SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN RUMAH TANGGA TERHADAP PEMBELIAN PRODUK *CHICKEN FROZEN FOOD* DI KOTA PALEMBANG

THE FACTORS AFFECTING CONSUMER HOUSEHOLD ON PURCHASING OF CHICKEN FROZEN FOOD PRODUCTS IN PALEMBANG

Debby Wijaya L
05011281320019

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2018

SUMMARY

DEBBY WIJAYA L. The Factors Affecting Consumer Household On Purchasing Of Chicken Frozen Food Products In Palembang (Supervised by **YULIAN JUNAIDI** and **THIRTAWATI**).

This research aims to (1) describe the behavior of household consumers chicken frozen food products (2) describe the decision process of household consumers on chicken frozen food products (3) analyze factors affecting household consumption of chicken frozen food products (4) analyze attributes considered by household consumers in purchasing chicken frozen food products.

This research data collection activity was conducted from July until August 2017 in Palembang city, South Sumatra Province. The method used throughout this research was the consumer survey method, with the sampling method using multi-stage random sampling and accidental sampling technique. Meanwhile, the data processing method used was multiple linear regression analysis and consumer valuation analysis. Methods of data collection were got from the relevant agencies in this study such as the Central Bureau of Statistics, the Animal Husbandry Department, and other relevant agencies and from the source through direct interviews with household consumers chicken frozen food products in Palembang City.

Based on the research, the consumer behavior of chicken nuggets, most of the sub urban respondents choose product B, whereas most urban respondents choose product A. The reason the sub urban people consumed chicken nuggets because of the delicious taste while urban consume chicken nuggets because of the practical. Frequency of purchasing chicken nuggets that many did in sub urban and urban communities is at any time. Within 1 month most people consume chicken nuggets as much as 500 grams. Most people buy chicken nuggets at supermarkets The decision making process of buying chicken nuggets, urban and urban communities through the stages of introduction of need, information search, alternative evaluation, buying process and post-purchase behavior. Based on the results of multiple linear regression R^2 value of 0.309 means that only 30.9 percent of the amount of consumption can be explained by factors incorporated into the model, the rest is explained by other factors. Table ANOVA F value of 4.603 with a value of Sig 0.000 is smaller than 0.05 means reject H_0, this regression model is

real. From the table of coefficients for job variables, the number of family members and lifestyle has a Sig value smaller than 0.05 means the coefficient value of the work constant, the number of family members, and the real lifestyle and the remaining variables are not real.

According to Fishbein's attitude model, chicken nuggets of product A and product B have the highest value in taste attribute but the product attribute value of A is greater than attribute value of product B. As for attribute of product price B has value for this larger price attribute occurs because product B is more affordable price. Packaging and brand attributes on product A are larger than product B. Overall, according to Fishbein's attitude model, respondents prefer product A to product B.

Keywords: consumer behavior, chicken nuggets, and frozen food.

RINGKASAN

DEBBY WIJAYA L. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Rumah Tangga Terhadap Pembelian Produk Chicken Frozen Food di Kota Palembang (Dibimbing oleh **YULIAN JUNAIDI** dan **THIRTAWATI**).

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) mendeskripsikan perilaku konsumen rumah tangga produk chicken frozen food (2) mendeskripsikan proses pengambilan keputusan konsumen rumah tangga pada produk chicken frozen food (3) menganalisi Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen rumah tangga terhadap pembelia produk chicken frozen food (4) menganalisi Atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen rumah tangga ketika akan melakukan pembelian produk chicken frozen food.

Kegiatan pengumpulan data penelitian ini telah dilaksanakan dari bulan Juli 2017 sampai dengan Agustus 2017 di Kota Palembang Provinsi Sumatera Selatan. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini adalah metode survei konsumen, dengan metode penarikan contoh menggunakan *multi stage random sampling* dan *accidental sampling technique*. Sedangkan, metode pengolahan data yang digunakan ialah analisis regresi linear berganda dan analisis penilaian konsumen. Metode pengumpulan data diperoleh dari instansi-instansi yang terkait dalam penelitian ini seperti Badan Pusat Statistik, Dinas Peternakan , dan instansi terkait lainnya serta secara langsung dari sumbernya melalui wawancara langsung dengan konsumen rumah tangga produk *chicken frozen food* yang ada di Kota Palembang.

Berdasarkan penelitian, perilaku konsumen *chicken nugget*, kebanyakan responden sub urban memilih produk B, sedangkan kebanyakan responden urban memilih produk A. Alasan masyarakat sub urban mengkonsumsi *chicken nugget* karena rasa yang enak sedangkan urban mengkonsumsi *chicken nugget* karena praktis. Frekuensi pembelian *chicken nugget* yang banyak dilakukan oleh masyarakat sub urban maupun urban adalah sewaktu-waktu. Dalam waktu 1 bulan kebanyakan masyarakat mengkonsumsi *chicken nugget* sebanyak 500 gram. Kebanyakan masyarakat membeli *chicken nugget* di pasar swalayan Proses pengambilan keputusan pembelian *chicken nugget*, masyarakat sub urban dan

urban melalui tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, proses pembelian dan perilaku pasca pembelian. Berdasarkan hasil regresi linear berganda nilai R^2 sebesar 0,309 artinya hanya sebesar 30,9 persen dari jumlah konsumsi dapat dijelaskan oleh faktor-faktor yang dimasukan kedalam model, sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain. Tabel Anova nilai F sebesar 4,603 dengan nilai Sig 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 artinya tolak H_0, model regresi ini nyata. Dari tabel koefisien untuk variabel pekerjaan, jumlah anggota keluarga dan gaya hidup mempunyai nilai Sig lebih kecil dari 0,05 artinya nilai koefisien dari konstanta pekerjaan, jumlah anggota kelurga, dan gaya hidup nyata dan variabel sisanya tidak nyata.

Menurut model sikap Fishbein *chicken nugget* produk A dan produk B mempunyai nilai tertinggi dalam atribut rasa namun nilai atribut produk A lebih besar dari nilai atribut produk B. Sedangkan untuk atribut harga produk B memiliki nilai untuk atribut harga yang lebih besar ini terjadi karena produk B lebih terjangkau harganya. Atribut kemasan dan merek pada produk A lebih besar dari pada produk B. Secara keseluruhan menurut model sikap Fishbein, responden lebih memilih produk A daripada produk B.

Kata Kunci : perilaku konsumen, *chicken nugget*, dan makanan beku.

LEMBAR PENGESAHAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN RUMAH TANGGA TERHADAP PEMBELIAN PRODUK *CHICKEN FROZEN FOOD* DI KOTA PALEMBANG

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:

Debby Wijaya L

05011281320019

Indralaya, 15 Januari 2018

Pembimbing I

Ir. Yulian Junaidi, M.Si.
NIP. 19650701 198903 1 005

Pembimbing II

Thirtawati, S.P., M.Si.
NIP. 19800512 200312 2 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian

Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc.
NIP 196012021986031003

Skripsi dengan Judul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Rumah Tangga Terhadap Pembelian Produk *Chicken Frozen Food* di Kota Palembang" oleh Debby Wijaya L telah dipertahankan dihadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 11 Januari 2018 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

1. Ir. Yulian Junaidi, M.Si. NIP. 19650701 198903 1 005	Ketua	(.....)
2. Thirtawati, S.P., M.Si. NIP. 19800512 200312 2 001	Sekretaris	(.....)
3. Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si. NIP. 19741226 200112 2 001	Anggota	(.....)
4. Dr. Ir. Hj. Lifianthi, M.Si. NIP. 19680614 199401 2 001	Anggota	(.....)
5. Henny Malini, S.P., M.Si. NIP. 19790423 200812 2 004	Anggota	(.....)

Indralaya, 15 Januari 2018
Ketua Program Studi
Agribisnis

Dr. Ir. Maryadi, M.Si.
NIP 196501021992031001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

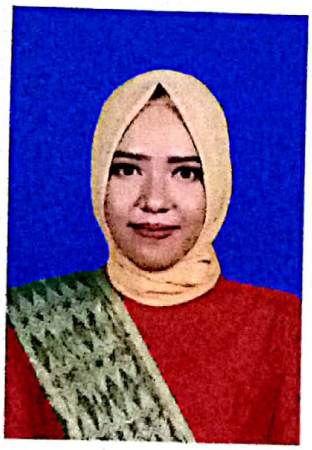
Nama : Debby Wijaya L

NIM : 05011281320019

Judul : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Rumah Tangga Terhadap Pembelian Produk *Chicken Frozen Food* di Kota Palembang

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat dalam skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dibawah pembimbingan skripsi satu dan dua, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, Januari 2018

METERAI TEMPEL

7998AAEF877674606

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Debby Wijaya L

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Debby Wijaya L. Penulis dilahirkan di Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan pada tanggal 18 November 1994 dan merupakan anak ketiga dari empat bersaudara. Orang tua penulis bernama Illiyin dan Kordiah.

Penulis menyelesaikan pendidikan Taman Kanak-Kanak di TK YWKA Kota Palembang pada tahun 2001, Sekolah Dasar di SD YPPKP pada tahun 2007, Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 13 Kota Palembang pada tahun 2010 dan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 2 Kota Palembang pada tahun 2013. Penulis terdaftar di Perguruan Tinggi Negeri Universitas Sriwijaya pada tahun 2013 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) dan tercatat sebagai mahasiswa pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya.

Didalam pelaksanaan perkuliahan, penulis telah melaksanakan kegiatan-kegiatan akademik yaitu praktek lapangan dan magang. Pada kegiatan praktek lapangan penulis telah melaksanakannya pada bulan Februari s.d. Mei 2016 dengan judul "Budidaya Mentimun Jepang (*Cucumis sativus L)* Secara Organik Menggunakan Media Polybag di Kelurahan Talang Keramat Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin". Sedangkan pada kegiatan magang penulis telah melaksanakannya pada bulan Agustus s.d September 2016 dengan judul "Implementasi Sistem Manajemen Rantai Pasok dengan Pengawasan Mutu PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk Palembang".

Selama masa studi di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya penulis aktif sebagai anggota di Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) pada tahun 2014/2015.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Tuhan Yang Maha Kuasa karena atas berkah dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul *"Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Rumah Tangga Terhadap Pembelian Produk Chicken Frozen Food di Kota Palembang"*. Skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian Universitas Sriwijaya.

Untaian terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan banyak dukungan, semangat, motivasi serta doa kepada penulis. Maka daripada itu penulis pada kesempatan ini mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ayah dan Ibu serta kakak Wulan, kakak Edo, dan Adik Erin terimakasih banyak yang tidak terhingga atas untaian kasih sayang dan doa yang selalu menyertai, dan terimakasih atas semuanya sehingga penulis dapat menyelesaikan jenjang pendidikan sampai Strata 1.
2. Bapak Ir. Yulian Junaidi, M.Si. dan Ibu Thirtawati, S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah memberikan bimbingan, arahan, semangat dan motivasi sehingga pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si. , Ibu Ir. Hj. Lifianthy, M.Si. serta Ibu Henny Malini, S.P., M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran, masukan, pesan, dan bimbingan sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh Bapak Ibu Dosen dan Staf pada Program Studi Agribisnis yang telah memberikan pengajaran, ilmu pendidikan, nasihat, dan pesan selama penulis menempuh pendidikan perkuliahan di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
5. Kemas Muhammad Hamzah terimakasih untuk perhatian dan dukungannya selama ini.

6. Girls Area, terimakasih Adel, Nindy, Tian, Dian, dan Syefira yang telah menjadi sabahat dan teman curhat yang selalu menemani suka maupun duka dalam proses perjalanan perkuliahan sampai sekarang.
7. Terrios's Group, terimakasih Soleh, Novrian, Yayan, Zulham, Denny, Arif, Rizki, Ade, Sabda, dan Dicky. Semoga selalu kompak dan terus terjaga.
8. Teman seperjuangan skripsi Mitha, Umar, Yanti, Yuvi, Anti, dan Ani terimakasih atas kerjasama dan pengalaman suka maupun duka dalam proses skripsian.
9. Teman-teman tersayang Ana, Deka, Eka, Cinta, Arak, Juli, Maya, Cahya, Luluk dan seluruh teman-teman seperjuangan Agribisnis 2013. Terimakasih atas kebersamaannya selama ini yang takkan terlupakan.
10. Seluruh pihak yang telah memberikan doa, bantuan, semangat, motivasi dan saran kepada penulis yang tidak dapat diucapkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Untuk itu penulis berharap rekan-rekan berbagai pihak dapat memberikan kritik dan sarannya. Akhirnya, dengan mengharapkan ridho dari Allah SWT, semoga hasil penelitian ini dapat diinterpretasikan dan membawa manfaat sekaligus menambah pengetahuan bagi pembaca umumnya dan penulis khususnya, Aamiin.

Indralaya, Januari 2018

Debby Wijaya L

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR ..... **xi**
DAFTAR ISI ..... **xiii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
DAFTAR TABEL ..... **xvi**
BAB 1. PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 6
1.3. Tujuan Penelitian 7
1.4. Kegunaan Penelitian 7
BAB 2.KERANGKA PEMIKIRAN **8**
2.1. Tinjauan Pustaka 8
2.1.1. Konsepsi *Frozen Food* 8
2.1.2. Konsepsi *Chicken Frozen Food* 8
2.1.3. Konsepsi Konsumsi 10
2.1.4. Perilaku Konsumen 13
2.1.5. Preferensi Konsumen 18
2.2. Model Pendekatan 21
2.3. Hipotesis 22
2.4. Batasan Operasional 23
BAB 3. PELAKSANAAN PENELITIAN **26**
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian 26
3.2. Metode Penelitian 26
3.3. Metode Penarikan Contoh 26
3.4. Metode Pengumpulan Data 27
3.5. Metode Pengolahan Data 28
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN **36**
4.1. Keadaan Umum Wilayah Penelitian 36
4.1.1. Letak dan Batas Wilayah Administrasi 36
4.1.2. Keadaan Geografi dan Topografi 36

4.1.3. Keadaan Iklim dan Cuaca 38
4.1.4. Keadaan Penduduk 39
4.1.4.1. Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin dan Agama .. 40
4.1.4.2. Penduduk Berdasarkan Golongan Umur 41
4.1.4.3. Penduduk Berdasarkan Pendidikan 42
4.1.4.4. Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian..... 43
4.2. Karakteristik Responden 44
4.3. Gambaran Umum Perilaku Konsumen Rumah Tangga Produk *Chicken Frozen Food* di Kota Palembang 47
4.3.1. Pemilihan Merek *Chicken Frozen Food*..... 47
4.3.2. Alasan Mengkonsumsi *Chicken Frozen Food*..... 48
4.3.3. Frekuensi Pembelian *Chicken Frozen Food*..... 48
4.3.4. Jumlah Pembelian *Chicken Frozen Food* 49
4.3.5. Lokasi Pembelian *Chicken Frozen Food*..... 49
4.4. Proses Pengambilan Keputusan 51
4.4.1. Pengenalan Kebutuhan 51
4.4.2. Pencarian Informasi 52
4.4.3. Evaluasi Alternatif 53
4.4.4. Keputusan Pembelian 56
4.4.5. Evaluasi Pasca Pembelian..... 58
4.5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Pembelian Produk *Chicken Frozen Food* di Kota Palembang 60
4.5.1. Uji Asumsi Klasik 60
4.5.2. Analisis Regresi Linear Berganda 63
4.6. Sikap Konsumen Sub Urban dan Urban Terhadap *Chicken Nugget*.... 69
4.6.1. Responden Masyarakat Sub Urban..... 70
4.6.2. Responden Masyarakat Urban 73
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN 77
5.1. Kesimpulan 77
5.2. Saran..... 78
DAFTAR PUSTAKA 79

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1. Pengeluaran Per Tahun untuk Makanan Beku Per Rumah Tangga 4
Gambar 2.1. Model Tingkat Proses Keputusan Pembelian..... 18
Gambar 2.2. Model Pendekatan 20
Gambar 4.1. Uji Normalitas 61

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1. Perkembangan Konsumsi Daging Ayam Ras dan Ayam Buras di Indonesia 2011-2015 2
Tabel 2.1. Kandungan Gizi Daging Ayam dalam 100 gram..... 9
Tabel 4.1. Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Palembang Tahun 2016 37
Tabel 4.2. Keadaan Iklim dan Cuaca Kota Palembang Tahun 2017 38
Tabel 4.3. Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Jenis Kelamin, 2016 . 40
Tabel 4.4. Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Agama, 2016 41
Tabel 4.5. Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Golongan Umur, 2016 42
Tabel 4.6. Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Pendidikan, 2016..... 43
Tabel 4.7. Penduduk Kota Palemabang Berdasarkan Mata Pencaharian, 2016 44
Tabel 4.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia..... 45
Tabel 4.9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan 45
Tabel 4.10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan..... 46
Tabel 4.11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... 46
Tabel 4.12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga 47
Tabel 4.13. Karakteristik Produk C*hicken Nugget*..... 48
Tabel 4.14. Total Pembelian *Chicken Nugget*dalam 1 Bulan 49
Tabel 4.15. Sebaran Tempat Pembelian *Chicken Nugget* 50
Tabel 4.16. Sebaran Pertimbangan Pemilihan Lokasi Pembelian *Chicken Nugget* 50
Tabel 4.17. Sebaran Keputusan ketika Merek *Chicken Nugget* Tidak Ada 51
Tabel 4.18. Sebaran Alasan Mengkonsumsi *Chicken Nugget* 52
Tabel 4.19. Sebaran Sumber Informasi tentang *Chicken Nugget* 53
Tabel 4.20. Sebaran Media Informasi tentang *Chicken Nugget*..... 53
Tabel 4.21. Sebaran Pemilihan Merek *Chicken Nugget* 54
Tabel 4.22. Sebaran Faktor yang Mempengaruhi Pembelian *Chicken*

Nugget 54
Tabel 4.23. Sebaran Siapa yang Mempengaruhi Pembelian *Chicken Nugget* 55
Tabel 4.24. Sebaran Siapa yang Mempengaruhi Penentu Merek *Chicken Nugget* 56
Tabel 4.25. Sebaran Frekuensi Pembelian *Chicken Nugget* 57
Tabel 4.26. Sebaran Bagaimana Memutuskan untuk Membeli *Chicken Nugget* 57
Tabel 4.27. Sebaran Jumlah Pembelian *Chicken Nugget* Untuk Setiap Pembelian 58
Tabel 4.28. Sebaran Kepuasan setelah Membeli *Chicken Nugget* 59
Tabel 4.29. Sebaran Keputusan untuk Membeli Merek *Chicken Nugget* yang sama 59
Tabel 4.30. Sebaran Keputusan Ketika Harga *Chicken Nugget* Mengalami Kenaikan..... 60
Tabel 4.31. Uji Heteroskestisitas dengan Rank Spearman Output SPSS ... 62
Tabel 4.32. Uji Multikolinearitas Output SPSS 63
Tabel 4.33. Koefisien Output SPSS 64
Tabel 4.34. Nilai Evaluasi Konsumen Sub Urban (ei) terhadap Atribut *Chicken Nugget* 70
Tabel 4.35. Nilai Keyakinan Konsumen Sub Urban (bi) Atribut *Chicken Nugget* 71
Tabel 4.36. Sikap Konsumen Terhadap *Chicken Nugget* Produk A dan Produk B..... 72
Tabel 4.37. Nilai Evaluasi Konsumen Urban (ei) terhadap Atribut *Chicken Nugget* 73
Tabel 4.38. Nilai Keyakinan Konsumen Urban (bi) Atribut *Chicken Nugget* 74
Tabel 4.39. Sikap Konsumen Terhadap *Chicken Nugget* Merek Fiesta dan Champ 74
Tabel 4.40. Sikap Konsumen *Chicken Nugget* 75

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Denah Kota Administratif Palembang Provinsi Sumatera Selatan, 2016 84
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian .....
Lampiran 3. Karakteristik Responden Sub Urban 89
Lampiran 4. Karakteristik Responden Urban 91
Lampiran 5. Pengenalan Kebutuhan Konsumen 93
Lampiran 6. Pencarian Informasi 94
Lampiran 7. Evaluasi Alternatif 95
Lampiran 8. Keputusan Pembelian 96
Lampiran 9. Perilaku Pasca Pembelian 98
Lampiran 10. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Konsumen *Chicken Nugget* 99
Lampiran 11. Sikap Konsumen Sub Urban *Chicken Nugget* Produk A 100
Lampiran 12. Sikap Konsumen Sub Urban *Chicken Nugget* Produk B 101
Lampiran 13. Sikap Konsumen Urban *Chicken Nugget* Produk A 102
Lampiran 14. Sikap Konsumen Urban *Chicken Nugget* Produk B 103

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri makanan dan minuman merupakan sektor yang memberi kontribusi terbesar ekonomi Indonesia. Industri ini berkontribusi sebesar 5,5 persen dari produk domestik bruto nasional dan 31 persen dari produk domestik bruto industri pengolahan nonmigas. Di Kuartal II 2016, industri makanan dan minuman menunjukkan peningkatan signifikan, terutama dengan ekspektasi mencapai kenaikan 8 persen. Sepanjang tahun 2016, pertumbuhan nilai industri makanan dan minuman lebih stabil karena didorong oleh volume penjualan. Investasi di bidang ini pun diharapkan melewati Rp 50 triliun atau meningkat 16 persen dari tahun 2015 sebesar Rp 43 triliun. Investasi di industri makanan dan minuman cenderung membaik setelah tahun 2015. Hal ini tentunya juga membuka peluang besar bagi industri bahan baku makanan dan minuman. Dengan populasi berkisar 250 juta orang, Indonesia merupakan pasar yang menguntungkan bagi produsen makanan dan minuman serta industri pendampingnya (Wijayani, 2016).

Seiring dengan berkembangnya industri pengolahan penyediaan makan dan minum, masyarakat diharapkan dapat memenuhi kebutuhan gizi yang seimbang. Salah satunya dengan pemenuhan kebutuhan protein hewani, seperti daging ayam. Hampir semua rakyat Indonesia menyukai daging ayam karena terbukti dengan banyak tempat makan yang berbahan dasar ayam sebagai menu utamanya.

Daging ayam merupakan sumber protein hewani yang harganya terjangkau oleh masyarakat dibandingkan daging sapi ataupun daging ruminansia lainnya. Daging ayam mengandung 18 asam amino esensial yang dibutuhkan tubuh yang berfungsi dalam pembentukan sel-sel dan jaringan baru tubuh serta perbaikan jaringan yang rusak. Saat ini kemampuan konsumsi protein masyarakat Indonesia per kapita pertahun baru mencapai 4,10 kg (4,10 kg/kapita/tahun). Sangat jauh dari target yang harus dicapai yaitu 7 kg/kapita. Sedangkan pada tahun 2020, diharapkan konsumsi daging unggas bisa mencapai 13 kg/kapita. Untuk itu harus didukung dengan ketersediaan daging unggas segar yang aman, sehat, utuh dan halal serta kepercayaan masyarakat untuk mengkonsumsi daging unggas sehat tersebut (Lembar Informasi Pertanian, 2007).

Saat ini perkembangan konsumsi daging ayam ras dan ayam buras di Indnonesia pada tahun 2012 mengalami penurunan. Akan tetapi pada tahun 2013 dan seterusnya konsumsi nasional ayam di Indonesia meningkat setiap tahunnya, terlihat seperti pada tabel 1.1.

Tabel 1.1. Perkembangan Konsumsi Daging Ayam Ras dan Ayam Buras di Indonesia 2011-2015

Tahun	Ayam Ras (Kg/Kap/Th)	Ayam Buras (Kg/Kap/Th)	Total (Kg/Kap/Th)	Konsumsi Nasional Ayam (Ton/th)
2011	3,6500	0,6257	4,2757	1.034.680
2012	3,4936	0,5214	4,0150	985.389
2013	3,6500	0,4693	4,1193	1.024.953
2014	3,9880	0,4992	4,4872	1.131.514
2015*)	3,9733	0,5220	4,4953	1.148.366

Sumber : BPS diolah Pusdatin 2015
*) Angka sementara

Prediksi permintaan daging ayam untuk konsumsi rumah tangga pada tahun 2015 diperkirakan sebesar 4,50 kg/kapita/tahun. Pada tahun 2016 - 2019, proyeksi permintaan daging ayam untuk konsumsi cenderung meningkat rata-rata 1,56% per tahun atau sebesar 4,69 kg/kap/tahun, sehingga total kebutuhan daging ayam untuk konsumsi langsung pada tahun 2016 diramalkan sebesar 1,19 juta ton dan tahun 2017 sebesar 1,24 juta ton, tahun 2018 sebesar 1,27 juta ton dan tahun 2019 mencapai 1,30 juta ton. Sementara, hasil proyeksi surplus dan defisit akan meningkat rata-rata per tahun sebesar 37,40 ribu ton (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2015).

Industri makanan berupa daging olahan di Indonesia memiliki potensi besar untuk terus berkembang. Dengan memanfaatkan kapasitas dalam negeri saja, Asosiasi Industri Pengolahan Daging Indonesia atau *National Meat Processor Association* (NAMPA), memperkirakan pertumbuhan industri ini sekitar 7 persen per tahun. Pertumbuhan bisnis pangan olahan terus meningkat seiring dengan naiknya pendapatan masyarakat. Salah satu faktor pendukung yang turut mempengaruhi industri ini adalah gaya hidup masyarakat urban, atau masyarakat kelas menengah (*middleclass*). Umumnya, mereka adalah orang-orang yang

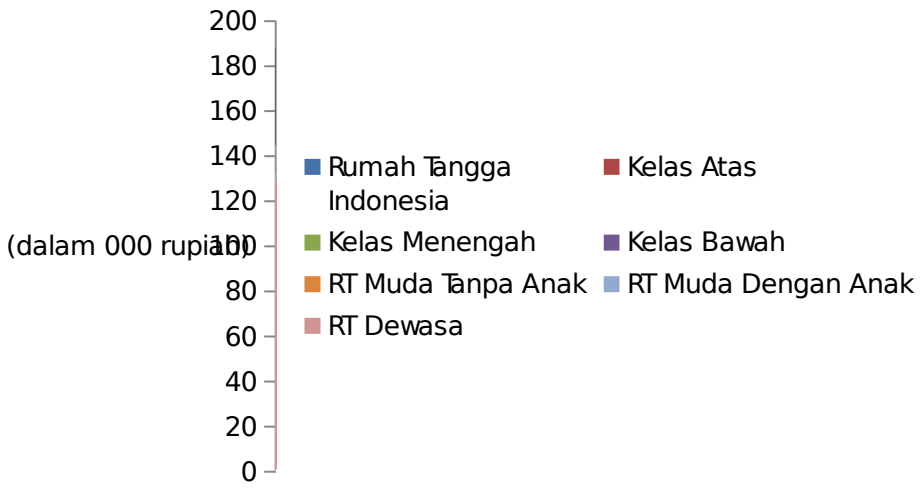
memiliki aktivitas padat dan sedikit waktu di luar pekerjaan mereka, sehingga cenderung memilih sesuatu yang mudah dan cepat dilakukan, contohnya adalah pemilihan bahan makanan (Kementrian Perdagangan, 2015).

Zaman globalisasi menciptakan perubahan pola konsumsi masyarakat di kota-kota besar dengan kesibukan bekerja sehari- hari yang banyak menyita waktu menyebabkan masyarakat tidak memiliki banyak waktu untuk memasak lauk dan sayuran untuk makanan sehari-hari, sehingga banyak masyarakat yang beralih mengkonsumsi makanan instan dan cepat saji seperti makanan olahan beku (*frozen food*), yang praktis dan mudah untuk diolah menjadi makanan. Selain praktis makanan olahan beku (*frozen food*) saat ini sudah menjadi gaya hidup, karena harganya terjangkau, tahan lama, dan rasanya enak.

Frozen food atau makanan beku olahan adalah hasil dari metode pengawetan makanan dengan cara menurunkan suhu hingga titik beku, pembekuan memperlambat dekomposisi dengan mengubah kadar air yang tersisa menjadi es dan menghambat proses pembusukan. *Frozen food* pada awalnya diciptakan dan ditujukan untuk seseorang yang terlalu sibuk, tidak mau atau tidak mampu untuk menyiapkan makanan untuk dirinya sendiri (Lovell, 2011).

Berdasarkan hasil studi Kantar Worldpanel Indonesia pada tahun 2013, penggemar makanan beku seperti nugget, sosis, kentang siap goreng, bakso, dan lain- lain terus meningkat. Data ini didukung oleh naiknya jumlah pembeli yang mencapai 63 persen dari total rumah tangga urban di Indonesia, angka ini naik 8 poin dibandingkan dengan tahun 2012. Naiknya jumlah pembeli juga didukung oleh meningkatnya pengeluaran per rumah tangga sebesar 28 persen untuk kategori produk makanan beku, dari Rp. 100.000 setahun menjadi Rp. 128.000. Seperti terlihat pada gambar 1.1.

Dalam setahun, makanan beku dibeli rata- rata 11 kali, yang berarti hampir setiap bulan, setiap rumah tangga membeli makanan beku instan. Frekuensi pembelian ini meningkat secara signifikan jika dibandingkan dengan tahun lalu terutama untuk konsumen menengah ke bawah, sedangkan untuk masyarakat menengah ke atas frekuensi pembelian makanan beku tercatat lebih tinggi dari rata- rata yaitu 13 kali dalam setahun (Kantar Worldpanel, 2013).



Gambar 1.1. Pengeluaran per tahun untuk makanan beku per rumah tangga (Sumber : Kantar Worldpanel, 2013)

Mengkonsumsi sayuran dan buah beku lebih sehat dibandingkan yang tampak segar. Menurut para ilmuwan, sayuran beku memiliki kandungan vitamin dan antioksidan lebih tinggi dibanding produk yang kelihatan segar. Leatherhead Food Research dan University of Chester menggunakan 40 tes untuk mengukur kadar nutrisi buah dan sayur dalam penelitian. Makanan yang diuji telah disimpan di kulkas dan *freezer* selama 3 hari. Hasil riset menunjukkan, mengkonsumsi sayur dan buah segar masih menjadi pilihan terbaik. Namun sayuran dan buah beku ternyata memberikan kualitas sebaik makanan segar, dibanding yang disimpan dalam kulkas sehingga hanya tampak segar. Studi menemukan lebih banyak nutrisi menguntungkan yang didapat dari brokoli, wortel, dan blueberry yang beku (Widiyani, 2013).

Berdasarkan data yang dimiliki NAMPA, selain menunjukkan bahwa sekitar 65% dari 30 perusahaan sudah mengolah ayam. Beberapa merek produk olahan yang sering kita dengar adalah So Nice, So Good, Sozzis, Champ, Fiesta, Kimbo, Farm House, Cimory, Vida, Bulaf, Fiva, Shiva, dan Bernardi. Selain itu, ada merek pendatang baru, yakni Yamku yang diproduksi PT Expravet Nasuba dari Mabar Group, Goldstar dan 808 dari Wonokoyo Group, dan Sunny Gold dari Malindo (Kementrian Perdagangan, 2015).

Banyaknya produsen produk olahan menyebabkan konsumen menjadi lebih bebas memilih produk *chicken frozen food* yang akan di konsumsinya. Oleh

karena itu sangat penting sekali mengetahui bagaimana perilaku konsumsi *chicken frozen food*. Perilaku konsumsi ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah motivasi, dan gaya hidup sedangkat faktor eksternal tingkat pendapatan per bulan, tingkat pendidikan, kelompok acuan, dan jumlah anggota keluarga.

Struktur perekonomian sebagian masyarakat Palembang telah bergeser dari sektor sekunder ke kategori ekonomi lainnya yaitu sektor tersier yang terlihat dari besarnya peranan masing-masing kategori ini terhadap pembentukan PDRB Kota Palembang. Sumbangan terbesar pada tahun 2015 dihasilkan oleh kategori industri pengolahan, kemudian kategori konstruksi, perdagangan besar dan eceran; dan informasi dan komunikasi. Tahun 2015, kategori penyediaan akomodasi dan makan minum berkontribusi terhadap PDRB Kota Palembang sebesar 2,50 persen, di mana sebesar 13,19 persennya merupakan kontribusi dari subkategori penyediaan akomodasi dan sebesar 86,81 persen disumbangkan oleh subkategori penyediaan makan dan minum. Secara keseluruhan, kategori ini mencatatkan laju pertumbuhan positif sebesar 9,83 persen pada tahun 2015, mengalami peningkatan dibandingkan pada tahun 2014 yang sebesar 5,69 persen. Masing-masing subkategori penyediaan akomodasi dan penyediaan makan minum juga menunjukkan pertumbuhan positif pada tahun 2015 sebesar 7,65 persen dan 10,18 persen (BPS Kota Palembang, 2016).

Berdasarkan data sensus penduduk, diketahui pada tahun 2012 jumlah penduduk Kota Palembang sudah menyentuh angka 1.503.485 jiwa. Lalu pada tahun 2013 meningkat menjadi 1.535.900 jiwa, diikuti tahun 2014 sebanyak 1.558.494 jiwa. Selanjutnya untuk tahun 2015 jumlah penduduk Kota Palembang sudah berjumlah 1.558.491 jiwa. “Pertumbuhan penduduk Palembang mengalami peningkatan rata-rata 1 persen setiap tahunnya. Kota Palembang dipilih karena merupakan daerah yang sibuk sebagai pusat pemerintahan dan kota besar di Provinsi Sumatera Selatan (Savitri, 2016).

Dari berbagai uraian di atas dapat diketahui akibat gaya hidup masyarakat urban, menyebabkan terjadi perubahan pola konsumsi masyarakat yang lebih memilih kepraktisan dalam mengkonsumsi makanan. Maka dari itu menyebabkan

semakin banyaknya perusahaan yang mengembangkan usaha ke arah makanan olahan beku atau *frozen food* menyebabkan konsumen lebih bebas memilih produk ayam olahan beku sesuai selera dan keinginan konsumen. Hal ini menyebabkan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen rumah tangga terhadap pembelian produk *chicken frozen food*, atribut yang dipertimbangkan dan sebagainya, mengingat produsen maupun pemasar perlu memahami apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli produk *chicken frozen food*, apa saja yang sebenarnya diinginkan konsumen *chicken frozen food* dan membandingkan daerah sub urban dan urban untuk melihat perbedaan perilaku konsumen produk *chicken frozen food.*

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang menarik untuk diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum perilaku konsumen rumah tangga produk *chicken frozen food* di Kota Palembang?
2. Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen rumah tangga pada produk *chicken frozen food* di Kota Palembang?
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen rumah tangga terhadap pembelian produk *chicken frozen food* di Kota Palembang?
4. Sikap apa saja yang dipertimbangkan oleh konsumen rumah tangga ketika akan melakukan pembelian produk *chicken frozen food* di Kota Palembang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan perilaku konsumen rumah tangga produk *chicken frozen food* di Kota Palembang.
2. Mendeskripsikan proses pengambilan keputusan konsumen rumah tangga pada produk *chicken frozen food* di Kota Palembang?
3. Menganalisi Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen rumah tangga terhadap pembelia produk *chicken frozen food* di Kota Palembang.
4. Menganalisi sikap yang dipertimbangkan oleh konsumen rumah tangga ketika akan melakukan pembelian produk *chicken frozen food* di Kota Palembang.

1.3 Kegunaaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan informasi dan bahan pertimbangan pihak-pihak yang terlibat dalam sistem distribusi dan sistem agribisnis sehingga dapat mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen.
2. Bagi peneliti, mahasiswa dan pihak-pihak yang memerlukannya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi bagi penelitian yang serupa untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Al Arif, M. N. R dan Amalia, E. 2010. Teori Mikroekonomi. Penerbit Kencana: Jakarta.

Anggraini, S. 2010. *Analisis Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Produk Daging Ayam Olahan Beku (Chicken Frozen Food Product) di Kota Bogor.* Skripsi S1. Institut Pertanian Bogor. https://core.ac.uk/ download/pdf/12353707.pdf (diakses tanggal 8 Mei 2017)

Badan Pusat Statistik Kota Palembang. 2016. *Produk Domestik Regional Bruto Kota Palembang Tahun 2011-2015 Menurut Lapangan Usaha*. Palembang: BPS

Chaterina, I. 2016. *Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E'CHICK*. Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 3, Agustus 2016.

Devi, S. R. M dan Hartono, G. 2015. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Sayuran Organik*. Jurnal: Ilmu Pertanian.

Dumairy. 2004. *Perekonomian Indonesia*. Cetakan Kelima, Penerbit Erlangga: Jakarta.

Ibrahim, S. 2017. *Analisis Perilaku Konsumen dalam Membeli Cabai Merah Keriting di Pasar Tradisional dan Pasar Modern Kota Palembang (Studi Kasus : Pasar Cinde dan Diamond Palembang Trade Center).* Skripsi S1. Universitas Sriwijaya.

Irawan. N. H. 2011. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Masyarakat Kabupaten Langkat*. Skripsi S1. Universitas Sumatera Utara.http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/27611/4/Chapte r% 20II.pdf (diakses tanggal 29 Maret 2017)

Kantar Worldpanel. 2013. *Makanan Siap Saji sudah Menjadi Gaya Hidup Masa Kini?*.https://www.kantarworldpanel.com/id/News/makanan-siap-saji-gaya-hidup (diakses tanggal 5 Februari 2017)

Kementrian Perdagangan.Warta Ekspor. 2015. *Peluang Besar di Pasar Ekspor Daging Olahan*. Jurnal. Ditjen PEN/WRT/61/VIII/2015 edisi Agustus.

Kotler, P dan Keller K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Jilid 1 Edisi 13. PT. Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta.

Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. PT. Prenhallindo: Jakarta.

Kotler, P. Amstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Erlangga: Jakarta.

Liptan. 2007. "*Daging Ayam" Sumber Protein Hewani yang Murah dan Mudah Didapat*. Departemen Pertanian: Yogyakarta.

Lovell, R. 2011. *Product Attributrs and Consumer's Re-purchase Decision on Frozen Ready to Eat Meals: a Study on Consumers in Selected Hypermarkets in Bangkok.* http://www.aujm.au.edu/index.php/AUJM/ article/view/120 (diakses tanggal 5 Februari 2017)

Martono, N. 2010. *Statistik Sosial Teori dan Aplikasi Program SPSS*. Penerbit Gava Media: Yogyakarta.

Masita, N. 2006. *Analisis Pola Konsumsi Daging Ayam Olahan Mahasiswa Asrama Putra dan Putri TPB Institut Pertanian Bogor*. Skripsi S1. Institut Pertanian Bogor. http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/ 49417 (diakses tanggal 1 April 2017)

Murohman. 2011. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga di Indonesia (Periode Tahun 2000-2010)*. Skripsi S1. Institut Pertanian Bogor, Bogor. http://repository ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456 789/53561/H11mur (Diakses tanggal 29 Maret 2017)

Murtidjo, B. 2003. *Pemotongan dan Penanganan Daging Ayam*. Penerbit Kanisius: Yogyakarta.

Novian, H. 2008. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Chicken Nugget (Kasus Delfarm & So Good Perumahan Villa Ciomas Indah Bogor)*. Skripsi S1. Institut Pertanian Bogor.

Nurfitriani, C. 2012. *Pencemaran Salmonella sp. dalam Daging Ayam Beku yang Dilalulintaskan Melalui Pelabuhan Penyeberangan Merak*. Skripsi S1. Institut Pertanian Bogor. http://repository.ipb.ac.id/ handle/123456 789/56408 (diakses tanggal 4 April 2017)

Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 58/Permentan/ PK.210/ 11/2015 Tentang Rekomendasi Persetujuan Pemasukan Karkas, Daging, Jeroan, dan atau Olahannya ke dalam Wilayah Negara Republik Indonesia. Kementerian Pertanian: Jakarta.

Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 64/Permentan/ OT.140 / 12/2006 Tentang Pemasukan dan Pengawasan Peredara Kakas, daging, dan Jeroan dari Luar Negeri. Kementrian Pertanian: Jakarta.

Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. 2015. *Outlook Komoditas Pertanian Sub Sektor Peternakan Daging*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian: Jakarta.

Rahardjo, C. R. 2016. *Faktor yang menjadi Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk Frozen Food.* Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 1, April 2016.

Sangadji, E. M. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen - Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit ANDI: Yogyakarta.

Saparinto, C. dan Hidayati, D. 2006. *Bahan Tambahan Pangan.* Kanisius: Yogyakarta.

Savitri, Y. (2016, 19 Agustus). *Penduduk Palembang Meningkat*. Koran Sindo. http://koran-sindo.com/news.php?r=6&n=99&date=2016-08-19?r=6&n=99&date=2016-08-19 (diakses tanggal 23 Maret 2017)

Simamora, B. 2005. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Siregar, A. D. 2016. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Produk Kawasaki-Bajaj Pulsar 200 NS Di Kota Bandar Lampung)*. Skripsi S1. Universitas Lampung.

Siregar, J. 2010. *Perilaku Lansia Dalam Mengkonsumsi Makanan Sehat di Wilayah Kerja Puskesmas Batu Horpak Kecamatan Tantom Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan*. Skripsi S1. Universitas Sumatera Utara. http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/22201 (diakses tanggal 1 April 2017)

Sunyoto, D. 2014. *Praktiki Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat, dan Analisis Data).* Penerbit CAPS: Yogyakarta.

Umar, H. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama dan JBRC: Jakarta

USDA National Nutrient Database. 2016. *Chicken, broilers or fryers, meat and skin, raw*. https://ndb.nal.usda.gov/ndb/foods/show/829? (diakses tanggal 22 Maret 2017)

Widiyani, R. 2013. *Makanan Beku Lebih Baik Dibanding yang Tampak Segar*.Kompas.com.http://lifestyle.kompas.com/read/2013/10/10/1448522/Makanan.Beku.Lebih.Baik.Dibanding.yang.Tampak.Segar (diakses tanggal 22 Maret 2017)

Widiyanto, I. 2008. *Pointers Metodologi Penelitian*. CV Dikalia: Semarang.

Wijayani, S. 2016. *Peluang Besar Industri Makanan dan Minuman di Indonesia*. http://marketeers.com/peluang-besar-industri-makanan dan-minuman-di-indonesia/ (diakses tanggal 5 Februari 2017)