	7,00
23	7	7	7	21	7,00	7	8	7	22	7,33	8	6	7	21	7,00	8	7	8	23	7,67
24	5	6	7	18	6,00	6	8	7	21	7,00	7	8	7	22	7,33	8	8	9	25	8,33
25	6	7	6	19	6,33	6	7	7	20	6,67	8	7	9	24	8,00	9	9	8	26	8,67

26	6	6	7	19	6,33	9	7	8	24	8,00	8	9	7	24	8,00	7	8	9	24	8,00
27	7	6	5	18	6,00	7	8	9	24	8,00	9	8	9	26	8,67	8	8	8	24	8,00
28	8	6	7	21	7,00	9	8	7	24	8,00	7	6	8	21	7,00	9	9	7	25	8,33
29	8	7	8	23	7,67	7	9	8	24	8,00	6	7	7	20	6,67	8	8	8	24	8,00
30	8	8	8	24	8,00	7	7	7	21	7,00	7	6	7	20	6,67	9	7	9	25	8,33
31	8	7	7	22	7,33	8	7	6	21	7,00	9	7	9	25	8,33	7	8	8	23	7,67
32	7	7	8	22	7,33	7	8	9	24	8,00	7	8	8	23	7,67	6	7	7	20	6,67
33	7	7	6	20	6,67	7	8	7	22	7,33	8	8	7	23	7,67	8	6	7	21	7,00
34	6	7	7	20	6,67	8	7	9	24	8,00	9	8	7	24	8,00	8	8	8	24	8,00
35	7	8	7	22	7,33	7	8	7	22	7,33	8	9	8	25	8,33	9	9	8	26	8,67
36	7	6	7	20	6,67	8	8	8	24	8,00	6	8	8	22	7,33	8	8	9	25	8,33
37	8	8	8	24	8,00	7	7	7	21	7,00	7	7	8	22	7,33	8	9	8	25	8,33
38	8	7	7	22	7,33	8	6	6	20	6,67	8	8	9	25	8,33	7	8	9	24	8,00
39	8	8	7	23	7,67	8	7	7	22	7,33	9	9	9	27	9,00	7	8	9	24	8,00
40	6	8	8	22	7,33	6	9	8	23	7,67	7	7	8	22	7,33	8	8	7	23	7,67
41	7	8	7	22	7,33	7	8	6	21	7,00	6	7	8	21	7,00	7	9	8	24	8,00
42	7	6	8	21	7,00	7	7	6	20	6,67	8	7	8	23	7,67	7	8	6	21	7,00
43	6	7	7	20	6,67	6	8	8	22	7,33	8	8	9	25	8,33	8	7	9	24	8,00
44	7	7	8	22	7,33	6	6	5	17	5,67	7	7	8	22	7,33	9	8	9	26	8,67
45	7	6	7	20	6,67	6	7	6	19	6,33	8	9	8	25	8,33	9	9	8	26	8,67
46	7	7	7	21	7,00	7	8	6	21	7,00	8	8	7	23	7,67	8	7	9	24	8,00
47	8	8	7	23	7,67	7	7	8	22	7,33	8	8	7	23	7,67	9	8	8	25	8,33
48	8	8	6	22	7,33	6	6	7	19	6,33	9	7	8	24	8,00	8	7	8	23	7,67
49	8	8	8	24	8,00	7	7	6	20	6,67	7	8	9	24	8,00	8	8	8	24	8,00
50	7	8	9	24	8,00	7	8	7	22	7,33	7	9	9	25	8,33	9	9	9	27	9,00
Jumlah	354	351	354	1059	353	356	363	351	1064	355	357	353	366	1076	359	383	385	391	1159	386
Rata-Rata	7,08	7,02	7,08	21,18	7,06	7,12	7,26	7,02	21,28	7,09	7,14	7,06	7,32	21,52	7,17	7,66	7,70	7,82	23,18	7,73

Lampiran 3. Tabulasi Data Sikap Konsumen Produk Sagu Ikan.

**DATA TABULASI RESPONDEN
SIKAP KONSUMEN PRODUK SAGU IKAN**

Responden	Atribut Produk Sagu Ikan										Total
	Kepentingan <i>bi</i>					Kepercayaan <i>ei</i>					
	Kenampakan	Aroma	Warna	Rasa	Tekstur	Kenampakan	Aroma	Warna	Rasa	Tekstur	
1	6	7	6	7	6	6	7	6	8	7	219
2	5	6	7	7	6	7	8	7	9	6	231
3	5	8	6	8	6	6	7	7	8	7	234
4	6	7	6	7	7	6	9	6	8	6	233
5	6	7	8	8	6	7	8	7	9	8	274
6	5	7	5	8	6	6	9	6	8	6	223
7	6	7	6	8	7	7	9	7	9	7	268
8	8	8	6	8	6	6	8	6	9	6	256
9	7	6	8	6	7	8	9	7	9	7	269
10	5	7	6	7	6	7	8	8	8	7	237
11	6	8	6	8	7	6	7	6	7	6	226
12	7	7	7	7	7	7	8	6	8	5	238
13	6	8	6	7	6	6	7	6	8	8	232
14	7	7	7	8	6	6	9	6	8	5	241
15	5	6	6	7	7	7	8	6	7	7	217
16	6	7	6	7	6	6	7	7	9	6	226
17	7	6	7	8	7	7	8	6	8	6	245
18	5	7	6	7	6	6	8	6	9	8	233
19	6	7	6	8	6	8	9	7	8	6	253
20	7	7	7	6	5	6	7	6	9	7	222
21	5	8	6	8	6	7	9	5	9	6	245
22	6	7	5	7	5	6	8	6	8	6	208
23	7	8	6	8	6	7	8	7	8	7	261

24	6	7	7	7	7	6	7	8	9	7	253
25	5	7	6	6	6	7	8	6	8	8	223
26	7	6	7	6	5	6	7	6	7	8	208
27	6	7	6	7	5	6	9	7	9	7	239
28	5	6	7	7	7	8	9	7	8	6	241
29	6	7	6	7	6	7	7	7	9	7	238
30	5	7	7	6	6	8	9	8	9	6	249
31	5	6	6	8	7	6	8	7	8	8	240
32	6	7	7	7	6	6	8	6	9	6	233
33	7	6	7	8	7	7	9	7	8	7	265
34	6	6	5	6	5	7	8	7	9	6	209
35	6	6	5	8	5	8	7	6	7	7	211
36	7	8	7	8	6	6	9	7	8	8	275
37	5	7	6	7	6	5	8	7	9	6	222
38	7	7	6	8	7	7	7	6	9	8	262
39	6	8	6	8	5	6	8	7	7	7	233
40	6	7	7	7	6	7	9	7	8	6	246
41	7	8	6	8	6	6	9	6	7	8	254
42	5	8	6	8	6	7	9	7	9	6	257
43	6	7	5	8	7	7	8	5	8	7	236
44	7	6	6	7	6	8	8	7	9	8	257
45	6	7	6	6	6	6	7	6	7	7	205
46	5	6	7	8	6	7	8	7	8	6	232
47	6	6	6	7	7	6	6	5	9	8	221
48	5	8	7	7	6	7	7	6	9	6	232
49	6	7	6	8	7	6	8	5	8	7	235
50	5	7	7	7	6	6	9	6	9	6	234
Jumlah	298	348	315	365	308	330	401	323	415	337	11682
Rata-Rata	5,96	6,96	6,3	7,3	6,16	6,6	8,02	6,46	8,30	6,74	

**SIKAP KONSUMEN PRODUK SAGU IKAN
BERDASRKAN SKALA KEPENTINGAN DAN KEPERCAYAAN**

Skala	Kepentingan <i>bi</i>					Kepercayaan <i>ei</i>				
5	16	0	5	0	7	1	0	4	0	2
6	21	13	27	7	28	24	1	22	0	20
7	12	26	16	21	15	19	13	21	7	17
8	1	11	2	22	0	6	20	3	21	11
9	0	0	0	0	0	0	16	0	22	0
Hasil Responden	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
	Kenampakan	Aroma	Warna	Rasa	Tekstur	Kenampakan	Aroma	Warna	Rasa	Tekstur
	298	348	315	365	308	330	401	323	415	337
	5,96	6,96	6,3	7,3	6,16	6,60	8,02	6,46	8,30	6,74
	<i>Kepentingan</i>					<i>Kepercayaan</i>				

Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian

Bahan Baku Utama Produk Sagu Ikan



Proses Pengolahan Bahan Baku Sagu Ikan

Olahan Daging Ikan



Olahan Tepung Sagu



Proses Percetakan Produk Sagu Ikan



Konsumen Sagu Ikan

Konsumen Pria



Konsumen Wanita

