

# **Analisis preferensi konsumen dalam membeli daging babi hutan di pasar tradisional Kawangkoan kecamatan Kawangkoan kabupaten Minahasa**

M.G. Mawitjere\*, Jeane Pandey, Stevy Pangemanan

Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi 95115

\*Korespondensi (Corresponding author) Email:  
merylmawitjere045@student.unsrat.ac.id

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan preferensi konsumen dalam membeli daging babi hutan di pasar tradisional Kawangkoan dan sikap konsumen terhadap berbagai atribut daging babi hutan di pasar tradisional Kawangkoan. Penelitian ini dilaksanakan di pasar tradisional Kawangkoan pada bulan Maret-Juni 2023. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan wawancara yang menggunakan daftar pertanyaan kuesioner. Sampel dilakukan dengan metode accidental sampling dengan jumlah responden 50 orang. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Analisis data yang digunakan adalah Chi-Square dan analisis multiatribut fishben. Hasil analisis Chi-Square menunjukkan bahwa semua atribut yang diteliti berbeda nyata pada taraf kepercayaan 95%. Berarti terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut yang ada pada daging babi hutan. Berdasarkan analisis Multiatribut Fishben diketahui bahwa seluruh atribut daging babi hutan dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian daging babi hutan. Daging babi hutan yang menjadi preferensi konsumen di pasar tradisional Kawangkoan. Sikap konsumen terhadap atribut daging babi hutan yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian daging babi hutan di pasar tradisional Kawangkoan adalah warna daging babi hutan. Urutan atribut daging babi hutan dari yang paling dipertimbangkan adalah warna daging, lapisan lemak, dan aroma daging. Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut daging babi hutan yang dipertimbangkan warna daging, lapisan lemak dan aroma daging.

**Kata Kunci:** Daging babi hutan, Preferensi konsumen, Analisis Chi-Square, Analisis Multiatribut Fishben

## **ABSTRACT**

**ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES IN BUYING WILD BOAR MEAT AT KAWANGKOAN TRADITIONAL MARKET, KAWANGKOAN DISTRICT, MINAHASA REGENCY.** This study aims to analyze differences in consumer preferences in buying wild boar meat in the Kawangkoan traditional market and consumer attitudes towards various attributes of wild boar meat in the Kawangkoan traditional market. This research will be carried out in the traditional Kawangkoan market in March- June 2023. The research method used is a survey method with interviews that use a list of questionnaire questions. The sample was carried out by accidental sampling method with a total of 50 respondents. The types of data used are primary and secondary data. The data analysis used was Chi-Square and fishbien multiattribute analysis. The results of the Chi-Square analysis showed that all the attributes studied were significantly different at a 95% confidence level. This means that there are differences in consumer preferences for the attributes present in wild boar meat. Based on Fishbien's Multiattribute analysis, it is known that all attributes of wild boar meat are considered by consumers in purchasing decisions. Wild boar meat is the preference of consumers at the Kawangkoan traditional market. Consumer attitudes to the attribute of wild boar meat that is most considered in the decision to purchase wild boar meat in the Kawangkoan traditional market is the color of wild boar meat. The order of attributes of boar meat from the most considered is the color of meat, fat layer and aroma of meat. Based on the results of the analysis, it was concluded that there are differences in consumer preferences for the attributes of wild boar meat that are considered meat color, fat layer and meat aroma.

**Keywords:** Wild boar meat, Consumer preferences, Chi-Square Analysis, Fishben Multiattribute Analysis.

## **PENDAHULUAN**

Indonesia sebagai negara agraris dengan potensi pertanian, peternakan dan perikanan yang cukup besar menjadi salah satu ujung tombak pembangunan ekonomi nasional, di mana sebagian besar penduduk di Indonesia menggantungkan hidupnya dari sektor pertanian. Salah satu potensi faktor pertanian adalah sub sektor peternakan yang berguna untuk memenuhi kebutuhan protein hewani berupa telur, daging dan susu. Babi hutan Sulawesi dapat dimanfaatkan sebagai sumber pangan oleh masyarakat setempat. Beberapa konsumen memilih kualitas produk tetapi ada juga yang lebih mementingkan harga produk yang terjangkau. Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai penting yang terdapat pada suatu produk. Preferensi konsumen sangat berkaitan dengan atribut pada daging babi hutan. Konsumen sebelum memutuskan melakukan pembelian, mereka akan memulai

mempertimbangkan atribut yang ada pada daging babi hutan yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk mendapatkan kepuasan. Atribut yang paling mempengaruhi atau dipertimbangkan dalam pembelian daging babi hutan adalah warna daging babi hutan, aroma daging babi hutan, dan lapisan lemak. Sikap konsumen terhadap atribut yang dimiliki daging babi hutan dapat berbeda tergantung setiap pribadi konsumen, karena dalam pembelian daging konsumen memiliki pertimbangan dalam membeli daging babi hutan. Pertimbangan yang dimaksudkan satunya atribut yang ada di daging tersebut. Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas dan telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana perbedaan preferensi konsumen dalam membeli daging babi hutan di pasar tradisional Kawangkoan dan bagaimana sikap konsumen terhadap berbagai atribut daging babi hutan di pasar tradisional Kawangkoan,

penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan preferensi konsumen dalam membeli daging babi hutan di pasar tradisional Kawangkoan dan untuk

menganalisis sikap konsumen terhadap berbagai atribut daging babi hutan di pasar tradisional Kawangkoan.

## **MATERI DAN METODE PENELITIAN**

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Pasar Tradisional Kawangkoan. Waktu penelitian pada bulan Maret 2023

### **Jenis Data dan Sumber Data**

Dalam melaksanakan penelitian ini, terdapat dua jenis data yang digunakan yaitu jenis data kuantitatif dan jenis data kualitatif. Data kuantitatif adalah data numerik yang dianalisis secara statistik, sedangkan data kualitatif adalah data non-numerik yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang terdapat dalam angket ataupun kuesioner dengan diukur menggunakan skala Likert (Asadi, 2018).

Sumber data yaitu data primer dan sekeunder. Data primer adalah

data yang diambil langsung, sedangkan data sekunder data yang diperoleh dari data yang ada (Hartati, dkk 2019). Data primer yang diperoleh dari hasil wawancara menggunakan kuesioner atau daftar pertanyaan terhadap konsumen di pasar tradisional Kawangkoan, sedangkan data sekunder berasal dari buku literatur serta jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **Teknik Pengumpulan Sampel**

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli daging babi hutan di pasar tradisional Kawangkoan yang berkenan untuk diwawancarai. Pemilihan lokasi penelitian di tentukan dengan metode studi kasus. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. *Accidental Sampling* merupakan teknik penentuan sampel

berdasarkan kebetulan yang dimaksud dengan kebetulan yakni siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat dikatakan sampel dengan kriteria membeli daging babi hutan di Pasar Tradisional Kawangkoan.

Sampel yang akan diambil di Pasar Tradisional Kawangkoan sebanyak 50 responden, menurut Sugiyono (2013) jumlah sampel yang dianjurkan adalah sebanyak 50-100 responden.

### **Definisi Variabel dan Pengukurannya**

1. Atribut merupakan karakteristik khusus yang dimiliki suatu produk yang bertujuan untuk membedakan produk atau merek satu sama lain. Atribut dalam penelitian ini adalah warna daging, aroma, lapisan lemak.
2. Warna daging babi hutan adalah serangkaian anggapan dan kesan yang konsumen terhadap warna daging babi hutan. Atribut warna daging babi hutan dibedakan dalam

kategori merah muda, kemerah-merahan dan merah kebiru-biruan.

Pengukurannya berdasarkan skala likert (Sangat baik = 5, baik = 4, kurang baik = 3, tidak baik = 2, sangat tidak baik = 1)

3. Lapisan Lemak adalah Lapisan lemak daging babi hutan adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumenterhadap lapisan lemak daging babi. Atribut lapisan lemak daging babi hutan dibedakan dalam kategori lapisan lemak banyak (lemak yang melekat pada daging babi hutan banyak), lapisan lemak sedikit (lemak yang melekat pada daging babi hutan sedikit) dan daging babi hutan tanpa lemak (daging bersih dari lemak). Pengukurannya berdasarkan skala likert (Sangat baik = 5, baik = 4, kurang baik = 3, tidak baik = 2, sangat tidak baik = 1)

4. Aroma daging babi hutan serangkaian anggapan dan kesan konsumenterhadap aroma daging babi hutan. Atribut aroma daging babi dibedakan dalam kategori, beraroma daging babi hutan segar, tidak berbau atau tidak beraroma, Berbau Amis dan berbau busuk. Pengukurannya berdasarkan skala likert (Sangat baik = 5, baik = 4, kurang baik = 3, tidak baik = 2, sangat tidak baik = 1)
5. Preferensi konsumen adalah pilihan suka dan tidak suka seseorang terhadap produk yang di konsumsi. Preferensi akan membentuk sikap konsumen terhadap suatu objek yang pada gilirannya sikap ini seringkali secara langsung akan mempengaruhi perilaku konsumen yaitu apakah konsumen akan membeli suatu produk atau tidak. Sikap Konsumen adalah

ekspresi perasaan yang mencerminkan seseorang senang atau tidak senang terhadap suatu objek yang didasarkan pada penilaian konsumen terhadap atribut-atribut pada daging babi hutan.

### **Model analisis**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 jenis yaitu: analisis *Chi-square* dan analisis *Multiatribut Fishbein*.

1. Analisa *Chi-square*.

*Chi-square* digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap daging babi hutan. 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 (*observeb*) dari objek atau jawaban yang di harapkan (*expected*) berdasarkan hipotesis nol.

Rumus dasar perhitungan ini adalah:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{|f_{R_i \times C_i} - f_e|^2}{f_e}$$

dimana :  $f_e = \frac{\sum R_i \times C_i}{\sum R_i}$

Keterangan :

$\chi^2$  = Chi – Square

$F_0$  = frekuensi yang diamati pada penelitian

$F_e$  = frekuensi yang diharapkan pada penelitian

$i...k$  = kategori atribut dalam variabel  $R_i$  = jumlah baris ke – 1

$C_i$  = jumlah kolom ke – 1

$\sum r_i$  =  $\sum$  pengamatan

2. Analisis Multiatribut 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:

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

Keterangan :

$A_0$  = sikap konsumen terhadap daging babi hutan

$b_i$  = tingkat kepercayaan konsumen bahwa daging babi hutan yang dibeli memiliki variabel tertentu ( variabel ke – i )

$e_i$  = evaluasi konsumen terhadap variabel ke – i yang dimiliki daging babi hutan

$n$  = jumlah kepercayaan konsumen

Langkah-langkah :

1. Menentukan penilaian kepercayaan terhadap atribut daging babi hutan ( $b_i$ ) dengan cara menentukan standar penilaian (Scoring) dengan menggunakan skala likert, yaitu:

Sangat setuju = 5

Setuju = 4

Kurang setuju = 3

Tidak setuju = 2

Sangat tidak setuju = 1

kemudian untuk mencari nilai kepercayaan terhadap daging babi hutan ( $b_i$ ) dilakukan dengan membagi banyaknya jawaban

responden dengan jumlah  
responden yaitu:

$$4b + 3c + 2d + 1a$$

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

Keterangan :

bi=nilai kepercayaan terhadap  
daging babi hutan

a=jumlah responden yang  
dimiliki sangat setuju

b=jumlah responden yang  
dimiliki setuju

c=jumlah responden yang  
dimiliki kurang setuju

d=jumlah responden yang  
dimiliki tidak setuju

e=jumlah responden yang  
dimiliki sangat tidak setuju

2. Menentukan evaluasi  
mengenai atribut (ei) dengan  
menentukan standar  
penilaian (Scoring) dengan  
menggunakan skala likert  
seperti langkah diatas  
kemudian scor masing –  
masing atribut dikalikan  
dengan frekuensi jawaban  
responden untuk mengetahui  
nilai evaluasi konsumen  
terhadap atribut daging babi  
hutan.

3. Menentukan sikap terhadap  
obyek (Ao) dengan rumus

$$Ao = b_i \cdot e_i$$

Keterangan :

Ao = sikap konsumen  
terhadap daging babi hutan.

bi = tingkat kepercayaan  
konsumen bahwa daging  
babi hutan yang dibeli  
memiliki variabel tertentu  
(variabel ke – 1).

ei = evaluasi konsumen  
terhadap variabel ke – 1 yang  
dimiliki daging babi hutan,  
adapun atribut daging babi  
hutan yang diamati adalah:

1. Warna Daging Babi  
Hutan
2. Aroma Daging Babi  
Hutan
3. Lapisan Lemak Daging  
Babi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Preferensi Konsumen Terhadap Atribut-atribut Daging Babi Hutan

Preferensi konsumen terhadap  
dagig babi hutan merupakan pilihan  
suka atau tidak suka seseorang

terhadap produk daging babi hutan yang ingin di konsumsi. Pilihan tersebut berbeda- beda antara konsumen satu dengan konsumen yang lain. Preferensi konsumen terhadap daging babi hutan di pasar tradisional Kawangkoan dapat di analisis *Chi-square*. Prefrensi konsumen terhadap daging babi hutan dapat diketahui dengan melihat frekuensi konsumen dalam

Tabe 1. Hasil Analisis Chi Square

Variabel	$\chi^2$ Hitung	Df	$\chi^2$ Tabel	Keterangan
Warna Daging	7.960	2	5.991	Berbeda Nyata
Lapisan Lemak	19.240	2	5.991	Berbeda Nyata
Aroma/Bau	9.880	2	5.991	Berbeda Nyata

Tabel 2. Preferensi konsumen terhadap daging babi hutan di pasartadisional Kawangkoan

Atribut Daging Babi Hutan	Preferensi Konsumen
Warna Daging	Merah Muda
Lapisan Lemak Daging	Lapisan Lemak Sedikit
Aroma Daging	Bau Segar

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa semua atribut yang diamati dalam penelitian ini berbeda nyata dalam taraf kepercayaan 95% yang berarti bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternative ( $H_a$ ) diterima

memilih kategori atribut daging babi hutan yang diteliti. Adapun atribut daging babi hutan yang diteliti adalah warna daging, lapisan lemak dan aroma daging babi hutan.

Hasil analisis *Chi-square* dapat diketahui bahwa preferensi konsumen terhadap daging babi hutan di pasar tradisional Kawangkoan dapat disajikan pada Tabel 11 sebagai berikut:

karena  $\chi^2$  Hitung lebih besar dibandingkan dengan  $\chi^2$ Tabel. Artinya preferensi konsumen terhadap daging babi hutan di pasar tradisional Kawangkoan tidak sama atau terdapat perbedaan preferensi

konsumen terhadap daging babi hutan.

Preferensi konsumen terhadap daging babi hutan di pasar tradisional Kawangkoan dapat di ketahui dengan melihat kategori atau kriteria atribut yang paling banyak dipilih oleh responden seperti yang disajikan pada Tabel 2 sebagai berikut

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa daging babi hutan yang disukai oleh konsumen di pasar tradisional Kawangkoan adalah daging babi hutan yang memiliki warna daging merah muda, lapisan lemak sedikit, bau segar. Hasil penelitian dari Hidayati (2016) bahwa konsumen memiliki preferensi dalam memilih daging sapi memilih warna daging sapi yang merah cerah, lapisan lemak yang sedikit dan memilih bagian atas daging.

#### 1. Warna Daging

Warna daging babi hutan yang disukai oleh responden di pasar tradisional Kawangkoan adalah berwarna merah muda.

#### 2. Lapisan Lemak

Kandungan lemak yang disukai oleh responden di pasar tradisional Kawangkoan ialah daging babi hutan yang memiliki lapisan lemak sedikit.

#### 3. Aroma Daging

Aroma daging babi hutan yang disukai oleh responden di pasar tradisional Kawangkoan yaitu bau segar.

### **Keyakinan dan Kepentingan Terhadap Atribut-atribut Daging Babi Hutan**

Sikap konsumen daging babi hutan merupakan gambaran akan pilihan konsumen tentang daging babi hutan apakah disukai atau tidak disukai, dan sikap konsumen daging babi hutan juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap beberapa atribut dan manfaat dari daging babi hutan tersebut. Sikap konsumen terbentuk dari adanya kepercayaan dan evaluasi konsumen pada suatu produk. Kepercayaan (bi) dan evaluasi (ei) konsumen mengenai

atribut daging babi didapat dengan cara menentukan standar penilaian dengan menggunakan skala likert, kemudian skor masing - masing atribut dikalikan dengan frekuensi jawaban responden dan dibagidengan jumlah responden, sehingga didapatkan nilai kepercayaan dan evaluasikonsumen terhadap atribut daging babi di pasar tradisional Kawangkoan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang diyakini paling disukai olehkonsumen adalah warna daging, sebab bi yang terbesar yakni 4,48. Artinya konsumen memiliki kepercayaan bahwa warna daging babi hutan yang dibeli konsumen adalah warna daging yang paling disukai oleh konsumen. Sedangkan atribut daging babi yang kurang diyakini oleh konsumen adalah aroma daging dipertimbangkan oleh

konsumen dalam pembelian daging babi hutan adalah lapisan lemak atau dapat dikatan, konsumen merasa bahwa penilaian terhadap lapisan lemak daging adalah hal paling penting dalam membentuk sikap atau menentukan keputusan terhadap pembelian daging babi hutan.

Indeks sikap konsumen (A0) didapatkan dengan mengalika angka penilaian keyakinan (bi) dan nilai evaluasi (ei) terhadap atribut daging babi hutan. Angka ini menunjukkan penilaian konsumen terhadap atribut yang melekat pada daging babi hutan yang meliputi watna daging lapisan lemak dan aroma daging.

Adapun nilai dari indeks sikap konsumen (A0) terhadap daging babi dapat dilihat padaTabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Sikap responden terhadap daging babi hutan

Atribut Daging	Keyakinan (bi)	Kepentingan (ei)	Sikap (Ao)	Peringkat
Ayam Broiler				
Warna Daging	4,48	4,4	19,712	1
Lapisan Lemak	4,42	4,36	19,271	2
Aroma/Bau	4,3	4,46	19,178	3
Jumlah	13,2	13,22	58,161	

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa indeks sikap konsumen terhadap atribut yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian daging babi hutan berturut-turut dari yang paling tinggi sampai rendah adalah warna daging sebesar 19,717, lapisan lemak sebesar 19,271 dan aroma daging sebesar 19,178.

Apabila dilihat berdasarkan peringkat, semakin tinggi nilai A0 maka atribut daging babi tersebut menduduki peringkat yang pertama yang paling dipertimbangkan oleh konsumen, begitu pula seterusnya sehingga tabel 3 menunjukkan bahwa yang menduduki peringkat pertama adalah atribut warna daging, peringkat kedua lapisan lemak dan yang ketiga aroma daging.

Sikap konsumen terhadap daging babi hutan didasarkan pada penilaian seseorang terhadap atribut - atribut yang dimiliki oleh daging babi tersebut. Penilaian yang dimaksud menyangkut dua hal, yakni keyakinan (Belief) bahwa daging babi hutan memiliki atribut

tertentu serta evaluasi terhadap atribut tersebut. Salah satu model pendekatan sikap terhadap multiatribut adalah model Fisben.

Atribut warna daging babi hutan merupakan yang paling pertama di pertimbangkan oleh konsumen di pasar tradisional Kawangkoan dalam proses pengambilan keputusan pembelian daging babi hutan, atribut yang kedua yang dipertimbangkan oleh konsumen responden daging babi hutan dalam proses pembelian daging babi hutan adalah lapisan lemak, dan atribut yang ketiga yang paling dipertimbangkan konsumen dalam proses pembelian daging babi hutan adalah aroma daging.

## **KESIMPULAN**

Daging babi hutan yang menjadi preferensi konsumen di pasar tradisional Kawangkoan adalah semua atribut yang diteliti dalam penelitian ini berbeda nyata dalam taraf kepercayaan 95% yang berarti bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen atribut- atribut yang ada pada daging babi hutan.

daging babi hutan, lapisan lemak, dan aroma daging.

Sikap konsumen terhadap atribut daging babi hutan yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian daging babi

hutan di pasar tradisional Kawangkoan adalah warna daging. Urutan atribut yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah warna

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Hidayati, F., & Gusteti, Y. 2016 Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Sapi di Pasar ternak gunung Medan, Kabupaten Dharmasyara, Sumatera Barat. *Agrimeta*.
- Kant, I., Pandelaki, A. J., & Lampus, B. S., 2013. Gambaran Kebiasaan Makan Masyarakat di Perumahan Allandrew Permai Kelurahan Malalayang Lingkungan XI Kota Manado. *Jurnal Kedokteran Komunikasi Dan Tropik*.
- Kirana A., & Setiadi, A., 2020. Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler Di Pasar Tradisional Kota Semarang, Jawa Tengah. *Jurnal Peternakan Dan Pertanian*.
- Naibaho, E, D. 2023. Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Babi Di Pasar Tradisional Bersehati Kota Manado. Skripsi, Program Sarjana Universitas Sam Ratulangi
- Nurdin, I., & Hartati, S., 2019. Metodologi Penelitian Sosial . Media Sahabat Cendekia.
- Putri, A, N. 2017. Preferensi Konsumen Terhadap Daging Sapi Di Pasar Tradisional Kota Padang. Skripsi, Fakultas Peternakan, Universitas Andalas
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Utiah, M. P., Kalangi, J. K. J., & Oroh, F. N. S., 2021 Analisis Perbedaan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Ras Pada Pasar Tradisional dan Modern di Kota Manado. *Jurnal Zootec*.
- Wahyono, B. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Bantul Kabupaten Bantul. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta