

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Studi Pendahuluan

Sebagai identitas produk, peneliti memberi nama produk ini yaitu “SOREZI” yang merupakan singkatan dari “Siomay Goreng Bergizi”. Supaya produk SOREZI layak untuk dijual, pada tahap ini dilakukan uji pendahuluan dari resep hasil penelitian (Endardi, 2023) dengan taraf perlakuan terbaik yaitu proporsi daging ikan patin : tempe : dan kelor 60 : 30 : 10. Tujuan dilakukannya uji pendahuluan ini adalah untuk mendapatkan nilai gizi yang sesuai dengan kebutuhan dan mengurangi risiko *trial and error* pada saat penelitian utama. Setelah uji pendahuluan dengan cara uji organoleptik, didapatkan bahwa perlu adanya modifikasi resep berupa menambahkan bahan tambahan dan mengubah cara pengolahannya. Alasannya adalah, tekstur produk menjadi agak keras jika telah dingin, lalu masih terdapat bau langu dan kurangnya rasa gurih pada produk tersebut. Sehingga, bahan dan cara pengolahan yang di modifikasi disajikan dalam Tabel 5.

Tabel 5. Modifikasi Resep SOREZI

Penelitian Terdahulu		Modifikasi	
Bahan (gram)	Pengolahan	Bahan (gram)	Pengolahan
Daging Ikan Patin 60	Dikukus	Daging Ikan Patin 120	Digoreng
Tempe 30		Tempe 60	
Daun Kelor 10		Daun Kelor 20	
Kulit Siomay 80		Kulit Siomay 90	
Telur 35		Putih Telur 35	
Tepung Tapioka 75		Tepung Tapioka 200	
Garam 8		Minyak wijen 50	
Gula 2		Gula 15	
Lada 0,5		Lada 0,5	
Bawang Merah 20		Kecap Asin 2	
Bawang Putih 7		Bawang Putih 7	
		Labu siam 15	
		Saus Tiram 5	
		Minyak kelapa 75	
Total : 327,5		Total : 545,5	

Hasil analisis kandungan zat gizi modifikasi resep SOREZI sebagai inovasi usaha untuk pencegahan anemia pada ibu hamil disesuaikan dengan standar Permenkes No.51 Tahun 2016 tentang produk suplementasi gizi yang disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Nilai Gizi Modifikasi Resep Per 100 Gram

Kandungan Total Bahan	Perhitungan Nilai Gizi			
	Per 100 Gram	Standar Permenkes No. 51 Tahun 2016	Kecukupan Makanan Selingan (10%)	% Pemenuhan Kebutuhan
Energi (Kkal)	463,4	450	255,0	181
Protein (g)	10,3	10	9,00	114
Lemak (g)	26,2	20	6,73	389
Karbohidrat (g)	48,9	-	40,0	122
Fe (mg)	1,51	11-18	2,70	55,9
Vitamin C (mg)	1,8	43-85	8,50	22,1

B. Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei dengan desain penelitian eksploratif. Penelitian ini bertujuan menganalisis aspek produk, finansial, swot, dan kepuasan konsumen pada inovasi usaha SOREZI.

C. Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan April – Mei tahun 2024 dan bertepatan di:

1. Rumah produksi (Jl. Sidingkap No. 41 Kota Bangkalan, Provinsi Jawa Timur) : untuk proses pengolahan produk SOREZI.
2. Penjualan produk secara online dan offline yaitu : melakukan promosi di media social, menitipkannya ke tempat penjual kue basah yang lokasinya dekat dengan tempat produksi serta penjualan langsung oleh agen yang berkeliling ke suatu perumahan di Bangkalan.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Hasil Pengukuran	Skala Ukur
Kesesuaian Label	Label terdiri dari keterangan yang direpresentasikan dengan kata-kata maupun berupa gambar dimana perannya ialah sebagai sumber informasi mengenai produk tersebut lengkap dengan penjualannya.	<ul style="list-style-type: none"> - TM = Tidak memenuhi apabila tidak sesuai dengan syarat atau kriteria dari peraturan BPOM No. 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan. - M = Memenuhi apabila sesuai dengan syarat atau kriteria dari peraturan BPOM No. 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan. 	Ordinal
Kesesuaian Kemasan	Kemasan adalah bahan pelindung pada bagian luar produk yang memiliki fungsi untuk penyimpanan produk SOREZI	Kesesuaian kemasan terhadap syarat dan kriteria kemasan pangan	Nominal
Pemasaran	Tahap pemasaran adalah serangkaian tahapan produksi SOREZI yang bertujuan untuk distribusi produk kepada calon konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> - Produk - Harga - Promosi - Tempat 	Nominal
Biaya Tetap	Biaya yang dikeluarkan selama proses produksi SOREZI yang besarnya tidak dipengaruhi oleh jumlah produksi yang dihasilkan.	Dinyatakan dalam satuan unit (Rp)	Rasio
Biaya Variabel	Biaya yang dikeluarkan selama proses produksi SOREZI yang besarnya dipengaruhi oleh jumlah produksi yang dihasilkan.	Dinyatakan dalam satuan unit (Rp)	Rasio
Biaya Total	Penjumlahan dari biaya tetap dan biaya variabel yang dihasilkan oleh usaha SOREZI	Dinyatakan dalam satuan unit (Rp)	Rasio

Variabel	Definisi	Hasil Pengukuran	Skala Ukur
Penyusutan Alat	Penjumlahan dari biaya masa kegunaan peralatan kegiatan produksi usaha SOREZI	Dinyatakan dalam satuan unit (Rp)	Rasio
% Markup	Kenaikan harga atau total rupiah yang sudah di jumlahkan dengan biaya dari produk SOREZI untuk menghasilkan produk jual	Dinyatakan dalam satuan unit (Rp)	Rasio
Harga Pokok Produksi	Biaya-biaya yang sehubungan dengan <i>mark up</i> presentase keuntungan yang diinginkan	Dinyatakan dalam satuan unit (Rp)	Rasio
Harga Jual	Harga yang diperoleh dari penjumlahan harga pokok produksi di tambah dengan <i>markup</i> atau persen keuntungan	Dinyatakan dalam satuan unit (Rp)	Rasio
Biaya Produksi	Semua pengeluaran ekonomis yang harus dikeluarkan untuk memproduksi SOREZI	Dinyatakan dalam satuan unit (Rp)	Rasio
Penerimaan	Jumlah uang yang diterima selama proses penjualan	Dinyatakan dalam satuan unit (Rp)	Rasio
Keuntungan	Pengurangan pendapatan total dengan biaya total dari usaha.	Dinyatakan dalam satuan unit (Rp)	
<i>Break Event Point</i> (BEP)	Titik pertemuan antara biaya usaha SOREZI dengan harga jual dan volume produksi dimana usaha tidak mengalami untung dan rugi.	Dinyatakan dalam satuan unit (Rp) dan (pcs)	Rasio
Revenue Cost Ratio (R/C)	Perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya usaha SOREZI	<ul style="list-style-type: none"> - R = Usaha dinyatakan rugi apabila hasil menunjukkan <1 - U = Usaha dinyatakan untung apabila hasil >1 	Ordinal
Analisis SWOT	Identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - Kekuatan - Kelemahan - Peluang - Ancaman 	Kuadran

Variabel	Definisi	Hasil Pengukuran	Skala Ukur
Kepuasan Konsumen	Tingkat kepuasan konsumen terhadap cita rasa, warna, aroma, kemasan dan harga produk SOREZI	1. Sangat baik 2. Baik 3. Cukup 4. Kurang	Ordinal

E. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

1. Jenis Data Primer

Data primer dalam penelitian ini yaitu meliputi data kesesuaian label dan kemasan, teknik pemasaran, SWOT, perhitungan biaya dan perhitungan kelayakan usaha, yang diperoleh dengan cara observasi langsung terhadap objek yang diteliti, serta data kepuasan konsumen diperoleh dengan metode survei menggunakan instrumen kuisioner kepada 58 panelis yang telah membeli produk SOREZI serta mengisi platform survei online (*Google Formulir*).

2. Jenis Data Sekunder

Studi Pustaka, bertujuan untuk melengkapi kelengkapan data meliputi pengumpulan data informasi nilai gizi, alat dan bahan, spesifikasi bahan serta prosedur pengolahan SOREZI.

F. Pengolahan dan Analisis Data

1. Aspek Produk

a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan serangkaian langkah yang harus dilakukan sebelum memulai proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Tahap ini melibatkan penentuan tata cara pengolahan SOREZI, spesifikasi bahan, persiapan alat dan bahan, desain label dan kemasan. Alat yang dibutuhkan saat pengolahan SOREZI disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Alat Pengolahan SOREZI.

Nama	Jumlah
Blender	1
Timbangan Digital	1
Pisau	2
Talenan	1
Baskom	1
Teflon	1
Kompor Gas	1
Sendok	2

Bahan pengolahan SOREZI diperoleh dari uji pendahuluan peneliti. Rincian spesifikasi bahan disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Spesifikasi Bahan Makanan Pengolahan SOREZI

Bahan Makanan	Spesifikasi	Jumlah (g)
Daging ikan patin	Mata ikan cerah dan tidak berlendir, insang merah tidak berlendir, daging padat dan tidak lembek, ukuran ikan 1 kg isi 2 ikan berat masing masing sekitar 500 gram, didapat dari pasar besar Bangkalan.	120
Tempe	Struktur homogeny dan kompak, rasa dan bau spesifik, tidak mudah hancur saat dipotong, padat/kapang merata, bahan dari kedelai murni, warna tidak hitam, terbungkus daun.	60
Daun kelor	Segar, tidak kuning, tidak berlubang, tidak layu, warna hijau tua.	20
Kulit siomay	Bersih, tidak sobek, tekstur elastis, tidak lengket	90
Labu siam	Segar, muda, bersih, tidak berulat, tidak berlubang	15
Telur	Bersih, kulit coklat mulus, tidak ada bintik hitam dan tidak retak, aroma telur tidak busuk	35
Tepung tapioka	Kering, bersih, tidak apek, tidak berkutu, tidak menggumpal, kemasan asli dalam plastik, terdaftar BPOM, tidak kedaluarsa, merk "Pak Tani".	200
Lada	Kering, bersih, terdaftar BPOM, tidak kedaluarsa, tidak menggumpal, kemasan tidak rusak, merk "Ladaku".	0,5
Minyak wijen	Terbuat dari biji wijen asli, kemasan botol, tidak kedaluarsa, terdaftar BPOM, merk "Lee kum kee".	50
Kecap asin	Tidak tengik, terbuat dari kedelai, rasa asin, kemasan botol isi 150 ml, terdaftar BPOM, tidak kedaluarsa, merk "Kikkoman."	2
Saus tiram	Saus Oriental yang dibuat dari ekstrak tiram asli, kemasan botol, tidak kedaluarsa, terdaftar BPOM, merk "Lee kum kee."	5
Bawang putih	Kering, bersih, padat, tua, ukuran besar dan merata, tidak busuk, segar, tidak berlubang	7
Gula	Gula pasir bermerk "Gulaku", berwarna putih, tidak kedaluarsa, tidak menggumpal dan kemasan tidak rusak.	15

Hasil uji pendahuluan diperoleh kandungan gizi SOREZI per 100 gram yang disajikan dalam Tabel 10.

Tabel 10. Kandungan Energi dan Zat Gizi SOREZI per 100 gram

Kandungan Total Bahan	Nilai Gizi per 100 gram	Kecukupan Makanan Selingan (10%)	% Pemenuhan Kebutuhan
Energi (Kkal)	463,4	255,0	181
Protein (g)	10,3	9,00	114
Lemak (g)	26,2	6,73	389
Karbohidrat (g)	48,9	40,0	122
Fe (mg)	1,51	2,70	55,9
Vitamin C (mg)	1,8	8,50	22,1

b. Prosedur Pengolahan

1) Pengolahan Ikan Patin

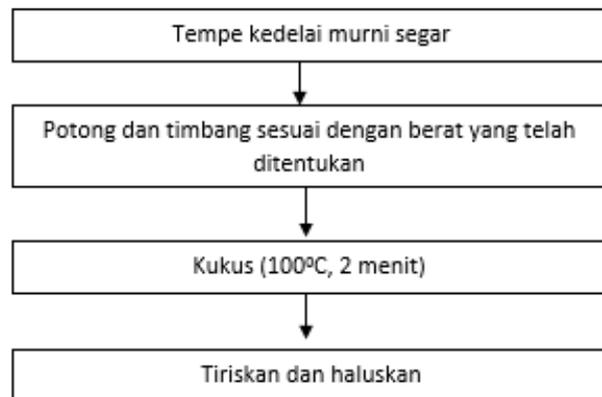
Berikut ini adalah pengolahan ikan patin menurut Silaban (2017) yang disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Pengolahan Ikan Patin

2) Pengolahan Tempe

Berikut ini adalah pengolahan tempe menurut Hudaya, dkk (2020) yang disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Pengolahan Tempe

3) Pengolahan Daun Kelor

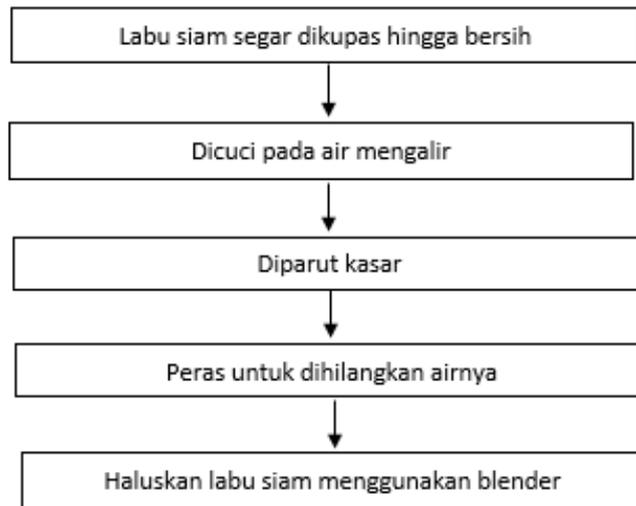
Berikut ini adalah pengolahan daun kelor menurut Citra, dkk (2021) yang disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Pengolahan Daun Kelor

4) Pengolahan Labu Siam

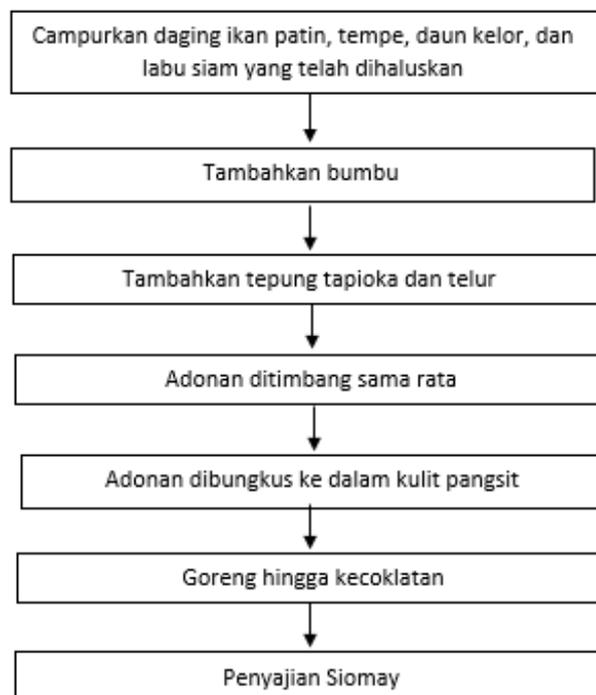
Berikut ini adalah pengolahan labu siam menurut Sari & Mahyuni (2022) yang disajikan pada Gambar 5.



Gambar 5. Pengolahan Labu Siam

5) Pengolahan SOREZI

Berikut ini adalah pengolahan SOREZI menurut yang disajikan pada Gambar 6.



Gambar 6. Pengolahan SOREZI

c. Tahap Pemasaran

Strategi pemasaran SOREZI dengan menggunakan bauran pemasaran 4P (product, price, promotion, place) yang diterapkan untuk menarik minat calon pembeli. Bauran pemasaran adalah suatu kegiatan menganalisis dari aspek produk, aspek harga, aspek promosi dan aspek tempat.

2. Aspek Finansial

Aspek finansial terdiri dari perhitungan biaya dan kelayakan usaha produk SOREZI. Penjelasan aspek finansial sebagai berikut :

a. Perhitungan biaya

Perhitungan biaya dilakukan untuk mengetahui biaya yang dikeluarkan dan pemasukan yang didapatkan dari usaha. Selain itu, digunakan untuk mengetahui harga penjualan produk. Perhitungan biaya menggunakan rumus-rumus yang disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Rumus Perhitungan Biaya

Jenis Biaya	Rumus
Total Cost	Biaya Tidak Tetap + Biaya Tetap
Penyusutan Alat	$\frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Residu}}{\text{Umur Ekonomis}} \times 100\%$
Harga Pokok Produksi	$\frac{\text{Total Biaya}}{\text{Volume Produksi}}$
Harga Jual	HPP + Markup (% Markup x HPP)
Biaya Produksi	HPP x Jumlah Produksi
Hasil Usaha	Jumlah Produksi x Harga Jual
Keuntungan	Pendapatan – Biaya Produksi

b. Kelayakan Usaha

Pengumpulan data kelayakan usaha dengan melakukan perhitungan Revenue R/C, BEP Produk, dan BEP harga. Berikut rumus yang digunakan untuk analisis kelayakan usaha pada Tabel 12.

Tabel 12. Rumus Analisis Kelayakan Usaha

Jenis Biaya	Rumus
Revenue R/C	$\frac{\text{Penerimaan}}{\text{Biaya Produksi}}$
BEP Produksi	$\frac{\text{Biaya Total}}{\text{Harga Jual Per Unit}}$
BEP Harga	$\frac{\text{Biaya Total}}{\text{Jumlah Produksi}}$

Revenue R/C Ratio digunakan untuk mengukur perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya. BEP produksi digunakan untuk mengetahui titik impas produksi dan titik impas harga minimal penjualan yang menunjukkan keadaan usaha tidak mengalami kerugian dan keuntungan.

3. Aspek SWOT

a. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diperoleh dari data penelitian observasi, wawancara dan kuesioner. Untuk membuat langkah awal analisis SWOT serta mengambil keputusan, teknik pengumpulan data ini menggunakan pengumpulan data kuesioner sebanyak 10 sampel, yang membentuk dari masing-masing variabel SWOT. Pemberian nilai rating pada faktor internal dan faktor eksternal SWOT didasarkan pada keterangan berikut ini (Rangkuti, 2015) :

- a) Skala 4 : Jika faktor tersebut berpengaruh sangat kuat bagi perusahaan (sangat baik)
- b) Skala 3 : Jika faktor tersebut berpengaruh bagi perusahaan (baik)
- c) Skala 2 : Jika faktor tersebut kurang berpengaruh bagi perusahaan (cukup)
- d) Skala 1 : Jika faktor tersebut sangat kurang berpengaruh bagi perusahaan (kurang cukup)

b. Pengolahan Data

1.) Perhitungan Bobot Faktor Internal

Faktor internal yang berasal dari dalam lingkungan perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan yang kemudian perhitungan bobot ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan atau penanganan mulai dari skala 0,00 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting) dan dimana bobot tersebut dijumlahkan tidak melebihi skor total 1.00 (Hardiyanto, 2018)

2.) Perhitungan Bobot Faktor Eksternal

Pada perhitungan bobot faktor eksternal yang berasal dari luar lingkungan perusahaan ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan atau penanganan mulai dari skala 0,00 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting) dan dimana bobot tersebut dijumlahkan tidak melebihi skor total 1.00 (Hardiyanto, 2018.)

3.) Perhitungan Bobot dan Rating Matriks

Analisis internal dilakukan untuk mendapatkan faktor kekuatan yang akan digunakan dan faktor kelemahan yang akan diantisipasi. Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) digunakan untuk mengevaluasi faktor tersebut. Penentuan faktor strategi internal dilakukan sebelum membuat matrik IFAS. Matriks IFAS dikembangkan dalam beberapa tahap yaitu (Rangkuti, 2015) :

- a) Faktor internal utama ditulis seperti proses audit internal.
- b) Nilai interval ditentukan dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting) pada setiap faktor. Nilai yang diberikan kepada masing-masing faktor menandakan tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam industri. Jumlah seluruh bobot harus sebesar 1,0.
- c) Peringkat 1 hingga 4 diberikan untuk setiap faktor untuk menandakan apakah faktor tersebut menunjukkan kelemahan mayor (peringkat = 1), atau kelemahan minor (peringkat = 2), kekuatan minor (peringkat = 3), atau kekuatan mayor (peringkat = 4). Pada kekuatan wajib mendapatkan peringkat 3 atau 4, dan kelemahan wajib mendapat peringkat 1 atau 2. Jadi, peringkat yakni berdasarkan perusahaan, sedangkan nilai yakni berdasarkan industri.
- d) Setiap nilai faktor dikalikan dengan peringkat untuk menentukan rata-rata tertimbang untuk setiap variabel.
- e) Jumlahkan rata-rata tertimbang bagi masing-masing variabel akan menentukan total rata-rata tertimbang bagi organisasi. Nilai rata-rata adalah 2,5. Total rata-rata tertimbang dibawah 2,5 mendeskripsikan organisasi yang lemah secara internal, sementara total nilai di atas 2,5 mendeskripsikan posisi internal yang kuat.

Analisis eksternal dilakukan untuk mengembangkan faktor peluang yang kiranya dapat dimanfaatkan dan faktor ancaman yang perlu dihindari. Hasil analisis eksternal dilanjutkan dengan mengevaluasi guna mengetahui apakah strategi yang dipakai selama ini memberikan respon terhadap peluang dan ancaman strategi yang dipakai selama ini memberikan respon terhadap peluang dan ancaman yang ada. Maka digunakan matrik EFAS (*External Factors Analysis Summary*) yaitu (Rangkuti, 2015) :

- a) Faktor eksternal dibuat berupa peluang dan ancaman yang ada dalam proses audit eksternal.

- b) Bobot interval ditentukan dari 0.0 (tidak penting) hingga 1.0 (sangat penting) untuk masing-masing faktor. Bobot menandakan tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam industri. Jumlah seluruh bobot harus sebesar 1.0.
- c) Peringkat 1 sampai 4 ditentukan untuk masing-masing faktor eksternal kunci tentang seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon faktor tersebut, dimana 4 = respon perusahaan superior, 3 = respon perusahaan di atas rata-rata, 2 = respon perusahaan rata-rata, 1 = respon perusahaan jelek. Peringkat dilandaskan pada efektivitas strategi perusahaan, sedangkan bobot dilandaskan pada industri.
- d) Setiap bobot faktor dikalikan dengan peringkatnya untuk menentukan nilai tertimbang.
- e) Nilai tertimbang dijumlah di setiap variabel untuk melihat total nilai tertimbang bagi organisasi. Nilai-nilai tertimbang tertinggi yaitu 4,0 dan nilai tertimbang terendah yaitu 1,0. Total nilai tertimbang rata-rata yaitu 2,5.

4) Diagram *Cartesius* Analisis SWOT

Rumus untuk menentukan titik koordinat dapat dicari dengan cara sebagai berikut : (Koordinat analisis internal ; Koordinat analisis eksternal)

$$\frac{\text{Total skor kekuatan} - \text{total skor kelemahan}}{2}; \frac{\text{Total skor peluang} - \text{total skor ancaman}}{2}$$

5) Matriks SWOT

Tahap ini dilakukan analisis secara deskriptif kualitatif, Analisis deskriptif merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman yang dimiliki oleh usaha SOREZI serta penentuan keputusan menggunakan pendekatan matriks SWOT. Analisis matriks SWOT dirumuskan berbagai kemungkinan alternatif strategi pemasaran yang akan digunakan. Kombinasi komponen SWOT merupakan strategi-strategi yang mendukung pengembangan potensi objek seperti: strategi *Strengths Opportunities* (SO), *Strengths Threat* (ST), *Weaknesses Opportunities* (WO) dan *Weaknesses Threats* (WT). Tabel matriks SWOT disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13. Matriks Analisis SWOT

IFAS EFAS	STRENGTH (S) Faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Faktor-faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Faktor peluang eksternal.	Strategi SO Daftar kekuatan untuk meraih keuntungan dari peluang yang ada	Strategi WO Daftar untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada
THREATS (T) Faktor ancaman eksternal.	Strategi ST Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT Daftar untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Umar (2010)

Keterangan:

- Strategi SO, yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar besarnya.
- Strategi ST, yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki objek untuk mengatasi ancaman.
- Strategi WO, yaitu pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- Strategi WT, yaitu kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman Setelah strategi dirumuskan maka dilanjutkan dengan perumusan program yang merupakan suatu rencana aksi (action plan).

4. Kepuasan Konsumen

Pengolahan data mutu organoleptik produk siomay berbasis ikan patin, tempe, dan daun kelor dilakukan dengan metode uji skala kepuasan. Panelis mengisi kuesioner untuk memberikan tanggapannya tentang tingkat kepuasan terhadap produk meliputi (rasa, aroma, dan warna). Metode ini menggunakan uji skala kepuasan (hedonic scale test) yang diolah dengan cara memberikan skor 1-4 dengan kriteria sebagai berikut (Ridwan, 2009) :

- 1 = Kurang
- 2 = Cukup
- 3 = Baik
- 4 = Sangat Baik

Jawaban responden selanjutnya akan diperoleh satu kecenderungan atas jawaban responden tersebut. Kuesioner yang dibagikan dilakukan

menggunakan skala Likert. Maka perhitungan indeks jawaban responden dilakukan dengan cara sebagai berikut (Ridwan, 2009) :

$$\text{Nilai Indeks} = ((F1 \times 1) + (F2 \times 2) + (F3 \times 3) + F4 \times 4) / 4$$

Keterangan :

F1 = frekuensi jawaban responden yang menjawab 1 (Kurang)

F2 = frekuensi jawaban responden yang menjawab 2 (Cukup)

F3 = frekuensi jawaban responden yang menjawab 3 (Baik)

F4 = frekuensi jawaban responden yang menjawab 4 (Sangat Baik)

Hasil indeks tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

$$\text{Skor Maksimal} = \text{Skor tertinggi likert} \times \text{jumlah responden}$$

$$\text{Persentase skor} = (\text{Total Skor} / \text{Nilai Maksimal}) \times 100$$

Kriteria Interpretasi Skor:

1. Kurang = 0% - 24,9%
2. Cukup = 25% - 49,9%
3. Baik = 50% - 74,9%
4. Sangat Baik = 75% - 100%