

Analisis Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Daging Sapi di Perumahan Bumi Sambutan Asri Kota Samarinda

Yudha Aulia Firnanda ^{1,*}, Ibrahim ², dan Dinar Anindiyasari ³

Jurusan Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Mulawarman, Samarinda.

¹ yudhauliaf@gmail.com; ² ibrahimhajii1789@gmail.com; ³ dinaranindiyasari29@gmail.com

* Corresponding Author

ABSTRAK

Daging sapi merupakan sumber protein hewani yang banyak diminati masyarakat. Selain bergizi tinggi, daging sapi juga mudah ditemukan di berbagai tempat seperti pasar, minimarket, dan mall. Berbagai macam atribut pada daging sapi akan menjadi hal yang penting bagi konsumen sebagai pertimbangan mereka dalam membuat keputusan untuk membeli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja atribut yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen dalam mengambil keputusan dalam membeli daging sapi. Penelitian ini menggunakan form kuesioner sebagai pengambilan data sampel kemudian dianalisis menggunakan metode analisis chi square dan metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orang-orang yang membeli daging sapi berjenis kelamin perempuan sebanyak 73,1%, dengan kelompok umur 40-49 tahun, tingkat pendidikan SMA, jenis pekerjaan sebagai ibu rumah tangga, pendapatan per bulan Rp2.500.000-Rp5.000.000. Berdasarkan hasil analisis chi square dapat dilihat bahwa semua atribut daging sapi yang diamati dalam penelitian ini berbeda nyata. Daging sapi yang menjadi preferensi konsumen di Perumahan Bumi Sambutan Asri adalah daging berwarna merah cerah, kandungan lemak sedikit, dan bagian daging golongan pertama (has dalam, has luar, lamosir).

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](#) license.



ABSTRACT

Beef is a source of animal protein that is in great demand by our society. Apart from being highly nutritious, beef is also easy to find in various places such as markets, minimarkets, and malls. Various kinds of attributes on beef will be an important thing for consumers in making a decision to buy. This study aims to determine what attributes are the preferences of consumers in making decisions in buying beef. The study was using a questionnaire form as sample data collection then analyzed using chi square analysis and descriptive method. The results showed that the people who bought beef were female as many as 73.1%, with an age group of 40-49 years, senior high school level, type of work as housewives, monthly income of IDR 2,500,000 - IDR 5,000,000. Based on the results of the chi square analysis, it can be seen that all the attributes of beef observed in this study were significantly different. Beef that is the consumer's preference at Bumi Sambutan Asri Residence is bright red meat, low fat content, and the first class of meat (sirloin, tenderloin, and cube roll).

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](#) license.



Article History

Received 2023-02-12

Revised 2023-04-26

Accepted 2023-05-10

Kata Kunci

Daging Sapi

Atribut

Preferensi Konsumen



Article History

Received 2023-02-12

Revised 2023-04-26

Accepted 2023-05-10

Keywords

Beef

Attributes

Consumer

Preferences

1. Pendahuluan

Protein mempunyai banyak fungsi bagi tubuh kita baik untuk orang dewasa maupun untuk anak-anak yaitu sebagai zat pembangun. Selain itu protein juga berfungsi dalam mekanisme pertahanan tubuh melawan berbagai mikroba dan zat toksik lain yang datang dari luar, protein mengatur proses-proses metabolisme dalam bentuk enzim dan hormon (Diana, 2009). Protein hewani yang berasal dari hewan masih menjadi pilihan terbaik dalam pemenuhan gizi bagi masyarakat kita. Komoditas peternakan yang mempunyai potensi tinggi dalam pemenuhan protein hewani di Indonesia adalah peternakan sapi potong.

Daging Sapi merupakan sumber protein hewani yang banyak diminati masyarakat kita. Selain karena rasanya yang lezat dan bergizi tinggi, daging sapi juga mudah ditemukan di berbagai tempat seperti pasar, minimarket, dan mall. Pasar tradisional masih menjadi andalan konsumen dalam membeli daging sapi. Hal ini disebabkan oleh harga yang menjadi salah satu faktor pertimbangan dalam pembelian daging sapi.

Berbagai macam atribut pada daging sapi akan menjadi suatu hal yang sangat penting bagi konsumen sebagai pertimbangan mereka dalam membuat keputusan untuk membeli. Atribut produk adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh pembeli pada saat membeli produk, seperti harga, kualitas, kemasan, kelengkapan fungsi (fitur), desain, layanan purna jual, dan lain-lain (Simamora, 2003). Sama halnya dengan pembelian daging sapi, beberapa contoh atribut yang menjadi pertimbangan bagi konsumen adalah seperti warna, kandungan lemak, dan bagian daging. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat preferensi konsumen terhadap suatu pembelian daging sapi dari berbagai atribut yang ada di kota Samarinda.

2. Metode

2.1. Metode Pengambilan Sampel

Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Kriteria sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebuah keluarga yang pernah membeli daging sapi. Pada penentuan sampel ini, Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah rumus slovin yang dimana hal ini digunakan dalam menghitung dan menentukan sampel yang tepat maupun jelas dalam sebuah penelitian serta merupakan gambaran umum mengenai jumlah populasi (jumlah kartu keluarga). Rumus slovin ditulis secara matematis sebagai berikut:

$$\text{Jumlah sampel} = \frac{\text{Jumlah Populasi}}{(1+(\text{Jumlah populasi} \cdot \text{margin error}^2))}$$

$$\text{Jumlah Sampel} = \frac{203}{(1+(203 \cdot 0.1^2))}$$

$$\text{Jumlah Sampel} = \frac{203}{3,03}$$

$$\text{Jumlah Sampel} = 66,9$$

Jadi, dalam penelitian ini, didapatkan hasil dari sebuah keluarga yang berjumlah 203 Kartu Keluarga dengan margin error 10% sehingga didapatkan n atau jumlah sampel yang dicari berjumlah 67 orang responden.

2.2. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan dua metode yaitu metode deskriptif dan metode analisis chi-square. Metode deskriptif dan analisis *chi square* digunakan untuk menganalisis bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut-atribut yang ada pada daging sapi. Kemudian hasil yang didapat akan dihitung menggunakan *IBM SPSS Statistic 26*.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian yang dilakukan ini dibagi menjadi enam karakteristik, yaitu menurut jenis kelamin, kelompok umur, latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan per bulan. Karakteristik responden ini dapat dilihat sebagai berikut.

3.1.1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Karakteristik responden pembelian daging sapi yang dibagi menurut jenis kelaminnya adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah responden | Persentase (%) |
|---------------|------------------|----------------|
| Laki-laki | 18 | 26,9 |
| Perempuan | 49 | 73,1 |
| Total | 67 | 100 |

Berdasarkan Tabel 1. di atas, dari jumlah tersebut dapat dikatakan bahwa hasil menunjukkan hal yang lumrah karena pada umumnya perempuan yang bertugas membeli bahan makanan. Hal tersebut juga terjadi karena perempuan mempunyai peranan penting dalam rumah tangga dalam menyediakan bahan konsumsi untuk keluarga di rumah. Perempuan juga cenderung lebih senang dalam berbelanja atau bertransaksi baik itu di pasar tradisional maupun di mall.

Kecenderungan laki-laki dan perempuan dalam memilih atribut saat membeli daging sapi adalah memilih daging golongan pertama (has dalam, has luar, lamosir), membeli sebanyak 1 kg – 2 kg dalam kurun waktu yang tidak tentu, membeli daging di pasar tradisional dan membeli daging segar untuk variasi menu makanan di rumah. Mereka juga cenderung menyukai tekstur daging yang sedang (tidak lembek maupun tidak kenyal), berwarna merah cerah, serat daging yg halus, kandungan lemak sedikit, dan memiliki kandungan air sedang.

3.1.2. Karakteristik Responden Menurut Kelompok Umur

Umur merupakan suatu hal yang penting dalam memahami perilaku konsumen, karena umur konsumen akan memengaruhi tindakan mereka dalam memilih suatu produk, yaitu daging sapi dalam hal ini. Kebutuhan dan kesukaan seseorang terhadap sesuatu akan berubah sesuai dengan umur (Simamora, 2004). Di bawah ini terdapat karakteristik responden pembelian daging sapi yang dibagi menurut kelompok umurnya, yaitu sebagai berikut.

Tabel 2. Karakteristik Responden Menurut Kelompok Umur

| Kelompok Umur | Jumlah Responden (Orang) | Persentase (%) |
|---------------|--------------------------|----------------|
| 20-29 | 13 | 19,4 |
| 30-39 | 16 | 23,9 |
| 40-49 | 27 | 40,3 |
| 50-69 | 11 | 16,4 |
| Total | 67 | 100 |

Berdasarkan Tabel 2. di atas, menunjukkan bahwa umur responden terbanyak adalah kelompok umur yang berkisar antara 40-49 yaitu sebesar 40.3% atau 27 orang dari 67 total jumlah responden. Pada usia ini, mereka sudah memiliki kemampuan untuk mencari nafkah atau bekerja, dan memiliki tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan konsumsi makanan terhadap keluarga.

Kecenderungan responden dengan umur 20-29 tahun dan 30-39 tahun dalam memilih atribut saat membeli daging sapi adalah memilih daging golongan pertama (has dalam, has luar, lamosir), membeli sebanyak 1 kg – 2 kg dalam kurun waktu yang tidak tentu, membeli daging di pasar tradisional dan membeli daging segar. Alasan mereka membeli daging dikarenakan rasa yang lezat. Mereka juga cenderung menyukai daging yang berwarna merah cerah, tekstur daging yang sedang (tidak lembek maupun tidak kenyal, kandungan lemak sedikit, dan memiliki kandungan air sedang). Kelompok umur 20-29 tahun dan 30-39 tahun

hanya memiliki perbedaan dalam memilih serat daging. Pada kelompok umur 20-29 tahun lebih menyukai serat daging yang halus sedangkan pada kelompok umur 30-39 tahun lebih menyukai serat daging yang kasar.

Kecenderungan responden dengan umur 40-49 tahun dalam memilih atribut saat membeli daging sapi adalah memilih daging golongan pertama (has dalam, has luar, lamosir), membeli sebanyak 1 kg – 2 kg dalam kurun waktu yang tidak tentu, membeli daging di pasar tradisional dan membeli daging segar. Alasan mereka membeli daging adalah untuk variasi menu makanan di rumah. Mereka juga cenderung menyukai serat daging yang halus dan daging yang berwarna merah cerah, tekstur daging yang sedang (tidak lembek maupun tidak kenyal, kandungan lemak sedikit). Namun mereka sama-sama menyukai daging sapi yang memiliki kandungan air sedang maupun kandungan air yang sedikit. Sedangkan kecenderungan responden dengan umur 50-69 tahun dalam memilih atribut saat membeli daging sapi adalah memilih daging golongan kedua (tanjung, kelapa, penutup, pendasar, gandik, kijen, sampil besar dan kecil), membeli sebanyak 1 kg – 2 kg dalam kurun waktu yang tidak tentu, membeli daging di pasar tradisional dan membeli daging segar. Alasan mereka membeli daging adalah untuk variasi menu makanan di rumah. Mereka juga cenderung menyukai serat daging yang halus dan daging yang berwarna merah hati, tekstur daging yang sedang (tidak lembek maupun tidak kenyal, kandungan lemak sedikit dan kandungan air sedang).

3.1.3. Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan dapat memengaruhi seseorang dalam mencari kualitas dari sebuah informasi maupun pengetahuan yang didapat. Semakin tinggi tingkat pendidikannya, maka seseorang akan memiliki ilmu pengetahuan yang lebih tinggi pula atau lebih dalam pemahamannya terhadap suatu hal. Di bawah ini terdapat karakteristik responden pembelian daging sapi yang dibagi menurut tingkat pendidikannya, yaitu sebagai berikut.

Tabel 3. Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan

| Pendidikan | Jumlah Responden (Orang) | Persentase (%) |
|------------|--------------------------|----------------|
| Diploma | 7 | 10,4 |
| S1 | 27 | 40,3 |
| S2 | 2 | 3,0 |
| SMA | 30 | 44,8 |
| SMP | 1 | 1,5 |
| Total | 67 | 100 |

Berdasarkan Tabel 3. di atas, secara keseluruhan responden memiliki latar belakang pendidikan yang cukup dikarenakan telah melalui wajib belajar selama 9 tahun. Kecenderungan responden dengan latar belakang pendidikan Diploma dalam memilih atribut saat membeli daging sapi adalah memilih daging golongan pertama (has dalam, has luar, lamosir), membeli sebanyak 1 kg – 2 kg dalam kurun waktu yang tidak tentu, membeli daging di pasar tradisional maupun di mall, dan membeli daging beku/frozen. Alasan mereka membeli daging adalah untuk variasi menu makanan di rumah. Mereka juga cenderung menyukai serat daging yang halus dan daging yang berwarna merah cerah, tekstur daging yang sedang (tidak lembek maupun tidak kenyal, kandungan lemak sedikit dan kandungan air sedikit). Kecenderungan responden dengan latar belakang pendidikan S1 dan S2 dalam memilih atribut saat membeli daging sapi adalah memilih daging golongan pertama (has dalam, has luar, lamosir), membeli sebanyak 1 kg – 2 kg dalam kurun waktu yang tidak tentu, membeli daging di Mall dan membeli daging beku/frozen.

Alasan mereka membeli daging adalah untuk variasi menu makanan di rumah. Mereka juga cenderung menyukai serat daging yang halus dan daging yang berwarna merah cerah, tekstur daging yang sedang (tidak lembek maupun tidak kenyal, kandungan lemak sedikit dan kandungan air sedang). Sedangkan kecenderungan responden dengan latar belakang pendidikan SMA dan SMP dalam memilih atribut saat membeli daging sapi adalah memilih daging golongan pertama (has dalam, has luar, lamosir), membeli sebanyak 1 kg – 2 kg dalam

kurun waktu yang tidak tentu, membeli daging di pasar tradisional dan membeli daging segar. Alasan mereka membeli daging adalah karena rasanya yang lezat. Mereka juga cenderung menyukai serat daging yang halus dan daging yang berwarna merah hati, tekstur daging yang sedang (tidak lembek maupun tidak kenyal, kandungan lemak sedikit dan kandungan air sedang).

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat dilihat bahwa tingginya tingkat pendidikan responden tidak terlalu berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam pembelian daging sapi. Contohnya dalam hal kesehatan, semua responden memilih kandungan lemak yang sedikit, beberapa responden juga ada yang memilih kandungan lemak yang banyak, baik itu dari responden dengan latar belakang pendidikan yang terendah yaitu SMP maupun responden dengan latar belakang pendidikan yang tertinggi yaitu S2. Seperti yang kita tahu juga bahwa daging yang memiliki kandungan lemak yang banyak memiliki rasa yang lebih lezat, terlebih di jaman sekarang sedang maraknya restoran asal korea maupun restoran yang mengadaptasi konsepnya. Mereka lebih sering menggunakan daging sapi dengan lemak yang banyak, namun jika dikonsumsi berlebihan akan berdampak terhadap kesehatan konsumen. Dari hal tersebut membuktikan bahwa keputusan pembelian dalam pemilihan atribut saat pembelian daging sapi murni preferensi masing-masing responden tanpa adanya pengaruh dari latar belakang pendidikan. Sikap mereka terhadap kandungan gizi makanan maupun pentingnya kualitas makanan terhadap kesehatan tidak terlalu jauh perbedaannya.

3.1.4. Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan ini dapat dibuktikan bahwa responden di Perumahan Bumi Sambutan Asri memiliki pekerjaan yang berbeda-beda. Di bawah ini terdapat karakteristik responden pembelian daging sapi yang dibagi menurut jenis pekerjaannya, yaitu sebagai berikut.

Tabel 4. Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan

| Pekerjaan | Jumlah Responden (Orang) | Persentase (%) |
|------------------|--------------------------|----------------|
| Dosen | 1 | 1,5 |
| Guru | 5 | 7,5 |
| Ibu Rumah Tangga | 26 | 38,8 |
| Mahasiswa | 4 | 6,0 |
| Pegawai Swasta | 11 | 16,4 |
| Pensiunan | 2 | 3,0 |
| PNS | 6 | 9,0 |
| TNI/Polisi | 1 | 1,5 |
| Wiraswasta | 11 | 16,4 |
| Total | 67 | 100 |

Berdasarkan hasil yang didapat dari Tabel 4. di atas, kecenderungan responden dengan pekerjaan dosen, guru, dan mahasiswa dalam memilih atribut saat membeli daging sapi adalah memilih daging golongan pertama (has dalam, has luar, lamosir), membeli sebanyak 1 kg – 2 kg dalam kurun waktu yang tidak tentu, membeli daging di Mall, dan membeli daging beku/frozen. Alasan mereka membeli daging adalah karena rasanya yang lezat. Mereka juga cenderung menyukai serat daging yang halus dan daging yang berwarna merah cerah, tekstur daging yang sedang (tidak lembek maupun tidak kenyal, kandungan lemak sedikit dan kandungan air sedikit). Kecenderungan responden dengan pekerjaan TNI/Polisi dan PNS, pensiunan, dan pegawai swasta dalam memilih atribut saat membeli daging sapi adalah memilih daging golongan pertama (has dalam, has luar, lamosir), membeli sebanyak 1 kg – 2 kg dalam kurun waktu yang tidak tentu, membeli daging di Mall, dan membeli daging beku/frozen. Alasan mereka membeli daging adalah karena untuk variasi menu makanan di rumah. Mereka juga cenderung menyukai serat daging yang halus dan daging yang berwarna merah cerah, tekstur daging yang sedang (tidak lembek maupun tidak kenyal, kandungan lemak sedikit dan kandungan air sedang). Kecenderungan responden dengan pekerjaan wiraswasta dan ibu rumah tangga dalam memilih atribut saat membeli daging sapi adalah memilih daging golongan pertama (has dalam, has luar, lamosir), membeli sebanyak 1 kg – 2

kg dalam kurun waktu yang tidak tentu, membeli daging di Mall, dan membeli daging beku/frozen. Alasan mereka membeli daging adalah karena untuk variasi menu makanan di rumah. Mereka juga cenderung menyukai serat daging yang halus dan daging yang berwarna merah cerah, tekstur daging yang sedang (tidak lembek maupun tidak kenyal, kandungan lemak sedikit dan kandungan air sedang).

3.1.5. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan per Bulan

Pendapatan merupakan sebuah prestasi maupun penghargaan yang diterima oleh seseorang dari apa yang ia lakukan dalam bekerja mencari penghasilan. Pendapatan juga merupakan hal utama dalam syarat untuk memenuhi kebutuhan konsumsi sebuah keluarga. Pendapatan ini biasanya berupa material dalam bentuk uang. Pendapatan juga memiliki peranan penting dalam memengaruhi keputusan seseorang dalam membeli suatu produk, semakin besar pendapatan, semakin besar juga daya beli yang dapat dilakukan seorang konsumen. Dalam hal ini adalah pembelian daging sapi. Di bawah ini terdapat karakteristik responden pembelian daging sapi yang dibagi menurut pendapatan per bulannya, yaitu sebagai berikut.

Tabel 5. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan per Bulan

| Pendapatan per Bulan | Jumlah Responden (Orang) | Persentase (%) |
|---------------------------|--------------------------|----------------|
| < Rp1.000.000 | 6 | 9.0 |
| Rp1.000.000 - 2.500.000 | 23 | 34.3 |
| Rp2.500.000 - Rp5.000.000 | 32 | 47.8 |
| >Rp5.000.000 | 6 | 9.0 |
| Total | 67 | 100 |

Berdasarkan hasil yang didapat dari Tabel 5. kecenderungan responden dengan pendapatan <Rp1.000.000 dalam memilih atribut saat membeli daging sapi adalah memilih daging golongan pertama (has dalam, has luar, lamosir), membeli sebanyak 1 kg – 2 kg dalam kurun waktu tidak tentu, membeli daging di pasar tradisional, dan membeli daging segar. Alasan mereka membeli daging adalah karena rasa yang lezat. Mereka juga cenderung menyukai serat daging yang halus dan daging yang berwarna merah hati, tekstur daging yang sedang (tidak lembek maupun tidak kenyal, kandungan lemak sedikit dan kandungan air sedang). Kecenderungan responden dengan pendapatan Rp1.000.000 – Rp2.500.000 dalam memilih atribut saat membeli daging sapi adalah memilih daging golongan pertama (has dalam, has luar, lamosir), membeli sebanyak 1 kg – 2 kg dalam kurun waktu tidak tentu, membeli daging di pasar tradisional, dan membeli daging segar. Alasan mereka membeli daging adalah untuk variasi menu. Mereka juga cenderung menyukai serat daging yang halus dan daging yang berwarna merah cerah, tekstur daging yang sedang (tidak lembek maupun tidak kenyal, kandungan lemak sedikit dan kandungan air sedikit). Kecenderungan responden dengan pendapatan >Rp5.000.000 dalam memilih atribut saat membeli daging sapi adalah memilih daging golongan pertama (has dalam, has luar, lamosir), membeli sebanyak 1 kg – 2 kg dalam kurun waktu tidak tentu, membeli daging di Mall, dan membeli daging beku/frozen. Alasan mereka membeli daging adalah untuk variasi menu. Mereka juga cenderung menyukai serat daging yang halus dan daging yang berwarna merah cerah, tekstur daging yang sedang (tidak lembek maupun tidak kenyal, kandungan lemak sedikit dan kandungan air sedikit).

3.2. Perilaku Pembelian Konsumen

Perilaku pembelian konsumen wajib diketahui oleh para penjual daging sapi karena perilaku pembelian ini akan memengaruhi bagaimana mereka bersikap dalam mengambil keputusan. Pengambilan keputusan ini tentu merupakan hal yang perlu dipelajari sehingga kita tahu bagaimana sikap kita dalam memahami konsumen dan apa saja yang harus dilakukan dalam pemasaran agar efisien dan tentunya tepat sasaran. Secara sederhana, perilaku pembelian konsumen ialah keputusan tentang bagaimana dan apa yang dibeli oleh konsumen, mengapa, dimana, kapan, dan seberapa sering dia membeli (Sumarwan, 2003). Perilaku pembelian responden dalam penelitian yang dilakukan ini dibagi menjadi empat macam, yaitu

frekuensi pembelian, jumlah pembelian, tempat pembelian, dan alasan pembelian. Perilaku pembelian responden dalam pembelian daging sapi ini dapat dilihat sebagai berikut.

3.2.1. Frekuensi Pembelian

Pada pembelian daging sapi, biasanya konsumen memiliki kebutuhan dengan jangka waktu spesifik dan dengan tujuan tertentu, ada yang membeli dengan jadwal yang tidak tentu atau satu kali per bulan karena hanya untuk kebutuhan rumah tangga, ada juga yang membeli dengan jadwal rutin untuk kebutuhan dalam berdagang. Frekuensi pembelian daging sapi oleh konsumen di Perumahan Bumi Sambutan Asri dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 6. Frekuensi Pembelian Daging Sapi

| Frekuensi Pembelian | Jumlah Responden (Orang) | Persentase (%) |
|----------------------|--------------------------|----------------|
| Satu Kali per Bulan | 14 | 20,9 |
| Satu Kali per Minggu | 3 | 4,5 |
| Tidak Tentu | 50 | 74,6 |
| Total | 67 | 100 |

Berdasarkan Tabel 6. diatas, dapat diketahui bahwa responden di perumahan Bumi Sambutan Asri melakukan pembelian daging sapi dengan jangka waktu yang bervariasi. Responden terbanyak melakukan pembelian daging sapi dengan frekuensi yang tidak tentu, yaitu sebanyak 50 responden dari 67 total responden yang ada, atau sebanyak 74,6%. Hal ini menunjukkan bahwa dari responden tersebut mereka tidak memiliki jadwal spesifik dalam membeli daging sapi, baik itu dikarenakan kondisi keuangan mereka, atau bisa juga dikarenakan kebutuhan konsumsi pangan yang tidak terlalu dibutuhkan dalam rumah tangga mereka, seperti contoh sebuah keluarga yang memvariasikan lauk pauk dalam makanannya dan hanya memakan daging sapi pada saat diinginkan saja.

Responden lainnya melakukan pembelian daging sapi dengan frekuensi satu kali per bulan yaitu sebanyak 14 responden atau sebesar 20,9%. Mayoritas alasan responden dalam melakukan pembelian daging sapi dengan frekuensi satu kali perbulan yaitu dikarenakan keluarga mereka menginginkan dan menyukai variasi menu daging dalam makanan mereka namun masih mempertimbangkan keuangan mereka.

Sedangkan responden lainnya yaitu melakukan pembelian daging sapi dengan frekuensi satu kali per minggu yaitu sebanyak 3 responden atau sebanyak 4,5%. Alasan responden dalam melakukan pembelian daging sapi dengan frekuensi satu kali per minggu yaitu dikarenakan kebutuhan untuk berdagang.

3.2.2. Jumlah Pembelian

Umumnya, jumlah pembelian daging sapi yang dibeli seseorang berhubungan dengan banyaknya jumlah anggota keluarga yang berada di rumah tangga tersebut. Jumlah pembelian juga biasanya berhubungan dengan banyaknya pendapatan seorang konsumen. Jumlah pembelian daging sapi oleh konsumen di Perumahan Bumi Sambutan Asri dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 7. Jumlah Pembelian Daging Sapi

| Jumlah Pembelian | Jumlah Responden (Orang) | Persentase (%) |
|------------------|--------------------------|----------------|
| < 1 kg | 17 | 25,4 |
| > 2 kg | 4 | 6,0 |
| 1 kg - 2 kg | 46 | 68,7 |
| Total | 67 | 100 |

Jumlah pembelian daging sapi dikategorikan menjadi tiga kelompok, yaitu < 1 kg, 1 – 2 kg, dan > 2 kg. Berdasarkan Tabel 7. diatas dapat diketahui bahwa responden di perumahan Bumi Sambutan Asri melakukan pembelian daging sapi dengan jumlah yang beragam sesuai dengan kebutuhan rumah tangga mereka masing-masing. Responden terbanyak melakukan pembelian daging sapi dengan jumlah sebanyak 1 – 2 kg, yaitu sebanyak 46 responden dari 67 total

responden yang ada, atau sebesar 68,7%. Hal ini menunjukkan bahwa pembelian daging sapi di kisaran 1 – 2 kg sudah cukup dalam memenuhi kebutuhan konsumsi keluarga responden.

Responden lainnya melakukan pembelian daging sapi dengan jumlah < 1 kg sebanyak 17 responden atau sebesar 25,4%, sedangkan pembelian daging sapi dengan jumlah > 2 kg sebanyak 4 responden atau sebesar 6%. Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa responden yang melakukan pembelian daging sapi dengan jumlah > 2 kg rata-rata memiliki pendapatan yang cukup yang dimana menunjukkan bahwa semakin besar jumlah pendapatan yang didapatkan seseorang akan memengaruhi kebutuhan dia dalam melakukan pembelian.

3.2.3. Tempat Pembelian

Tempat pembelian berhubungan erat dengan selera konsumen dalam memilih daging sapi yang akan mereka konsumsi. Biasanya, konsumen akan memilih tempat tertentu dalam membeli daging sapi seperti Mall, pasar tradisional, minimarket, atau bahkan membelinya secara online. Tempat pembelian daging sapi oleh konsumen di Perumahan Bumi Sambutan Asri dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 8. Tempat Pembelian Daging Sapi

| Tempat Pembelian | Jumlah Responden (Orang) | Persentase (%) |
|-------------------|--------------------------|----------------|
| Mall | 19 | 28,4 |
| Minimarket | 9 | 13,4 |
| Pasar Tradisional | 39 | 58,2 |
| Total | 67 | 100 |

Berdasarkan Tabel 8. dapat disimpulkan bahwa responden di perumahan Bumi Sambutan Asri melakukan pembelian daging sapi di tempat yang beragam, yaitu di mall, minimarket, dan pasar tradisional. Responden terbanyak melakukan pembelian daging sapi di pasar tradisional, yaitu sebanyak 39 responden dari 67 total responden yang ada, atau sebesar 58,2%. Alasan mayoritas responden membeli daging sapi di pasar tradisional adalah karena harga daging di pasar tradisional cenderung lebih murah dan kondisi dagingnya juga cenderung masih segar. Sedangkan sebanyak 19 responden atau sebesar 28,5% membeli daging di mall. Responden-responden yang melakukan pembelian daging sapi di mall rata-rata beralasan karena daging sapi yang ada di mall lebih terjamin kualitasnya, seperti tempat penyimpanan dan pengemasan yang sangat baik kualitasnya, terlebih penjualan daging sapi di mall cenderung diminati karena tata letak yang mereka atur sedemikian rupa dapat menarik perhatian lebih dari seorang konsumen. Selain itu, sebanyak 9 responden atau sebesar 13,4% membeli daging sapi di minimarket. Alasan para responden ini melakukan pembelian daging sapi di minimarket adalah karena minimarket memiliki kualitas yang tidak jauh berbeda dengan kualitas yang ada di mall dan harganya lebih terjangkau, sehingga mereka lebih memilih membeli daging sapi di minimarket.

3.2.4. Alasan Pembelian

Alasan pembelian merupakan sebuah tujuan atau dorongan seseorang pertama kali saat ingin melakukan pembelian daging sapi. Sebelum membeli suatu produk, tentu seseorang mempunyai tujuan awal mengapa dia ingin melakukan pembelian tersebut. Alasan pembelian daging sapi oleh konsumen di Perumahan Bumi Sambutan Asri dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 9. Alasan Pembelian Daging Sapi

| Alasan Pembelian | Jumlah Responden (Orang) | Persentase (%) |
|------------------|--------------------------|----------------|
| Gizi Tinggi | 12 | 17,9 |
| Rasa yang Lezat | 28 | 41,8 |
| Variasi Menu | 27 | 40,3 |
| Total | 67 | 100 |

Berdasarkan hasil pada Tabel 9. dapat diketahui bahwa responden di perumahan Bumi Sambutan Asri melakukan pembelian daging sapi dengan alasan yang beragam, yaitu karena

gizi yang tinggi, rasa yang lezat, dan untuk variasi menu masakan di rumah. Responden terbanyak melakukan pembelian daging sapi dengan alasan karena rasanya yang lezat, yaitu sebanyak 28 responden dari 67 total responden yang ada, atau sebesar 41,8%. Responden lainnya memilih variasi menu sebagai alasan pembelian daging sapi, yaitu sebanyak 27 responden atau sebesar 40,3%. Perlu adanya variasi menu makanan agar tidak jenuh dalam mengonsumsinya. Daging sapi adalah salah satu pilihan yang baik dalam variasi menu makanan karena daging sapi merupakan bahan makanan yang dapat diolah menjadi masakan yang variatif. Responden lain melakukan pembelian daging sapi dengan alasan karena gizinya yang tinggi, yaitu sebanyak 12 responden atau sebesar 17,9%. Daging sapi merupakan makanan yang tinggi akan protein, zat besi, serta kandungan gizi lainnya yang dimana hal tersebut membuat daging sapi memiliki keunggulan sebagai suatu produk gizi yang baik (Yulianto dan Saparinto, 2010). Masyarakat juga banyak yang telah memahami dan memilih daging sapi sebagai sarana pemenuhan gizi.

3.3. Preferensi Konsumen terhadap Atribut-Atribut Daging Sapi

Preferensi konsumen terhadap daging sapi adalah suatu pilihan antara suka maupun tidak suka oleh seseorang konsumen terhadap produk pilihan daging sapi yang akan dikonsumsi. Pilihan tersebut juga berbeda antara konsumen satu dengan konsumen yang lainnya (Simarmata *et.al*, 2019). Preferensi konsumen terhadap atribut-atribut daging sapi di Perumahan Bumi Sambutan Asri dapat dilihat dengan kategori atribut yang paling banyak dipilih oleh konsumen seperti yang disajikan berikut.

Tabel 10. Preferensi Konsumen terhadap Daging Sapi di Perumahan Bumi Sambutan Asri

| Alasan Pembelian | Opsi | Jumlah Responden (Orang) | Persentase (%) | Preferensi Konsumen |
|------------------|------------------|--------------------------|----------------|---------------------|
| Warna daging | Merah Cerah | 33 | 49,3 | Merah Cerah |
| | Merah Hati | 29 | 43,3 | |
| | Merah Muda | 5 | 7,5 | |
| Kandungan Lemak | Lemak Banyak | 14 | 20,9 | Lemak Sedikit |
| | Lemak Sedang | 2 | 3 | |
| | Lemak Sedikit | 42 | 62,7 | |
| | Tanpa Lemak | 9 | 13,4 | |
| Bagian Daging | Golongan Pertama | 38 | 56,7 | Golongan Pertama |
| | Golongan Kedua | 25 | 37,3 | |
| | Golongan Ketiga | 4 | 6 | |
| | | | | |
| Total | | | 67 | 100 |

Berdasarkan hasil pada Tabel 10. dapat dilihat bahwa atribut daging sapi yang disukai oleh konsumen yang ada di Perumahan Bumi Sambutan Asri adalah daging sapi yang mempunyai atribut warna merah cerah, kandungan lemak sedikit, dan bagian daging golongan pertama (has dalam, has luar, dan lamosir). Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dimana masyarakat lebih menyukai atribut-atribut tersebut (Wijaya, 2008).

3.4. Analisis Preferensi Konsumen terhadap Atribut-Atribut Daging Sapi

Preferensi konsumen terhadap atribut-atribut daging sapi di Perumahan Bumi Sambutan Asri juga dapat dianalisis dengan menggunakan analisis Chi Square. Preferensi konsumen dapat diketahui dengan cara memilih atribut-atribut daging sapi yang ingin diteliti. Atribut-atribut tersebut adalah warna daging, kandungan lemak, dan bagian daging. Preferensi

konsumen terhadap atribut-atribut daging sapi di Perumahan Bumi Sambutan Asri dengan analisis Chi Square dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11. Hasil Analisis Chi-Square

| Atribut Daging Sapi | X ² Hitung | df | X ² Tabel | Keterangan |
|---------------------|-----------------------|----|----------------------|---------------|
| Warna Daging | 20,537 | 2 | 5,991 | Berbeda Nyata |
| Kandungan Lemak | 55,090 | 3 | 7,815 | Berbeda Nyata |
| Bagian Daging | 26,358 | 2 | 5,991 | Berbeda Nyata |

Berdasarkan hasil pada Tabel 11. dapat dilihat bahwa semua atribut daging sapi yang diamati dalam penelitian ini berbeda nyata. Hal ini berarti bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima karena X^2 hitung lebih besar daripada X^2 tabel yang dimana artinya hal ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu Marissa Arum Wijaya (2008) dan Monika Risang Wijayanti (2011) bahwa terdapat adanya perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut yang ada pada daging sapi.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pengamatan dan analisis yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa preferensi konsumen terhadap daging sapi yang lebih disukai di Perumahan Bumi Sambutan Asri adalah daging sapi dengan warna merah cerah, kandungan lemak yang sedikit, dan bagian daging golongan pertama (has dalam, has luar, lamosir).

Referensi

- Diana, F. M. (2009). Fungsi dan metabolisme protein dalam tubuh manusia. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Andalas*, 4(1), 47-52.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Yulianto, P., dan Saparinto, C. (2010). *Pembesaran Sapi Potong Secara Intensif*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Simarmata, 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.
- Wijaya, M.A., 2008. Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Sapi di Pasar Tradisional Kabupaten Purworejo.