

## **PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KARKAS AYAM BROILER SEGAR DAN BEKU DI KOTA SAMARINDA**

### ***Consumer Preferences Against Broiler Chicken Meat Fresh and Frozen In Samarinda***

**Dwi Khusnul Khotimah\*, Hamdi Mayulu**

Jurusan Peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Mulawarman, Samarinda

#### **ABSTRAK**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen dalam memilih karkas ayam broiler segar dan beku dan indikator yang paling dipertimbangkan dalam mengambil keputusan untuk membeli karkas ayam broiler segar dan beku di Kota Samarinda, penelitian dilaksanakan menggunakan metode survei dengan pendekatan observasi dengan teknik wawancara langsung terhadap konsumen secara *proporsional* di 4 kecamatan dengan kriteria terdapat karkas ayam broiler segar dan beku di pasar tradisional dan modern, masing-masing kecamatan tersebut diambil sebanyak 15 responden, sehingga keseluruhan responden yang diambil berjumlah 60 responden. Hasil penelitian menyatakan bahwa preferensi konsumen karkas ayam broiler memilih karkas ayam broiler segar yang terdapat di pasar tradisional dibandingkan dengan karkas ayam broiler beku yang terdapat di pasar modern. Hasil analisis chi square diketahui bahwa preferensi konsumen di Kota Samarinda memilih karkas ayam broiler segar lebih tinggi dibandingkan dengan karkas ayam broiler beku. Indikator preferensi konsumen dalam memilih karkas ayam broiler segar terdiri dari warna, tekstur, aroma, dan harga. Indikator preferensi konsumen dalam memilih karkas ayam broiler beku terdiri dari warna dan tekstur.

Kata kunci: Preferensi konsumen, karkas ayam broiler segar, karkas ayam broiler beku.

#### **ABSTRACT**

*The study aims to determine consumer preferences in choose the carcass of broiler chickens fresh and frozen and most indicators considered in the decision to buy the carcass of broiler chickens fresh and frozen in Samarinda, research conducted with survey method and approach of observation with interview techniques directly to the consumer in proportion in four districts with the criteria contained broiler chicken carcass fresh and frozen in traditional markets and modern, each district were taken by 15 respondents, so that the overall respondents drawn amounted to 60 respondents. The study states that the consumer preferences of broiler chicken carcasses choose fresh broiler chicken carcasses found in traditional markets compared with frozen broiler chicken carcasses were found in the modern market. The results of chi square analysis known that consumer preferences in Samarinda choose fresh broiler chicken carcasses was higher than frozen broiler chicken carcasses. Indicators of consumer preferences in choosing fresh broiler chicken carcass consists of color, texture, aroma, and price. Indicators of consumer preferences in choosing a frozen broiler chicken carcasses consists of color and texture.*

*Keywords: Consumer preferences, broiler carcass fresh, frozen broiler carcasses.*

## **Pendahuluan**

Industri ayam broiler berkembang pesat guna memenuhi kebutuhan akan daging ayam yang semakin meningkat dan menjadi sumber protein hewani guna memenuhi kebutuhan pangan yang bergizi. Populasi ayam broiler di Kota Samarinda mengalami peningkatan setiap tahunnya, tahun 2013 angka populasi ayam broiler 9.369.382 ekor, tahun 2014 meningkat menjadi 9.479.800 ekor dan tahun 2015 mencapai 12.677.680 ekor. Populasi ayam broiler dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan (Dinas Perikanan dan Peternakan Kota Samarinda, 2015).

Pemasaran daging broiler tersedia di pasar modern maupun di pasar tradisional. Harga daging ayam broiler setiap waktu mengalami fluktuasi sangat tajam. Fluktuasi harga daging broiler di Kota Samarinda tahun 2014 yaitu harga tertinggi terjadi di bulan Juli (Rp. 40.000,-/kg) dan harga terendah terjadi bulan September, Oktober dan November (Rp. 27.000,-/kg) (Dinas Peternakan Provinsi Kalimantan Timur, 2015). Fluktuasi harga yang cukup tinggi ini akan berdampak kepada tingkat pendapatan peternak dan tingkat konsumsi masyarakat.

Bagi masyarakat sebagai konsumen, harga yang tinggi akan mempengaruhi minat mereka untuk membeli daging ayam. Hal tersebut akan berimbas terhadap tingkat penjualan atau jumlah daging ayam yang terjual di pasar. Saat harga rendah, hal ini juga akan membawa dampak yang tidak menguntungkan bagi peternak. Biaya produksi yang telah dikeluarkan selama pemeliharaan tidak sebanding dengan penerimaan yang diperoleh sehingga kemungkinan peternak mengalami kerugian besar.

Upaya yang dapat dilakukan untuk meminimalisir permasalahan tersebut adalah dengan melakukan penyimpanan daging ayam pada kondisi beku. Hal

tersebut dimaksudkan untuk mengontrol keberadaan daging ayam di pasaran. Jumlah daging ayam yang melimpah mengakibatkan harganya murah, strategi yang dapat dilakukan adalah upaya penyimpanan daging ayam pada *cool storage* (daging beku). Daging beku dapat dipasarkan pada saat penawaran rendah (terbatas) dan pada saat harganya tinggi daging beku dapat digunakan mengatasi keterbatasan penawaran. Strategi tersebut berguna untuk menjamin pemenuhan kebutuhan konsumsi masyarakat, terutama asupan protein hewani pada saat harga tinggi, sehingga mampu menjamin kestabilan pasar dan pendapatan ternak.

Salah satu kendala pada pemasaran daging unggas beku dibandingkan dengan daging unggas segar adalah belum dikenalnya produk daging unggas beku di masyarakat. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui preferensi masyarakat terhadap karkas ayam broiler segar dan karkas ayam broiler beku di Kota Samarinda.

## **Materi dan Metode**

Penelitian dilaksanakan di empat kecamatan yang ditentukan secara sengaja (*proporsional sampling*). Alasan yang mendasari pemilihan kecamatan tersebut adalah karena pada lokasi tersebut terdapat pasar tradisional dan pasar modern.

Penelitian dilaksanakan menggunakan metode survei dengan pendekatan observasi dengan teknik wawancara langsung terhadap konsumen menggunakan kuesioner. Jenis data yang diambil terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dipenuhi melalui observasi atau pengamatan, pencatatan dan wawancara langsung dengan masyarakat menggunakan kuesioner sesuai tujuan penelitian. Data sekunder merupakan data penunjang dipenuhi dari kantor Dinas Peternakan Provinsi

Kalimantan Timur, Dinas Pertanian Peternakan Perkebunan dan Perikanan Kota Samarinda, Badan Pusat Statistik Kota Samarinda dan sumber-sumber yang lain.

Lokasi pengambilan sampel penelitian akan ditentukan secara *propotional sampling*, sasaran penentuan sampel ditentukan dengan sengaja melalui kriteria yang terdapat karkas ayam broiler segar dan beku. Lokasi ditentukan di empat Kecamatan yaitu: 1) Samarinda Ulu, karena terdapat pasar segiri yang merupakan pasar tradisional pusat Kota Samarinda; 2) Kecamatan Samarinda Ilir, Karena terdapat pasar rahmat yang merupakan pasar yang memiliki wilayah padat penduduk; 3) Kecamatan Sungai Kunjang, karena terdapat *Big Mall* Samarinda yang merupakan pasar modern terbesar di Kota Samarinda; 4) Kecamatan Sungai pinang, karena terdapat *Giant Ekstra Alaya* yang merupakan pasar modern yang memiliki tempat yang strategis di Kota Samarinda.

Teknik penentuan *sampling* (besar sampel) mengikuti petunjuk (Nasution, 2012) dengan pertimbangan bahwa batas minimal jumlah responden  $\geq 30\%$ . Masing-masing kecamatan diambil 15 responden sehingga jumlah total responden empat kecamatan sebanyak 60 responden.

Definisi variabel dan operasional

- Daging ayam segar adalah daging yang baru dihasilkan dari pemotongan ternak (belum diawetkan dan belum disimpan lama).
- Daging ayam beku adalah daging yang diawetkan dengan cara menyimpannya dalam lemari (kamar) pendingin.
- Karkas adalah bagian tubuh unggas tanpa darah, bulu, kepala, kaki, dan organ dalam.
- Preferensi adalah Indikator yang menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang dikonsumsi, dalam hal ini adalah daging ayam.
- Warna merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi makanan dilihat

secara visual dan akan berpengaruh terhadap selera konsumen.

- Aroma adalah bau khas yang berasal dari daging.
- Tekstur merupakan kualitas yang berkaitan dengan keempukan daging.
- Harga adalah nilai yang ditentukan dan melekat pada daging ayam broiler segar dan atau daging ayam broiler beku.
- Fluktuasi adalah ketidaktetapan atau guncangan, sebagai contoh terhadap harga barang dan sebagainya.
- Masyarakat adalah konsumen yang biasa mengkonsumsi daging.
- Batasan atribut karkas ayam broiler segar dan beku meliputi: harga, warna, tekstur, dan aroma.

Analisis data menggunakan statistika non parametrik membandingkan dua variabel. Analisis *Chi Square* digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap karkas ayam, Siegal (1997) dengan rumus sebagai berikut :

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}, \text{ dimana } f_e = \frac{R_i \times C_i}{\sum R_i}$$

$\chi^2$  : *Chi Square*

$f_o$  : frekuensi yang diamati pada penelitian  
 $f_e$  : frekuensi yang diharapkan pada penelitian

i...k : kategori atribut dalam variabel daging

$R_i$  : jumlah baris ke-I

$C_i$  : jumlah kolom ke-I

$\sum R_i$  : jumlah pengamatan

## Hasil dan Pembahasan

### Keadaan Umum Lokasi Penelitian

**Letak dan luas Wilayah.** Kota Samarinda merupakan Ibukota Provinsi Kalimantan Timur dan berbatasan langsung dengan Kabupaten Kutai Kartanegara. Berdasarkan peraturan pemerintah No 21 tahun 1987, Kota Samarinda memiliki wilayah seluas 718 km<sup>2</sup>. Secara astronomis Kota Samarinda berada diantara 117°03'00" Bujur Timur dan

117°18'14" Bujur Timur serta diantara 00°19'02" Lintang Selatan dan 00°42'34" Lintang Selatan. Secara administratif kota Samarinda terbagi 10 kecamatan dengan 59 desa/kelurahan. Fisiografi wilayah Kota Samarinda merupakan daerah bukan pesisir, hampir separuh wilayah Kota Samarinda atau sekitar 41,12% merupakan daerah patahan. Wilayah yang paling kecil, atau sekitar 0,30 %, merupakan daerah rawa. Topografi Samarinda meliputi tanah datar dan berbukit di ketinggian antara 10-200 m di atas permukaan laut (Badan Pusat Statistik Samarinda, 2016).

Wilayah Samarinda Ulu secara administratif memiliki batas wilayah sebagai berikut: bagian utara berbatasan kabupaten Kutai Kartanegara, bagian timur berbatasan dengan kecamatan Samarinda Utara, bagian selatan berbatasan dengan Kecamatan Sungai Kunjang dan Sungai Mahakam, serta bagian barat berbatasan dengan Kecamatan Sungai Kunjang. Luas wilayah Samarinda Ulu 22,12 km<sup>2</sup> (BPS Samarinda, 2016).

Wilayah Samarinda Ilir secara administratif memiliki wilayah sebagai berikut: bagian utara berbatasan dengan Kecamatan Samarinda Utara, bagian timur berbatasan dengan Kecamatan Sambutan, bagian selatan berbatasan dengan Sungai Mahakam, dan bagian barat berbatasan dengan Kecamatan Samarinda Kota. Luas wilayah Samarinda Ilir 17,18 km<sup>2</sup> (BPS Samarinda, 2016).

Wilayah Sungai Kunjang secara administratif memiliki batas wilayah sebagai berikut: bagian utara berbatasan dengan Kecamatan Samarinda Ulu, bagian timur berbatasan dengan Kecamatan Samarinda Ulu, bagian Selatan berbatasan dengan Kecamatan Samarinda Seberang dan Kecamatan Loa Janan Ilir, bagian barat berbatasan dengan Kabupaten Kutai Kartanegara. Luas wilayah Sungai Kunjang 69,03 km<sup>2</sup> (BPS Samarinda, 2016).

Wilayah Sungai Pinang secara administratif memiliki batas wilayah

sebagai berikut: bagian utara berbatasan dengan Kecamatan Samarinda Utara, bagian timur berbatasan dengan Kecamatan Samarinda Ilir, bagian selatan berbatasan dengan Kecamatan Samarinda Ilir, dan bagian barat berbatasan dengan Kecamatan Samarinda Ulu. Luas wilayah Sungai pinang 34,16 km<sup>2</sup> (BPS Samarinda, 2016).

**Penduduk.** Jumlah penduduk Kota Samarinda pada tahun 2015 sebesar 812.597 jiwa. Angka ini lebih tinggi dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Pada tahun 2013 jumlah penduduk Kota Samarinda adalah sebanyak 781 ribu jiwa dan pada tahun 2014 sebanyak 797 ribu jiwa, atau dengan kata lain, dalam kurun waktu 3 tahun terakhir pertumbuhan penduduk Samarinda rata-rata adalah 2,04 persen per tahun (BPS Kota Samarinda, 2016). Jumlah penduduk di Kecamatan Samarinda Ulu tahun 2013 adalah 117.716 jiwa, tahun 2014 menurun 117.432 jiwa, dan tahun 2015 meningkat menjadi 135.814 jiwa (BPS Kecamatan Samarinda Ulu, 2016). Jumlah penduduk di Kecamatan Samarinda Ilir tahun 2013 adalah 73.944 jiwa, tahun 2014 meningkat 74.405 jiwa, dan tahun 2015 meningkat menjadi 75.784 jiwa (BPS Kecamatan Samarinda Ilir, 2016). Jumlah penduduk di Kecamatan Sungai Kunjang tahun 2013 adalah 122.434 jiwa, tahun 2014 meningkat 124.942, dan tahun 2015 meningkat menjadi 127.384 jiwa (BPS Kecamatan Sungai Kunjang, 2016). Jumlah penduduk di Kecamatan Sungai Pinang tahun 2013 adalah 102.455 jiwa, tahun 2014 meningkat 104.556, dan tahun 2015 meningkat menjadi 106.601 jiwa (BPS Kecamatan Sungai Pinang, 2016).

### **Karakteristik Responden**

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan secara langsung terhadap 60 responden yang terdiri dari 15 responden dari kecamatan Samarinda Ulu, 15 responden dari kecamatan Samarinda Ilir, 15 responden dari kecamatan Sungai Kunjang, dan 15 responden dari

Kecamatan Samarinda Sungai Pinang, diperoleh gambaran karakteristik responden adalah sebagai berikut :

**Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.** Penelitian ini menggunakan 60 responden sebagai sampel yang terdistribusikan 30 responden dipasar tradisional dan 30 responden dipasar modern. Karakteristik responden pasar tradisional dan pasar modern menurut jenis kelamin terlihat jelas pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Pasat Tradisional dan Pasar Modern menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	
		Pasar tradisional	Pasar Modern
1	Laki-Laki	1	3
2	Perempuan	29	27
	Jumlah	30	30

Sumber : Data primer diolah (2016)

Jumlah responden perempuan di pasar tradisional sebanyak 29 orang, pasar modern sebanyak 27 orang, sedangkan jumlah responden laki-laki di pasar tradisional sebanyak satu orang, dan pasar modern sebanyak tiga orang. Hal tersebut sangat berkaitan dengan budaya bahwa umumnya perempuanlah yang biasanya berbelanja karena mereka mempunyai peran penting dalam mengatur konsumsi rumah tangga. Perempuan cenderung lebih memperhatikan kebutuhan dan kesehatan anggota keluarganya. Meskipun demikian, tidak menutup kemungkinan bagi laki-laki untuk memperhatikan konsumsi rumah tangga termasuk dalam menjaga kesehatan keluarga.

**Karakteristik Responden Menurut Kelompok Umur.** Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan umur. Jumlah responden pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern tergambar pada Table 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden Pasar Tradisional dan Pasar Modern Menurut Kelompok Umur

No	Umur Responden (Tahun)	Jumlah (Orang)	
		Pasar tradisional	Pasar modern
1	> 20	21	27
2	36 – 45	5	2
3	46 – 55	4	1
	Jumlah	30	30

Sumber : Data primer diolah (2016)

Umur responden >20 tahun merupakan kelompok umur yang sudah dewasa, sehingga cenderung berpikir rasional dalam mengambil keputusan membeli karkas ayam broiler.

**Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan.** Penelitian ini didapatkan pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern dengan latar belakang pendidikan dapat dilihat pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Karakteristik Responden Pasar Tradisional dan Pasar Modern Menurut Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	
		Pasar Tradisional	Pasar Modern
1	SD	2	0
2	SMP	7	2
3	SMA	15	13
4	S1	6	2
5	S2	0	1
6	Jumlah	30	30

Sumber : Data primer diolah (2016)

Tingkat pendidikan selain menentukan seseorang dalam menerima pengetahuan dan informasi juga dapat mempengaruhi nilai-nilai yang dianutnya, cara berpikir, cara pandang, bahkan persepsinya terhadap suatu masalah. Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa responden pasar tradisional yang berpendidikan SD sebanyak satu orang, SMP sebanyak tujuh orang, SMA sebanyak lima belas orang, S1 sebanyak

enam orang, sedangkan pada pasar modern responden yang berpendidikan SMP sebanyak dua orang, SMA sebanyak tiga belas orang, S1 sebanyak dua orang dan S2 sebanyak satu orang. Responden yang memiliki pendidikan berpengaruh dalam memilih karkas ayam broiler. Semakin tinggi tingkat pendidikan responden akan semakin luas pengetahuan yang dimiliki oleh responden. Pengetahuan yang luas, akan mempengaruhi responden sehingga responden lebih memperhatikan faktor gizi dan pentingnya kesehatan. Pengetahuan yang luas yang dimiliki responden menjadikan responden lebih teliti dalam memilih karkas ayam broiler segar dan karkas ayam broiler beku yang menjadi kesukaan responden.

**Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan.** Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memiliki pekerjaan yang beragam. Jenis pekerjaan responden yang terlibat dalam penelitian, terlihat jelas pada Tabel 4 .

Tabel 4. Karakteristik Responden Pasar Tradisional dan Pasar Modern Menurut Jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	
		Pasar Tradisional	Pasar Modern
1	PNS	0	1
2	Swasta	3	8
3	Ibu Rumah Tangga	27	21
4	Jumlah	30	30

Sumber : Data primer diolah (2016)

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa pekerjaan responden cukup beragam. Responden dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menduduki peringkat yang paling banyak dalam melakukan kegiatan belanja di pasar tradisional dan pasar modern. Responden yang mempunyai pekerjaan ibu rumah tangga berbelanja di pasar tradisional biasanya membeli karkas ayam broiler dalam kuantitas cukup banyak. Sebagian

besar karkas ayam broiler yang dibeli tersebut diolah untuk acara keluarga dan katering. Responden ibu rumah tangga yang berbelanja di pasar modern biasanya berbelanja pada hari libur. Pasar modern setiap hari libur menerapkan promosi untuk setiap karkas ayam. Responden yang mempunyai pekerjaan PNS atau Swasta cenderung berbelanja di pasar modern dengan alasan efektivitas waktu. Responden tidak sempat untuk membeli di pasar tradisional yang memerlukan waktu yang lebih lama karena lokasi yang cukup jauh. Alasan lainnya adalah responden membeli karkas ayam broiler dalam bentuk perbagian-bagian atau utuh.

**Karakteristik Responden Menurut Pendapatan.** Pendapatan merupakan imbalan yang diterima oleh seseorang dari pekerjaan yang dilakukannya.

Tabel 5. Karakteristik Responden Pasar Tradisional dan Pasar Modern Menurut Tingkat Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah (Orang)	
		Pasar Tradisional	Pasar Modern
1	<1.000.000	19	13
2	2.000.000 - 4.000.000	11	14
3	5.000.000 - 7.000.000	0	3
4	Jumlah	30	30

Sumber : Data primer diolah (2016)

Responden yang memiliki pendapatan > Rp 1.000.000 cenderung berbelanja di pasar tradisional, sedangkan pendapatan Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000 dan Rp 5.000.000 – Rp 7.000.000 berbelanja di pasar modern. Responden berbelanja sesuai dengan kebutuhannya. Responden dengan penghasilan yang lebih tinggi cenderung menginginkan tempat belanja yang lebih bersih, lebih rapi dan menarik. Kondisi itu biasanya dapat dijumpai pada pasar modern.

### Preferensi Konsumen Terhadap Karkas Ayam Broiler Segar dan Beku

Preferensi konsumen dalam memilih karkas ayam broiler segar dan beku di pasar tradisional dan pasar modern berturut-turut yaitu 41 dan 19 responden. Analisis *chi square* preferensi konsumen dalam memilih karkas ayam broiler segar di pasar tradisional.

Tabel 6. Analisis *Chi Square* Karkas Ayam Broiler Segar

Indikator Daging Segar	X <sup>2</sup> hitung	df	X <sup>2</sup> tabel	Ket
Warna	20,600	2	5,991	***
Tekstur	11,400	2	5,991	**
Aroma	16,200	2	5,991	***
Harga	21,467	3	7,815	***

Sumber: Data primer Diolah (2016)

Analisis *chi square* preferensi konsumen dalam memilih karkas ayam broiler beku di pasar modern.

Tabel 7. Analisis *Chi Square* karkas ayam broiler Beku

Indikator Daging Broiler Beku	X <sup>2</sup> hitung	df	X <sup>2</sup> tabel	Ket
Warna	22,800	3	7,815	***
Tekstur	7,200	2	5,991	**
Aroma	5,600	2	5,991	ns
Harga	5,400	2	5,991	ns

Sumber: Data primer diolah (2016)

Preferensi konsumen terhadap karkas ayam broiler merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk daging broiler yang dikonsumsi. Pilihan tersebut berbeda-beda antara konsumen satu dengan konsumen lain. Preferensi konsumen terhadap karkas ayam broiler segar dan beku di Kota Samarinda dapat dianalisis menggunakan analisis *Chi Square*.

Berdasarkan penelitian diketahui bahwa konsumen di Kota Samarinda lebih memilih karkas ayam broiler segar di bandingkan dengan karkas ayam broiler

beku. Sebanyak 68% konsumen karkas ayam broiler di Kota Samarinda memilih karkas ayam broiler segar. Karkas ayam broiler segar yang dipilih oleh konsumen memiliki warna karkas yang putih kekuningan, tekstur karkas broiler yang cukup lembek, aroma karkas broiler yang cukup amis. Indikator harga tidak dijadikan acuan dalam membeli karkas, hal ini disebabkan harga karkas selalu mengalami fluktuasi sehingga, konsumen akan tetap membeli karkas ayam broiler pada saat membutuhkan. Konsumen yang membeli di pasar tradisional rata-rata adalah ibu rumah tangga. Konsumen membeli karkas ayam broiler segar sebagian besar adalah untuk digunakan sebagai konsumsi, namun beberapa konsumen membeli karkas ayam broiler segar untuk keperluan acara keluarga.

Karkas ayam broiler beku terdapat dipasar modern. Karkas ayam broiler beku memiliki warna dan karakteristik karkas yang berbeda-beda. Karkas ayam broiler beku yang baru biasanya berwarna putih kemerahan, tekstur karkas yang cukup lembek, aroma cukup amis, sedangkan warna karkas ayam broiler beku yang sudah dua hari biasanya berwarna putih kebiruan, tekstur yang keras, dan aroma tidak amis.

Konsumen yang membeli karkas ayam broiler di pasar modern umumnya merupakan konsumen yang bekerja dan tidak sempat membeli daging ayam dipasar tradisional. Konsumen yang bekerja sebesar 15% (Tabel 4) memilih untuk membeli karkas ayam broiler beku di pasar modern. Ditinjau dari harga, harga akan berubah pada hari libur dan pasar modern akan memberlakukan harga promosi sehingga harga lebih rendah dibandingkan pada hari lain.

Preferensi konsumen dalam membeli karkas ayam broiler segar dan beku di Kota Samarinda dapat diketahui dari pilihan konsumen yang didasarkan pada indikator- indikator dari karkas ayam broiler segar dan beku. Indikator tersebut yaitu warna karkas, tekstur karkas, aroma karkas dan harga. Berdasarkan analisis

*Chi Square* dapat diketahui bahwa preferensi responden terhadap karkas ayam broiler segar dan beku di Kota Samarinda ditunjukkan pada Tabel 6 dan 7 secara berurutan.

Karkas ayam broiler segar terdiri dari indikator warna, tekstur, aroma, dan harga (Tabel 6) berpengaruh terhadap preferensi konsumen. Hal tersebut menjelaskan bahwa indikator warna, tekstur, aroma, dan harga menjadi pertimbangan dalam memilih karkas ayam broiler segar. Warna karkas ayam broiler segar yang disukai oleh konsumen adalah karkas ayam broiler yang berwarna putih kekuningan. Hal ini didukung oleh Pratama *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa warna karkas yang baik adalah putih kekuningan. Sedangkan, warna yang tidak disukai oleh konsumen adalah warna karkas putih atau pucat dan warna kuning. Warna kuning pada karkas tidak disukai oleh konsumen karena mereka menganggap bahwa karkas tersebut berasal dari ayam yang tidak sehat dan diberi bahan pewarna kimia yang berbahaya bagi kesehatan. Tekstur karkas ayam broiler yang disukai oleh konsumen adalah tekstur karkas cukup lembek dan aroma karkas ayam broiler yang disukai oleh konsumen adalah aroma karkas cukup amis.

Karkas ayam broiler segar didapatkan di pasar tradisional. Pasar tradisional yang dipilih dalam penelitian ini terdiri dari Pasar Segiri dan Pasar Rahmat. Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen, konsumen yang membeli karkas ayam broiler segar untuk digunakan dalam acara keluarga kuantitasnya sebanyak 10-30 ekor. Konsumen juga membeli karkas ayam broiler segar dalam jumlah 1-2 ekor. Konsumen membeli dalam jumlah sedikit biasanya diperuntukkan untuk konsumsi. Konsumen membeli jeroan (hati, ampela dan cecker). Disamping karkas konsumen yang membeli karkas di pasar tradisional umumnya adalah konsumen-konsumen yang jarak rumahnya dekat dengan pasar.

Indikator karkas ayam broiler beku (Tabel 7) terdiri dari warna, tekstur

berpengaruh terhadap preferensi konsumen, sedangkan aroma dan harga tidak berpengaruh terhadap preferensi konsumen. Hal tersebut menyatakan bahwa warna, tekstur menjadi pertimbangan dalam memilih karkas ayam broiler beku, sedangkan aroma dan harga tidak menjadi pertimbangan dalam memilih karkas ayam broiler beku. Warna dan tekstur karkas ayam broiler beku yang disukai konsumen adalah karkas yang berwarna putih kekuningan dan tekstur yang cukup lembek.

Karkas ayam broiler beku didapatkan di pasar modern antara lain, *Big Mall* Samarinda dan *Giant Ekstra Alaya*. Konsumen yang membeli karkas ayam broiler beku diperlukan untuk dikonsumsi. Konsumen sebagian besar membeli karkas ayam broiler beku biasanya dalam bentuk perbagian, seperti bagian paha, bagian dada, atau hati ayam dan sebagian kecil membeli dalam bentuk utuh. Pasar modern melakukan pengemasan karkas ayam broiler berdasarkan bagian namun ada yang pengemasan dalam bentuk utuh. Keinginan yang berbeda yang membuat konsumen tersebut melakukan pemilihan yang berbeda. Konsumen yang membeli dipasar modern merupakan konsumen yang tidak sempat ke pasar dikarenakan konsumen tersebut bekerja. Alasan lain adalah kebersihan dipasar modern yang lebih baik dibandingkan pasar tradisional.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis *chi square*, maka dapat diambil Kesimpulan sebagai berikut :

1. Preferensi konsumen di Kota Samarinda memilih karkas ayam broiler segar lebih tinggi dibandingkan dengan daging ayam broiler beku.
2. Indikator preferensi konsumen dalam memilih karkas ayam broiler segar terdiri dari warna, tekstur, aroma, dan harga.

### Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. 2016. Kalimantan Timur dalam Angka. BPS Kota Samarinda, Kalimantan Timur.
- Badan Pusat Statistik. 2016. Kecamatan Samarinda Ilir dalam Angka. BPS Kecamatan Samarinda Ilir, Samarinda.
- Badan Pusat Statistik. 2016. Kecamatan Samarinda Ulu dalam Angka. BPS Kecamatan Samarinda Ulu, Samarinda.
- Badan Pusat Statistik. 2016. Kecamatan Sungai Kunjang dalam Angka. BPS Kecamatan Samarinda Kunjang, Samarinda.
- Badan Pusat Statistik. 2016. Kecamatan Sungai Pinang dalam Angka. BPS Kecamatan Sungai Pinang, Samarinda.
- Dinas Perikanan dan Peternakan Kota Samarinda, 2015. Laporan Statistik peternakan Kota Samarinda. Kalimantan Timur.
- Dinas Peternakan Provinsi Kalimantan Timur. 2015. Informasi Harga Pasar Komoditas Peternakan.
- Jaelani, A., S. Dharmawati., dan Wanda. 2014. Berbagai lama penyimpanan daging ayam broiler segar dalam kemasan plastic pada lemari es (suhu 4<sup>o</sup>C) dan pengaruhnya terhadap sifat fisik dan organoleptik. *Issnelektronik*. 39 (3): 119-128.
- Matulessy, D.N., Suryanto, E., dan Rusman. 2010. Evaluasi karakteristik fisik, komposisi kimia dan kualitas mikrobial karkas broiler beku yang beredar di pasar tradisional Kabupaten Halmahera utara, Maluku utara. *Buletin Peternakan*. 34(3):178-185.
- Nasution, M.A. 2012. Metode Research (Penelitian Ilmiah) 1 (12). BumiAksara. Jakarta.
- Pratama, I.G.W., K.W. Sukanatadan., Parimartha. 2015. Analisis preferensi konsumen dalam membeli daging ayam broiler di pasar tradisional Kota Denpasar. *Journal of Tropical Animal Science* 3 (3) : 549-560.
- Siegal, S. 1997. Statistik Non Parametrik untuk Ilmu –Ilmu Sosial. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.