

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT
PREFERENSI KONSUMEN DAN PENGAMBILAN
KEPUTUSAN DALAM MEMILIH DAGING SAPI DI PASAR
TRADISIONAL KECAMATAN SAPE, KABUPATEN BIMA**

SKRIPSI



Oleh:

HAIRIL ANSYARIF

NPM. 218.210.410.77

**PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG
2021**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT
PREFERENSI KONSUMEN DAN PENGAMBILAN
KEPUTUSAN DALAM MEMILIH DAGING SAPI DI PASAR
TRADISIONAL KECAMATAN SAPE, KABUPATEN BIMA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Peternakan (S, Pt.) Pada Fakultas Peternakan Universitas Islam
Malang**



Oleh:

HAIRIL ANSYARIF

NPM. 21821041077

**PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG
2021**

Abstrak

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Preferensi Konsumen Dan Pengambilan Keputusan dalam Memilih Daging Sapi di Pasar Tradisional Kecamatan Sape, Kabupaten Bima

Hairil Ansyarif¹, (Dibimbing oleh **Ir. Hj. Sri Susilowati M.M.** sebagai pembimbing utama dan **Oktavia R. Puspitarini S.Pt, M.Si.** Sebagai Pembimbing Anggota). *fakultas Peternakan Universitas Islam Malang*

Email :hairilansyarif96@gmail.com

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor dan atribut yang mempengaruhi tingkat preferensi konsumen dan pengambilan keputusan dalam memilih daging sapi di Pasar Tradisional, Kecamatan Sape, Kabupaten Bima. Materi yang digunakan dalam penelitian preferensi konsumen dalam memilih daging sapi. Bahan yang digunakan adalah kuisioner dan daging sapi. Metode dalam penelitian ini adalah survei dengan pengambilan responden secara *purposive sampling*.

Penelitian membutuhkan data yang relevan dan benar tanpa adanya manipulasi data guna keberhasilan penelitian. Oleh karena itu, pentingnya data yang akurat dan dapat dipercaya maka diperlukan pengambilan data dengan metode survei yang terbagi menjadi 4 macam, yaitu sebagai berikut: wawancara, kuisioner, observasi dan penentuan lokasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa **kriteria konsumen berdasarkan jenis kelamin perempuan rata-rata 35-65% adalah perempuan yang berlatar belakang ibu-ibu rumah tangga lulusan SMP dengan jumlah 45% dari jumlah populasi konsumen. Preferensi konsumen dalam memilih daging sapi di Kecamatan Sape rata-rata 45% warna merah, 50% kriteria daging has dalam, 50% empuk dan 50% aroma bau khas segar. Berdasarkan sampel dominan konsumen dalam memilih atribut daging sapi di pasar tradisional sape kabupaten Bima. Faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen adalah faktor perbedaan individu dengan sumber daya konsumen 40% dari jumlah populasi**

Kesimpulan penelitian atribut daging sapi yang menjadi tingkat preferensi konsumen di Kecamatan Sape, Kabupaten Bima yaitu daging sapi yang berwarna merah, bagian daging has dalam, tekstur empuk dan aroma yang segar.

Kata Kunci : *Preferensi Konsumen, Pengambilan Keputusan, Daging Sapi*

Abstract

“Factors Affecting The Level of Consumer Preference and Decision Making In Choosing Beef In Traditional Markets Sape Disctrict, Bima Regency”

The purpose of this study was to analyze the factors and attributes that affect the level of consumer preference and decision making in choosing beef in traditional markets, Sape District, Bima Regency. The materials used were questionnaires and beef. The method in this research is a survey by taking respondents by purposive sampling with data collection techniques by interview, questionnaire, and observation. The results showed that the consumer criteria based on female gender on average 35-65% were women with a background of housewives who graduated from junior high school with a total of 45% of the total consumer population. Consumer preferences in choosing beef in Sape District show an average of 45% red color, 50% deep beef, 50% tender texture and 50% distinctive aroma of fresh meat. Factors that influence consumer decision making are the differences between individuals and consumer resources of 40% of the total population. The conclusion of the research on the attributes of beef which is the level of consumer preference in Sape District, Bima Regency is red beef, the deep beef portion, soft texture and distinctive aroma of fresh meat.

Keywords: Consumer Preferences, Decision Making, Beef

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pola konsumsi masyarakat mulai berubah dan cenderung mengalami peningkatan ke arah konsumsi protein hewani. Hal ini tidak lepas dari adanya peningkatan pendapatan dan pengetahuan serta kesadaran masyarakat akan nilai gizi dari pangan. Daging sapi merupakan bahan pangan hewani yang digemari oleh seluruh lapisan masyarakat karena rasanya yang lezat dan bergizi tinggi. Oleh karena itu, berbagai macam cara harus dilakukan oleh produsen untuk menyediakan daging sapi yang layak konsumsi, salah satunya adalah dengan tidak menjual sapi glonggongan. Istilah glonggongan (diambil dari bahasa Jawa: glonggong) yang dikaitkan dengan produk daging (biasanya sapi), dipakai untuk daging yang dijual setelah melalui proses yang tidak wajar. Beberapa jam sebelum penyembelihan, hewan potong diminumkan air (secara paksa) dalam jumlah besar dengan maksud meningkatkan massa daging. Akhirnya, setelah hewan dipotong bobot dagingnya akan lebih tinggi dan dengan demikian harga jualnya lebih tinggi. Dalam beberapa saat, bobot daging akan menyusut secara drastis setelah airnya keluar. Cara penjualan curang seperti ini banyak dilaporkan di daerah Jawa Tengah. Penjualan daging glonggongan melanggar hukum. Selain itu daging glonggongan diduga tidak sehat untuk dikonsumsi (Anonim, 2007).

Masyarakat dalam melangsungkan kehidupannya diperlukan pemenuhan gizi yang cukup, khususnya yang mengandung protein tinggi, baik dari nabati maupun hewani, yang salah satunya berasal dari daging sapi. Kebutuhan daging sapi dalam negeri sebesar 663.290 ton, kebutuhan daging masyarakat tidak dapat dipenuhi oleh produksi daging sapi dalam negeri. Dengan asumsi tersebut, maka total konsumsi daging sapi oleh masyarakat mencapai 385.000 ton/tahun. Ciri-ciri daging sapi segar dan dapat dikonsumsi sebagai bahan makanan adalah pertama, warna daging merah terang, kedua berserat halus dengan sedikit lemak, ketiga yaitu konsistensinya kenyal, dan yang keempat bau dan aromatis (baunya tidak terlalu amis, segar, dengan aroma khas daging sapi), permukaan terlihat mengkilat.

Konsumen perlu memperhatikan berbagai macam atribut yang melekat pada daging sapi yang dijadikan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan membeli daging sapi. Menurut Sumarwan (2004), perilaku konsumen akan sangat terkait dengan atribut produk adalah karakteristik dari suatu produk yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat preferensi konsumen dan pengambilan keputusan dalam memilih daging sapi antara lain adalah warna daging sapi, aroma daging, kekenyalan kulit, bobot daging dan harga. Faktor-faktor tersebut merupakan atribut yang dimiliki oleh daging sapi. Konsumen yang rasional tentu saja akan mempunyai sikap positif terhadap daging sapi dengan harga murah, warna daging yang segar, aroma daging yang tidak berbau dan bobot

daging yang cukup besar. Kepedulian dan kesadaran konsumen terhadap nilai gizi sangat berpengaruh terhadap preferensi (tingkat kesukaan) konsumen dalam memilih bahan pangan yang bersih dan sehat.

Tingkat konsumsi masyarakat Nusa Tenggara Barat (NTB) terhadap produk peternakan terutama yang berasal dari daging menunjukkan trend yang meningkat di tahun 2016 sebanyak 2,9 Kg/tahun, di tahun 2017 untuk daging sapi dan kerbau menjadi 2,93 kg/tahun. Hal ini menjadi bukti bahwa kontribusi usaha peternak sapi di NTB terhadap pengembangan dan nilai konsumen dalam daerah sangat signifikan disetiap tahunnya (Aminurrahman, 2018).

Pasar Tradisional adalah sebuah tempat terbuka yang terjadi proses transaksi jual beli dengan proses tawar menawar. Di pasar tradisional ini para pengunjungnya tidak selalu menjadi pembeli karena dia juga bisa menjadi penjual. Pasar tradisional bisa digolongkan ke dalam 3 bentuk yakni pasar khusus, pasar berkala dan pasar harian (Sadilah dkk, 2011). Salah satu contoh pasar tradisional yang terdapat di kota Bima pasar Amahami, Kecamatan Sape. Persaingan antar pedagang daging sapi di pasar tradisional dalam hal pemasaran semakin ketat menuntut para pedagang untuk menerapkan strategi secara tepat dan efisien. Oleh karena itu, penting bagi pedagang daging sapi untuk mengetahui perkembangan, kebutuhan, dan memahami atribut-atribut yang melekat pada daging sapi, seperti warna, bagian daging tekstur, kandungan lemak. Dengan mengetahui atribut daging sapi yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen, maka dapat diputuskan bagaimana strategi

pengembangan yang akan dilakukan sehingga konsumen, merasa puas akan produk yang diberikan sehingga penting sekali bagi produsen dan pemasaran dalam menyediakan daging sapi yang diinginkan konsumen. Hal inilah yang mendorong penelitian mengenai tingkat preferensi dan pengambilan keputusan konsumen dalam daging sapi.

Konsumen dapat memperoleh daging sapi di pasar tradisional. Konsumen kerap dihadapkan pada kebingungan dalam memilih tempat berbelanja daging sapi karena masing-masing memiliki kriteria-kriteria sendiri dalam menentukan tempat pembelian daging sapi seperti fasilitas, mutu produk, harga, dan ketersediaan waktu yang dimiliki konsumen. Keadaan lingkungan yang kompetitif memaksa diperlukannya strategi untuk dapat menarik pelanggan baru. Pasar harus mampu untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Salah satu cara yang dibutuhkan adalah dengan meningkatkan kepuasan konsumen dalam berbelanja. Kepuasan konsumen dalam hal lokasi, keseragaman produk, harga, pelayanan, dan kenyamanan diperlukan agar konsumen memiliki perilaku untuk membeli lagi dan mampu untuk menarik pelanggan baru (Tresnawati, 2007).

Berdasarkan uraian diatas, maka judul yang di ajukan dalam penelitian ini adalah. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PREFERENSI KONSUMEN DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM MEMILIH DAGING SAPI DI PASAR TRADISIONAL KECAMATAN SAPE KABUPATEN BIMA".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi tingkat preferensi konsumen dan pengambilan keputusan dalam memilih daging sapi di Pasar Tradisional, Kecamatan Sape Kabupaten Bima.?
2. Atribut daging sapi manakah yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Tradisional, Kecamatan Sape Kabupaten Bima.?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari analisa yang dilakukan adalah:

1. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat preferensi konsumen dan pengambilan keputusan dalam memilih daging sapi di Pasar Tradisional, Kecamatan Sape, Kabupaten Bima.
2. Untuk menganalisis atribut-atribut daging sapi yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Tradisional Kecamatan Sape, Kabupaten Bima.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan kegunaan penelitian secara teori dan praktis.

Berikut beberapa perolehan kegunaan penelitian antara lain:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi peneliti maupun akademis untuk menambah pengetahuan serta memberikan sumber informasi untuk pengembangan teoritik selanjutnya yang berkaitan dengan preferensi konsumen terhadap daging sapi guna memperoleh penelitian yang maksimal.

2. Secara praktis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi produsen dan pemasar mengenai daging sapi yang menjadi preferensi konsumen dan sebagai dasar pertimbangan untuk penentuan strategi pemasaran daging sapi di kecamatan Sape Kabupaten Bima secara efektif dan efisien.

1.5. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian adalah adanya faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat preferensi konsumen dan pengambilan keputusan dalam memilih daging di Pasar Tradisional, Kecamatan Sape, Kabupaten Bima.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Kriteria konsumen dalam memilih daging sapi di Kecamatan Sape Kabupaten Bima dilakukan berdasarkan jenis kelamin perempuan, terutama ibu rumah tangga dengan latar belakang pekerjaan pegawai swasta serta jumlah pendapatan rata-rata Rp 1.000.000 sampai 2.000.000.
- b. Atribut daging sapi yang menjadi preferensi konsumen di Kecamatan Sape, Kabupaten Bima yaitu, daging sapi yang berwarna merah, bagian daging has dalam, tekstur daging yang empuk dan rasa yang enak.
- c. Pengambilan keputusan konsumen dalam memilih daging sapi adalah, berdasarkan faktor-faktor lingkungan, adanya pengaruh keluarga; kemudian berdasarkan faktor-faktor perbedaan individu sesuai dengan sumber daya konsumen; sedangkan berdasarkan faktor-faktor psikologis keputusan konsumen sesuai dengan informasi.

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka pemasaran diharapkan dapat menyediakan daging sapi yang sesuai dengan tingkat preferensi konsumen yaitu, daging sapi yang berwarna merah, bagian daging has dalam, tekstur yang empuk serta aroma khas daging sapi. Pemasar juga di tuntut supaya selalu menjaga kebersihan tempat penjualannya untuk

menghindari infeksi bakteri dan kuman pada daging yang bisa mengakibatkan daging cepat busuk, dan untuk memudahkan konsumen memilih bagian daging sapi sebaiknya pemasar menyajikan bagian daging sapi atas dan bawah secara terpisah.

DAFTAR PUSTAKA

- Andy, B.2013. Faktor internal dan eksternal terhadap keputusan pembelian telepon seluler merk Nokia.Jurnal Manajemen dan Akutansi.2(1):85-100.
- Annisa. 2017. Preferensi Konsumen Terhadap Daging Sapi Di PasarTradisioKota Padang. Fakultas Peternakan. Universitas Andalas. Padang.
- Anonimus. 2008. *Angka Melek Huruf*. Data Statistik Indonesia.<http://www.datastatistikindonesia.com/content/view/730/730/>. Diakses tanggal 10 April 2019.
- Arum, W. 2008. Analisis Prefensi Konsumen dalam Membeli Daging Sapi di Pasar Tradisional Kabupaten Purworedjo. Skripsi. Fakultas Pertanian Universias Sebelas Maret. Surakarta.
- Astawan. 2006. Mengapa kita perlu makan daging.kompas CyberMedia.Bandung. <http://multiply.com/kulinerkita/daging.html>. Diakses padat anggal 24 Februari 2013.
- Dr. H. Aminurrahman M,si. Saat jumpa pers diruang media center Humas danprotokol Setda Provinsi NTB).Detik.Com NTB
- News.RetrievedDecember 10, 2012,from.<http://news.detik.com/read/2008/05/08/075413/935748/471/kebijakan-import-dagingsapi-dan-ketahanan-pangan>.
- Perilaku Konsumen. Ghalia Indonesia. Jakarta. 2003. Perilaku Konsumen, Teori, dan Aplikasinya.
- Prasetijo, R dan Ihalauw, J. 2005. Perilaku Konsumen. Penerbit Andi.Yogyakarta.
- Prima, I. B. (2008, May 8). Kebijakan impor daging sapi dan ketahanan pangan. Detik.C0m.
- Ridwan, s. Sundjaja dan Kuncoro, Achmad. 200. *Metode Kuantitatif Teori danAlikasi Bisnis*. Kencana Media. Jakarta.
- Soeparno. 2005. Ilmu dan Teknologi Daging. Gajah Mada University Press. Yogyakarta. Sumarwan, U. 2002.
- Surakhmad, W. 1994. *Metode Ilmiah Penelitian, Metode, dan Teknik Penelitian* Tarsito. Bandung.