

Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Broiler di pasar tradisional Kecamatan Kawangkoan Kabupaten Minahasa

Lidya D. Monintja, Meiske Rundengan*, Herman Tiwow
Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado, 95115

*Korespondensi (Corresponding author) Email:
meiskemndengan2020@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk menganalisis perbedaan preferensi konsumen dalam membeli daging ayam broiler di pasar tradisional Kecamatan Kawangkoan, dan untuk menganalisis sikap konsumen terhadap atribut daging ayam broiler. Penelitian ini dilaksanakan pada Maret sampai Juli 2023 di pasar tradisional Kecamatan Kawangkoan. Penentuan sampel responden konsumen menggunakan metode accidental sampling sebanyak 100 orang. Data di analisis dengan menggunakan metode Chi-square dan Multiatribut Fishbein untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap daging ayam broiler dan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap daging ayam broiler. Hasil analisis chi-square menunjukkan bahwa semua atribut yang diteliti berbeda nyata pada taraf kepercayaan 95% yang berarti terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut yang ada pada daging ayam broiler. Berdasarkan analisis multiatribut Fishbein sikap konsumen terhadap atribut daging yang paling di pertimbangkan dalam keputusan pembelian adalah warna daging, warna kulit, aroma daging, dan lapisan lemak.

Kata kunci : Daging ayam broiler, Preferensi konsumen.

ABSTRACT

Analysis of consumer preferences in purchasing broiler chicken meat in the traditional market of Kawangkoan District, Minahasa Regency

This study aims to analyze differences in consumer preferences in buying broiler chicken meat in the traditional market of Kawangkoan District, and to analyze consumer attitudes towards broiler chicken meat attributes. This research will be carried out from March to July 2023 at the traditional market of Kawangkoan District. Determination of the sample of consumer respondents using the accidental sampling method as many as 100 people. Data were analyzed using the Chi-square and Fishbein Multiattribute methods to determine consumer preferences for broiler chicken meat and to determine consumer attitudes towards broiler chicken meat. The results of the chi-square analysis showed that all the attributes studied were significantly different at the 95% confidence level, which means that there are differences in consumer preferences for the attributes present in broiler chicken meat. Based on Fishbein's multiattribute analysis, consumer attitudes toward the most considered meat attributes in purchasing decisions are meat color, skin color, meat aroma, and fat layer.

Keyword: broiler chicken meat, consumer preferences

PENDAHULUAN

Pertambahan penduduk di Indonesia mengakibatkan permintaan akan pangan juga meningkat, karena pangan merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh manusia. Terdapat beberapa faktor untuk menciptakan Sumber Daya Manusia yang berkualitas seperti, faktor Pangan (Gizi), Pendidikan, Kesehatan, TIK, dan Jasa Pelayanan Lain. Peranan yang paling penting dari faktor tersebut adalah faktor Gizi, dimana seseorang yang kekurangan gizi akan memperlambat pertumbuhan dan perkembangan (Joko Purwono, 2014). Preferensi umumnya adalah kebiasaan memilih satu produk dibandingkan produk yang lain. Preferensi konsumen terhadap daging adalah keputusan individu mengenai apakah mereka menyukai atau tidak menyukai produk daging yang mereka beli. Ayam broiler merupakan bahan pangan yang disukai oleh sebagian besar masyarakat karena nilai gizinya yang tinggi, rasa dan aroma yang enak, tekstur yang lembut dan harga yang relatif murah. Sebagai sumber protein hewani yang sangat penting, ayam harus dipastikan selalu tersedia, baik jumlah maupun kualitasnya. Konsumen dapat mempertimbangkan karakteristik

tersebut saat membuat keputusan pembelian daging ayam broiler

Pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah maupun swasta yang bekerja sama dengan pemerintah yang berfungsi sebagai tempat proses jual beli barang atau jasa secara tradisional, di mana produk yang ditawarkan dapat di tawar secara langsung (Nur Indah Ariyani, 2014) Peningkatan konsumsi masyarakat terhadap daging ayam broiler mengakibatkan banyaknya penjual dengan produk yang sama sehingga kecil kemungkinannya untuk para pedagang mendapatkan banyak pelanggan karena persaingan yang ketat (Pramudyo, 2014). Pedagang pasar harus berupaya memenuhi kebutuhan daging ayam broiler masyarakat di Kecamatan Kawangkoan, agar bisa bersaing dengan pedagang lainnya, mereka harus mempeftimbangkan apa yang dicari konsumen saat membeli daging ayam dan faktor apa saja yang mempengaruhinya. Karena sebelum konsumen memutuskan untuk membeli pasti mereka akan memperhatikan kualitas dari produk yang akan dibelinya.

Kualitas daging ditentukan oleh empat faktor, yaitu jumlah mikroba daging, komposisi kimiawi, sifat-sifat fisik dan nilai pemuas (eating quality). Diantara empat faktor tersebut, konsumen akan lebih

mengutamakan faktor sifat fisik dan eating quality dibandingkan dengan dua faktor lainnya. eating quality lebih menuntut adanya kepekaan indra manusia yang meliputi: penglihatan, penciuman, pencicipan dan sentuhan, sebab eating quality meliputi penerimaan terhadap wama, bau, rasa, tekstur dan penerimaan terhadap daging secara keseluruhan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dipilih atribut dalam penelitian ini meliputi warna daging, warna kulit, aroma daging, lapisan lemak. Perilaku konsumen mempengaruhi pengambilan keputusan untuk memilih produk yang akan di beli (Nuraryo, 2017) Preferensi konsumen merupakan pilihan suka dan tidak suka seseorang terhadap produk yang di konsumsi. Menullt (Amstrong, 2016) ada 3 komponen yang mempengaruhi konsumen yang di mana konsumen tersebut saling berkaitan, yaitu

1. Karakteristik individu meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, dan pengetahuan gizi.
2. Karakteristik produk meliputi rasa, warna, aroma, kemasan, dan tekstur.
3. Karakteristik lingkungan meliputi jumlah keluarga, tingkat sosial, musim dan mobilitas.

Kawangkoan merupakan wilayah dengan jumlah rumah makan dan usaha makanan rumahan yang

cukup banyak, hampir semua rumah makan dan usaha makanan rumahan di kawangkoan memiliki menu olahan dari daging ayam, dan kebanyakan pemilik rumah makan, usaha makanan rumahan, konsumen yang mengkonsumsi secara pribadi atau untuk acara membeli daging di pasar tradisional, karena pasar tradisional cenderung menjual daging ayam broiler dalam keadaan segar bukan di bekukan, dengan potongan segar sesuai permintaan konsumen. Hal seperti diatas yang menjadi latar belakang saya ingin mengetahui preferensi konsumen terhadap daging ayam broiler di pasar tradisional kawangkoan.

Tujuan penelitian sebagai berikut :

- 1 Untuk menganalisis perbedaan preferensi konsumen dalam membeli daging broiler di pasar tradisional Kecamatan Kawangkoan.
- 2 Untuk menganalisis sikap konsumen terhadap berbagai atribut daging ayam broiler di pasar tradisional Kecamatan Kawangkoan

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret - Juni 2023 di Pasar Tradisional Kawangkoan, Minahasa.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif dan kualitatif, dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diambil secara langsung, sedangkan data sekunder data yang di peroleh dari data yang ada (Hartati, 2019).

Teknik Pengumpulan data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode survey dengan cara wawancara yang menggunakan daftar pertanyaan yang sudah disediakan (kuosioner).

Metode Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen daging broiler. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli daging broiler di pasar tradisional kawangkoan yang bersedia untuk diwawancarai. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling (teknik sampling kebetulan). Accidental sampling (teknik sampling kebetulan) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu

siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila pandangan orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai responden. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 responden, karena jumlah konsumen tidak teridentifikasi maka jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 responden.

Definisi Variabel

Variabel yang diamati dalam penelitian ini sebagai berikut:1) warna daging broiler 2) warna kulit daging broiler 3) aroma daging broiler 4) bobot daging broiler 5) sikap konsumen.

Model Analisis

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: analisis chi-square, analisis multiatribut Fishbein.

Analisis chi-square

Chi-square digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap daging ayam broiler. Teknik dari tes chi-square adalah tipe goodness of fit yakni bahwa tes tersebut dapat digunakan untuk menguji apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara banyak yang diamati (observed) dari objek atau jawaban yang di diharapkan (expected) berdasarkan hipotesis nol. Rumus dasar perhitungan ini adalah:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \left[\frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e} \right] \text{ dimana: } f_e = \frac{R_i \times C_i}{\sum R_i}$$

Keterangan:

χ^2 : Chi Square

f_0 : Frekuensi yang diamati pada penelitian

f_e : Frekuensi yang diharapkan pada penelitian

i.k: Kategori atribut dalam variable

R_i : Jumlah baris ke- i C_i = jumlah kolom ke- i

$\sum R_i$: Jumlah Pengamatan

Analisis multi atribut fishbein

Analisis multiatribut fishbein adalah sebuah analisis yang berfungsi sebagai alat yang dapat mempelajari proses pembentukan sikap dan memperkirakan sikap.

Rumus umum yang biasa digunakan yakni:

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

Keterangan:

A_0 : Sikap konsumen terhadap objek

B_i : tingkat keyakinan konsumen bahwa objek memiliki atribut

e_i : dimensi evaluatif konsumen terhadap variable ke- i yang dimiliki objek.

Untuk analisis Multiatribut Fishbein, langkah-langkah yang dilakukan:

1. Menentukan Penilaian kepercayaan terhadap atribut daging broiler (b_i) dengan cara menentukan standart penilaian (scoring) dengan skala likert. Skala likert berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap responden sesuatu, adalah: (5) untuk sangat baik; (4) untuk baik; (3) untuk netral; (2) untuk tidak baik dan (1) untuk sangat tidak baik.

Kemudian untuk mencari nilai kepercayaan terhadap daging ayam broiler (b_i) dilakukan dengan membagi banyaknya jawaban responden dengan jumlah responden yaitu:

$$B_i = \frac{4b+3C+2d+1a}{a+b+c+d}$$

Keterangan:

A_0 : Sikap konsumen terhadap objek

b_i : Tingkat keyakinan konsumen atas atribut

e_i : dimensi evaluatif konsumen atas variabel k_i .

2. Menentukan evaluasi mengenai atribut (e_i) dengan menentukan standard penilaian

(scoring) dengan menggunakan skala likert seperti langkah diatas kemudian scor masingmasing atribut dikalikan dengan frekuensi jawaban responden untuk mengetahui nilai evaluasi konsumen terhadap atribut daging ayam broiler.

3. Menentukan sikap terhadap objek (AO) dengan rumus

$$A_o = b_i \times e_i$$

Keterangan:

Ao: sikap konsumen terhadap daging

Bi: tingkat kepercayaan konsumen bahwa daging ayam broiler yang di beli memiliki variable tertentu (variable ke-l) el evaluasi konsumen terhadap variable ke-l yang dimiliki daging ayam broiler.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Preferensi Konsumen terhadap Atribut Daging Ayam Broiler.

Preferensi konsumen terhadap daging broiler merupakan pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap produk daging broiler yang dikonsumsi. Pilihan tersebut berbeda-beda antara konsumen satu dengan konsumen yang lain. Preferensi konsumen terhadap daging broiler di pasar tradisional Kawangkoan dapat diketahui dari frekuensi konsumen yang memilih kategori atribut dari

daging broiler yang diteliti adapun atribut daging broiler yang diteliti adalah warna daging, warna kulit, aroma daging dan lapisan lemak.

Hasil analisis Chi Square dapat diketahui bahwa preferensi konsumen terhadap daging broiler di pasar tradisional Kawangkoan pada Tabel 1 terendah adalah warna daging sebesar 22,1832, warna kulit

Tabel 1. Hasil Analisis Chi Square

Variabel	Z2Hitung	12Tabel	Keterangan
Warna Daging	52.460	2 5.991	Berbeda Nyata
Warna Kulit	47.060	2 5.991	Berbeda Nyata
Aroma/Bau	73.960	1 3.841	Berbeda Nyata
Lapisan Lemak	68.240	2 5.991	Berbeda Nyata

Tabel 2. Preferensi Konsumen terhadap daging ayam broiler di pasar tradisional Kawangkoan.

Atribut	Preferensi Konsumen
Daging Ayam Broiler	
Warna Daging	Merah Muda Kekuningan Putih Kekuningan Segar
Warna Kulit	
Aroma/Bau	
Lapisan Lemak	Lapisan Lemak Sedikit

sebesar 21,1138, aroma daging sebesar 21,526, dan Lapisan Lemak 20,108. Apabila dilihat dari peringkat, semakin tinggi nilai Ao maka atribut daging broiler tersebut menduduki peringkat pertama yang dipertimbangkan responden

Sikap konsumen daging broiler merupakan Berdasarkan tabel di atas dapat terhadap atribut yang dipertimbangkan dalam diketahui bahwa indeks sikap responden keputusan pembelian daging broiler gambaran akan pilihan konsumen tentang daging broiler, dan sikap konsumen daging broiler juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari daging broiler tersebut. Sikap konsumen terbentuk dari adanya kepercayaan dan evaluasi konsumen pada suatu produk. Kepercayaan (bi) dan evaluasi (ei) konsumen mengenai atribut daging broiler didapat dengan cara menentukan standar penilaian dengan menggunakan skala likert, kemudian skor masing-masing atribut dikalikan dengan frekuensi jawaban responden dan dibagi dengan jumlah responden, sehingga didapatkan nilai kepercayaan dan evaluasi konsumen terhadap atribut daging broiler. indeks sikap konsumen (Ao) didapatkan dengan mengalikan angka penilaian. (Simarmata 2019).

KESIMPULAN

Terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut daging broiler yang dipertimbangkan konsumen, dimana atribut yang paling dipeftimbangkan yaitu warna daging, warna kulit, aroma daging, dan lapisan lemak. Sikap konsumen terhadap atribut daging broiler yang paling dipeftimbangkan dalam keputusan pembelian daging broiler adalah warna daging broiler.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, P. K. (2016). "Peinsip-Perinsip Pemasaran". Edisi 12, Jilid I, Jakarta: Erlangga.
- Ilham, M ., D. Fitra ., P. Suryani. 2017. Preferensi Konsumen Dalam Memilih Daging Ayam Broiler Di Pasar Tradisional Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau: 491-499.
- Hartati, N. 2019. Metodologi Penelitian Sosial Media Sahabat Cendekia.
- Joko Purwono, S. S. 2014. Analisis Keutusan Pembelian Daging Sapi Oleh Konsumen Rumah Tangga (kasus: Hipermarket Giant Taman Yasmin Bogor) . Jumal Neo-Bis vol 8.
- Nur Indah Ariyani, O. H. 2014. Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan

- Sosial. Jurnal Analisa
Sosiologi, 3(1): I - 12.
- Nuraryo, I. 2017. Perilaku Konsumen
Dalam Perilaku Pembelian
Susu Kemasan Studi
Eksploratif. Jurnal
Manajemen, 6(2): 152-161.
- Pramudyo, A. 2014. Menjaga
Eksistensi Pasar Tradisional
Di Yogyakarta. Jurnal Bisnis,
Manajemen Dan Akuntansi,
2(1),, 78-93.
- Simamata, L., Osak, R. E., Endoh, E.
K., & Oroh, F. N. 2019.
Analisis Preferensi
Konsumen Dalam Membeli
Daging Broiler Di Pasar
Tradisional Kota Manado
(Studi Kasus Pasar
Pinasungkulan Karombasan).
Zootec, 39(2), 194-202