

**SKRIPSI**

**PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN DAN FAKTOR-  
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN MINYAK  
GORENG DI PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN  
TRADISIONAL**

***DECISION-MAKING PROCESS AND FACTORS AFFECTING  
THE PURCHASE OF COOKING OIL IN TRADITIONAL AND  
MODERN MARKET IN PALEMBANG CITY.***



**Zefanya  
05011281823057**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2022**

## SUMMARY

**ZEFANYA.** Decision Making Process and Factors Affecting the Purchase of Cooking Oil in Traditional And Modern Market it Palembang City. (Supervised by **YUNITA**).

The purposes of this study were :(1) To describe the characteristics of consumers who buy cooking oil in modern markets and traditional markets in Palembang. (2) Describe the consumer decision-making process in purchasing cooking oil in the modern market and traditional market in Palembang City. (3) Analyzing the factors that influence consumer decisions in purchasing cooking oil in the modern market and traditional market in Palembang City. The decision to purchase cooking oil in traditional markets and modern markets goes through 5 stages, namely the introduction of needs, information search, evaluation of alternatives, purchase decisions and post-purchase. The method used in this research is a case study with a random sample method (*random sampling*). The implementation of this research was carried out during the period of January 2022 with 30 consumers in traditional markets and 30 consumers in modern markets. The data processing method used is descriptive analysis and logistic binary method. The results of the study show that the characteristics of respondents from consumers of cooking oil in traditional markets and modern markets in Palembang City have similarities, namely dominated by female sex, aged around 36-55 years and have no history of disease in the past year. Respondents of cooking oil in traditional markets have an average income of Rp2.500.000/month, the last education is high school and has a permanent job. The respondents of cooking oil in the modern market have an average income of above Rp4.000.000/month, the last education is undergraduate and has a permanent job. There are several differences in the decision-making process, including the type of cooking oil purchased, purchase motivation, alternative evaluation stage, how to make decisions, and considerations for choosing a purchase location. The factors that significantly influence the choice of location to purchase cooking oil are education and price. Age, occupation, income, health status and motivation have no significant effect on the decision to choose a location to purchase cooking oil in Palembang City.

Keywords : cooking oil, purchasing decisions, traditional markets, modern markets.

## RINGKASAN

**ZEFANYA.** Proses Pengambilan Keputusan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Minyak Goreng di Pasar Tradisional dan Pasar Modern Kota Palembang. (Dibimbing oleh YUNITA).

Tujuan dari penelitian ini yaitu: (1) Mendeskripsikan karakteristik konsumen yang melakukan pembelian minyak goreng di pasar modern dan pasar tradisional Kota Palembang. (2) Mendeskripsikan proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian minyak goreng di pasar modern dan pasar tradisional Kota Palembang. (3) Menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian minyak goreng di pasar modern dan pasar tradisional Kota Palembang. Keputusan pembelian minyak goreng di Pasar tradisional maupun Pasar Modern melalui 5 tahap yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian dan pasca pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan metode sampel acak (*random sampling*). Pelaksanaan penelitian ini dilakukan selama periode bulan Januari 2022 dengan 30 konsumen di pasar tradisional dan 30 konsumen di pasar modern. Metode pengolahan data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan metode logistik biner. Hasil penelitian menunjukkan karakteristik responden dari konsumen minyak goreng di pasar tradisional dan pasar modern Kota Palembang memiliki kesamaan, yaitu didominasi oleh jenis kelamin perempuan, berumur sekitar 36-55 tahun dan tidak memiliki riwayat penyakit dalam satu tahun terakhir. Responden minyak goreng di pasar tradisional berpendapatan rata-rata Rp2.500.000/bulan, pendidikan terakhir SMA dan memiliki pekerjaan tetap. Responden minyak goreng di pasar modern rata-rata berpendapatan di atas Rp4.000.000/bulan, pendidikan terakhir sarjana dan memiliki pekerjaan tetap. Terdapat beberapa perbedaan dalam proses pengambilan keputusan antara lain yaitu pada jenis minyak goreng yang di beli, motivasi pembelian, tahap evaluasi alternatif, cara menentukan keputusan, dan pertimbangan pemilihan lokasi pembelian. Faktor-faktor yang mempengaruhi secara nyata pemilihan lokasi pembelian minyak goreng adalah pendidikan dan harga. Umur, pekerjaan, pendapatan, status kesehatan dan motivasi tidak berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pemilihan lokasi pembelian minyak goreng di Kota Palembang.

Kata kunci: minyak goreng, keputusan pembelian, pasar tradisional, pasar modern.

## SKRIPSI

**PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN DAN FAKTOR-  
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN MINYAK  
GORENG DI PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN  
KOTA PALEMBANG.**

***DECISION-MAKING PROCESS AND FACTORS AFFECTING  
THE PURCHASE OF COOKING OIL IN TRADITIONAL AND  
MODERN MARKET IN PALEMBANG CITY.***

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



**Zefanya**  
**05011281823057**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2022**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN MINYAK GORENG DI PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN KOTA PALEMBANG.**

SKRIPSI

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

Oleh:

**Zefanya**  
05011281823057

Indralaya, Juli 2022  
Pembimbing

**Dr. Yunita, S.P., M.Si.**  
NIP.197106242000032001

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Pertanian



**Dr. Ir. A. Muslim, M.Agr.**  
NIP.196412291990011001

Skripsi dengan judul “Proses Pengambilan Keputusan dan Faktor Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Minyak Goreng di Pasar Tradisional dan Pasar Modern Kota Palembang” oleh Zefanya telah dipertahankan di hadapan komisi penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 22 Juni 2022 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan penguji.

Komisi Penguji

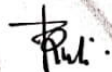
1. Dr. Yunita, S.P., M.Si.  
NIP. 197106242000032001

Ketua

  
(.....)

2. Emi Purbiyanti, S.P., M.Si.  
NIP. 197802102008122001

Sekretaris

  
(.....)

3. Henny Malini, S.P., M.Si.  
NIP. 197904232008122004

Anggota

  
(.....)

Indralaya, Juli 2022

Ketua Jurusan  
Sosial Ekonomi Pertanian

  
**Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.**  
NIP. 197412262001122001

## PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zefanya

NIM : 05011281823057

Judul :Proses Pengambilan Keputusan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Minyak Goreng di Pasar Tradisional dan Pasar Modern Kota Palembang.

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

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



Zefanya

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis memiliki nama lengkap Zefanya, lahir pada tanggal 23 Juni 2000 di Pangkalpinang, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Penulis merupakan anak ke-4 dari 4 bersaudara, yang merupakan anak dari pasangan suami istri Bapak Alm. Djoni Lamasi Siagian dan Ibu Penny Sabrina Silaban.

Pada tahun 2012 penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Budi Mulia Pangkalpinang melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Budi Mulia Pangkalpinang yang lulus pada tahun 2015, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Pangkalpinang yang lulus pada tahun 2018.

Pada tahun 2018, penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya di Kampus Indralaya melalui jalur Seleksi Masuk Bersama Perguruan Tinggi Negeri atau SBMPTN. Sampai saat ini penulis masih aktif menempuh pendidikan di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

Penulis aktif dan sedang menjadi Badan Pengurus Harian organisasi kemahasiswaan tingkat jurusan yaitu Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) yang sempat di amanahkan sebagai Sekretaris Dinas PPSDM (Pengembangan Potensi Sumber Daya Mahasiswa). Penulis juga aktif menjadi Kepala Produksi pada komunitas fotografi Agribisnis dari tahun 2019-2021.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Proses Pengambilan Keputusan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Minyak Goreng di Pasar Tradisional dan Pasar Modern Kota Palembang.” Untuk salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pertanian di Universitas Sriwijaya. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, keselamatan, kelancaran, serta kesempatan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan, doa, semangat, motivasi, dan materi selama proses perkuliahan dan pada tahap menyelesaikan tugas akhir perkuliahan.
3. Ibu Dr. Yunita S. P., M.Si selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan, motivasi, masukan yang bersifat membangun, meluangkan waktu serta selalu sabar kepada penulis agar semangat dalam menyelesaikan skripsi.
4. Terimakasih kepada Tim Penguji sudah memberikan saran, masukan, kritik yang membangun agar skripsi ini lebih baik.
5. Seluruh jajaran staff akademik di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya baik di Indralaya maupun Palembang yang telah bersedia membantu mengurus berkas selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Agribisnis dan Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
7. Teman-teman seperjuangan yang banyak membantu semasa perkuliahan dan memberikan masukan yang membangun untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak lain yang turut ikut serta dalam memberikan bantuan dan doa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tulisan ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan karya ilmiah ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak dan pembaca agar penyusunan

tulisan ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi seluruh masyarakat.  
Akhir kata, saya ucapkan terimakasih.

Indralaya, Juli 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian .....	6
BAB 2. KERANGKA PENELITIAN.....	7
2.1. Tinjauan Pustaka .....	7
2.1.1. Minyak Goreng .....	7
2.1.2. Konsepsi Karakteristik Konsumen .....	9
2.1.3. Konsepsi Perilaku Konsumen .....	11
2.1.4. Konsepsi Keputusan Pembelian .....	12
2.1.5. Konsepsi Pasar.....	14
2.1.5.1. Pasar Tradisional .....	14
2.1.5.1 Pasar Modern .....	15
2.2. Model Pendekatan .....	16
2.3. Hipotesis .....	16
2.4 Batasan Operasional .....	18
BAB 3. PELAKSANAAN PENELITIAN .....	20
3.1. Tempat dan Waktu .....	20
3.2. Metode Penelitian .....	20
3.3. Metode Penarikan Contoh .....	20
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	21
3.5. Metode Pengolahan Data .....	21
3.5.2. Metode Logistik Biner.....	24
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	28

	Halaman
4.1. Keadaan Umum Wilayah Penelitian .....	28
4.1.1. Letak dan Batas Wilayah Administrasi .....	28
4.1.2. Keadaan Geografi dan Topografi.....	28
4.1.3. Keadaan Iklim dan Cuaca.....	30
4.1.4. Demografi Kota Palembang.....	31
4.2. Karakteristik Responden.....	35
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	35
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	37
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	39
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	40
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Kesehatan.....	41
4.3. Proses Pengambilan Keputusan.....	42
4.3.1. Pengenalan Kebutuhan.....	42
4.3.2. Pencarian Informasi.....	48
4.3.3. Evaluasi Alternatif.....	50
4.3.4. Keputusan Pembelian.....	52
4.3.4. Pasca Pembelian.....	55
4.4. Analisis Regresi Logistik dalam Keputusan Pemilihan Lokasi Pembelian Minyak Goreng di Kota Palembang .....	59
4.4.1. Uji Kesesuaian Model Regresi Logistik.....	59
4.4.2. Regresi Logistik Biner Secara Serentak.....	60
4.4.3. Regresi Logistik Biner Secara Individu.....	61
4.4.4. Persamaan Regresi Logistik .....	65
4.4.5. <i>Odds Ratio</i> .....	62
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....	65
5.1. Kesimpulan .....	65
5.2. Saran .....	65
Daftar Pustaka .....	67
LAMPIRAN .....	70

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Pendekatan .....	16

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Konsumsi Minyak Goreng Sawit di Indonesia Tahun 2014-2019.....	1
Tabel 1.2. Rata-rata Konsumsi Minyak Per Kapita Seminggu Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2018-2021.....	2
Tabel 3.1. Interval Kelas Tingkat Kepentingan Atribut Minyak Goreng ....	23
Tabel 4.1. Luas Wilayah Per Kecamatan di Kota Palembang.....	30
Tabel 4.2. Keadaan Iklim dan Cuaca Kota Palembang Tahun 2021.....	31
Tabel 4.3. Jumlah penduduk Kota Palembang Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2021.....	32
Tabel 4.4. Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Golongan Umur Tahun 2021.....	33
Tabel 4.5. Jumlah penduduk Kota Palembang Berdasarkan Pendidikan Tahun 2020.....	34
Tabel 4.6. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Umur.....	36
Tabel 4.7. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.8. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	38
Tabel 4.9. Konsumen Berdasarkan Tingkat Pekerjaan.....	39
Tabel 4.10. Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	40
Tabel 4.11. Konsumen Berdasarkan Riwayat Penyakit dalam Satu Tahun Terakhir.....	42
Tabel 4.12. Sebaran Konsumen Berdasarkan Jenis Minyak Goreng.....	43
Tabel 4.13. Skor Rata-rata Tingkat Kepentingan Atribut Minyak Goreng .....	44
Tabel 4.14. Sebaran Konsumen Berdasarkan Motivasi Pembelian.....	47
Tabel 4.15. Sebaran Konsumen Berdasarkan Jumlah Pembelian Minyak Goreng dalam Satu Bulan.....	47
Tabel 4.16. Sebaran Responden Berdasarkan Sumber Informasi .....	48
Tabel 4.17. Sebaran Responden Berdasarkan Informasi yang Paling Dicari.....	49
Tabel 4.18. Sebaran Responden Berdasarkan Pertimbangan Pembelian.....	50
Tabel 4.19. Sebaran Responden Berdasarkan Alternatif Pembelian.....	51
Tabel 4.20. Sebaran Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian.....	52

	Halaman
Tabel 4.21. Sebaran Responden Berdasarkan Pengaruh Pembelian Minyak Goreng .....	53
Tabel 4.22. Sebaran Responden Berdasarkan Pertimbangan Lokasi Pembelian.....	54
Tabel 4.23. Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Kepuasan.....	55
Tabel 4.24. Sebaran Responden Berdasarkan Pertimbangan Jika Terjadi Kenaikan Harga.....	56
Tabel 4.25. Sebaran Responden Berdasarkan Sikap Jika Minyak Goreng Tidak Tersedia .....	57
Tabel 4.26. Sebaran Responden Berdasarkan Keinginan Mengganti Minyak Goreng .....	58
Tabel 4.27. Ringkasan Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	58
Tabel 4.28. <i>Classification Result</i> .....	60
Tabel 4.29. Omnibus Test.....	60
Tabel 4.30. Pendugaan Parameter.....	61
Tabel 4.31. Nilai Koefisien Tiap Variabel Berpengaruh.....	62
Tabel 4.32. Nilai <i>Odds Ratio</i> .....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Wilayah Kota Palembang.....	71
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian .....	72
Lampiran 3. Karakteristik Responden Minyak Goreng di Pasar Tradisional .....	76
Lampiran 4. Karakteristik Responden Minyak Goreng di Pasar Modern....	77
Lampiran 5. Tahapan Pengenalan Masalah dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Minyak Goreng di Pasar Tradisional.....	78
Lampiran 6. Skor Tingkat Kepentingan Atribut Minyak Goreng di Pasar Tradisional.....	79
Lampiran 7. Tahapan Pengenalan Masalah dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Minyak Goreng di Pasar Modern.....	80
Lampiran 8. Skor Tingkat Kepentingan Atribut Minyak Goreng di Pasar Modern .....	82
Lampiran 9. Tahapan Pencarian Informasi dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Minyak Goreng di Pasar Tradisional.....	83
Lampiran 10. Tahapan Pencarian Informasi dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Minyak Goreng di Pasar Modern.....	85
Lampiran 11. Tahapan Evaluasi Alternatif dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Minyak Goreng di Pasar Tradisional.....	87
Lampiran 12. Tahapan Evaluasi Alternatif dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Minyak Goreng di Pasar Modern.....	88
Lampiran 13. Tahapan Keputusan Pembelian dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Minyak Goreng di Pasar Tradisional.....	89
Lampiran 14. Tahapan Keputusan Pembelian dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Minyak Goreng di Pasar Modern.....	90
Lampiran 15. Tahapan Pasca Pembelian dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Minyak Goreng di Pasar Tradisional.....	91
Lampiran 16. Tahapan Pasca Pembelian dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Minyak Goreng di Pasar Modern.....	92
Lampiran 17. Hasil Uji Logistik Biner.....	93



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara agraris yang didominasi oleh sektor pertanian sebagai andalan mata pencaharian. Dari perkebunan Indonesia memiliki komoditas unggulan yaitu kelapa sawit. Hasil olahan dari kelapa sawit adalah minyak kelapa sawit atau yang disebut dengan *Crude Palm Oil* (CPO). Menurut Maygirtasari, Yulianto dan Mawardi (2015:1) menyatakan Indonesia merupakan Negara yang kaya akan Sumber Daya Alam dan Sumber Daya Manusia. Sumber Daya Alam yang melimpah dijadikan sebagai sumber tanaman pangan dan komoditas ekspor. Perkebunan merupakan salah satu subsektor yang memiliki peran penting dalam pembangunan. Hasil perkebunan yang diekspor dan menjadi komoditas andalan Indonesia salah satunya adalah kelapa sawit. (Nurmalita dan Bowo, 2019)

Tabel 1.1. Konsumsi Minyak Goreng Sawit Di Indonesia Tahun 2014-2019.

Tahun	Konsumsi per Kapita (Liter)	Jumlah Penduduk (000 Jiwa)	Minyak Goreng	
			Hasil Produksi Minyak Goreng (Ton)	Konsumsi Rumah Tangga (Ton)
2014	9,60	252.165	2.097.153	1.937.382
2015	11,21	255.462	2.426.061	2.291.236
2016	11,68	258.705	3.271.532	2.417.340
2017	10,72	261.891	5.761.486	2.245.714
2018	10,86	264.162	5.792.599	2.296.093
2019	10,90	270.602	5.852.908	2.319.934

Sumber :Buletin Konsumsi Pangan, 2019

Dari Tabel 1.1 Menunjukkan bahwa dalam enam tahun konsumsi minyak goreng mengalami peningkatan yang signifikan. Terjadinya peningkatan konsumsi minyak goreng di Indonesia setiap tahun disebabkan karena terus bertambahnya jumlah penduduk disetiap tahunnya, maka kebutuhan manusia dalam mengkonsumsi makanan akan cenderung meningkatkan permintaan produk minyak goreng. Hal tersebut dapat dilihat pada angka konsumsi perkapita yang berada pada angka yang cukup tinggi.

Tabel 1.2. Rata-rata Konsumsi Minyak Perkapita Seminggu Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2018-2021

Tahun	Konsumsi Pangan (Liter/Kapita/Minggu)		
	Minyak Kelapa	Minyak Sawit	Minyak Lainnya
2018	0,238	3,867	0,037
2019	0,259	3,920	0,061
2020	0,224	3,924	0,072
2021	0,202	4,123	0,105
Jumlah	0,923	15,834	0,275

Sumber :Badan Pusat Statistika, 2021

Dari Tabel 1.2. Menunjukkan bahwa jumlah konsumsi minyak sawit di Sumatera Selatan mengalami kenaikan setiap tahunnya sedangkan jumlah konsumsi minyak kelapa semakin menurun dan untuk jumlah konsumsi minyak lainnya mengalami kenaikan yang tidak terlalu signifikan.

Minyak goreng merupakan suatu kebutuhan yang tidak lepas dari apa yang kita gunakan dalam kehidupan sehari-hari. Jaman dulu minyak goreng terbuat dari buah kelapa yang diolah dengan tangan sendirinya, dan jaman modern minyak goreng terbuat dari kelapa sawit pilihan yang diolah oleh pabrik besar.

Produk minyak goreng merupakan salah satu produk yang banyak tersedia di pasaran. Banyaknya produk minyak goreng yang beredar di pasaran membuat posisi persaingan antar merek minyak goreng di pasar menjadi ketat. Persaingan penjualan minyak goreng di pasar yang semakin ketat memicu produsen minyak goreng untuk berusaha agar produknya laku di pasar. Produsen melakukan berbagai cara untuk meningkatkan penjualan produk minyak goreng seperti dengan meningkatkan fungsi merek dan kemasan sebagai pembeda dengan produk minyak goreng yang lain, sehingga konsumen menjadi lebih tertarik pada produk tersebut.

Minyak goreng kelapa sawit dalam negeri dipasarkan dalam dua bentuk, yaitu secara curah dan dalam kemasan dengan merek/label tertentu. Minyak goreng curah dan minyak goreng bermerek merupakan sama-sama hasil dari proses industri namun memiliki perbedaan dari lokasi penjualan dan kualitas. Perbedaan dari segi lokasi yang dapat dilihat bahwa minyak curah hanya diperjualbelikan dipasar tradisional (tidak di pasar modern). Berbeda dengan minyak dalam kemasan dengan merek/label yang diperjualbelikan baik dipasar

modern maupun pasar tradisional. Perbedaan dari segi kualitas ini diakibatkan dari perbedaan tahapan proses produksi dalam pembuatannya. Minyak goreng curah hanya melalui 1 kali proses penyaringan, berwarna kuning keruh, dikemas dengan kemasan biasa tanpa mementingkan design dan didistribusikan dalam bentuk non kemasan. Sementara minyak goreng bermerk melalui 3-4 proses penyaringan, berwarna kuning jernih, dan dikemas dengan label atau merek tertentu. Perbedaan dalam proses produksi juga mengakibatkan kandungan kadar lemak dan asam oleat pada minyak goreng curah juga lebih tinggi dibandingkan minyak goreng bermerek yang mengakibatkan dampak yang kurang baik bagi kesehatan (Supriyana, 2006).

Beragamnya atribut minyak goreng yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian menyebabkan konsumen akhirnya harus menentukan pilihan secara selektif, minyak goreng mana yang akan dikonsumsi untuk keperluan sehari-hari. Pengambilan keputusan pembelian tidak terlepas dari keterlibatan konsumen dimana menggambarkan tingkat minat konsumen terhadap proses pembelian produk yang ditimbulkan oleh pentingnya pembelian minyak goreng dalam kehidupan sehari-hari konsumen. Fenomena ini menandakan adanya perbedaan perilaku konsumen akan suatu produk minyak goreng di pasaran (Mintaryo, 2006). Salah satu usaha yang perlu dilakukan oleh produsen minyak goreng untuk meningkatkan penjualan produknya adalah mempelajari perilaku konsumen (*consumer behavior*) yang beragam.

Faktor tempat atau lokasi juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen akan suatu produk. Menurut Alma (2003: 103) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk memasarkan barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Dengan tempat yang nyaman, strategis dan keamanan yang terjamin maka konsumen akan lebih tertarik untuk membeli suatu produk. Hal ini dibuktikan pada penelitian yang dilakukan oleh Nita Prasetia (2016) menyatakan bahwa tempat/lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pasar merupakan kegiatan ekonomi sebagai salah satu perwujudan adaptasi manusia terhadap lingkungannya. Hal ini didasari atau didorong oleh faktor perkembangan ekonomi yang awalnya hanya bersumber pada problem

untuk memenuhi kebutuhan hidup (kebutuhan pokok). Menurut para ahli ekonomi mengemukakan bahwa pasar merupakan kumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas produk atau kelompok produk tertentu.

Keberadaan pasar tradisional di Kota Palembang sangat berperan penting bagi perekonomian rakyat. Di Kota Palembang sebagian besar penduduknya adalah masyarakat dengan pendapatan menengah kebawah. Melihat dari kondisi ekonomi masyarakat yang masih tergolong rendah keberadaan pasar tradisional sangatlah dibutuhkan untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat tersebut. Selain bagi para pembeli, pasar tradisional juga dapat sangat dibutuhkan sebagai lapangan kerja bagi para pedagang yang menjual barang dagangannya dipasar tradisional tersebut. Untuk itu, pasar tradisional menjadi salah satu hal yang perlu dijaga keberadaan dan keberlangsungan di Indonesia.

Keberadaan pasar modern juga menyebabkan tingkat persaingan antar pedagang di pasar tradisional semakin ketat. Pasar modern yang menawarkan harga yang hampir relatif sama dengan pasar tradisional memaksa pedagang di pasar tradisional harus membanting harga agar dapat bersaing dengan pasar modern. Hal tersebut secara tidak langsung akan menyebabkan tingkat persaingan yang ketat antar pedagang di pasar tradisional. Antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain mempunyai strategi tersendiri untuk menarik pembeli agar barang dagangannya laku.

Sejalan dengan perkembangan dunia yang semakin modern, banyak masyarakat yang mulai meninggalkan hal-hal yang serba tradisional beralih pada sesuatu yang lebih modern. Hal ini terlihat salah satunya pada perilaku konsumen saat ini yang lebih menyukai berbelanja di pasar modern daripada pasar tradisional. Hal tersebut dikarenakan kualitas barang yang diperjualkan di pasar modern lebih baik dengan kemasan dan harga yang murah. Selain itu suasana di pasar modern yang lebih nyaman sehingga konsumen lebih leluasa untuk memilih barang-barang kebutuhannya.

Setiap konsumen dalam membeli sebuah produk mempunyai keputusan yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Perbedaan tersebut dapat disebabkan oleh faktor-faktor yang mendorongnya dengan kuat untuk mempengaruhi keputusan tersebut. Faktor utama yang mempengaruhi perilaku

konsumen antara lain faktor budaya, faktor sosial, faktor individu, faktor psikologis dan faktor strategi pemasaran (Simamora, 2008).

Kota Palembang merupakan salah satu kota yang pesat perkembangannya hal ini terlihat tingkat permintaan terhadap barang konsumsi semakin tinggi. Selain itu kota Palembang merupakan kota terbanyak penduduknya di Sumatera Selatan. Berdasarkan sensus penduduk pada tahun 2019, jumlah penduduk kota Palembang tahun 2018 adalah 1.643.488 jiwa, angka tersebut mengalami kenaikan pada tahun 2019 sebesar 1,18 persen menjadi 1.662.893 jiwa.

Berdasarkan beberapa uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait proses pengambilan keputusan dan faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian minyak goreng di pasar tradisional maupun pasar modern di Kota Palembang

## **1.2. Rumusan Masalah**

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

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang melakukan pembelian minyak goreng di pasar tradisional dan pasar modern Kota Palembang?
2. Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian minyak goreng di pasar tradisional dan pasar modern Kota Palembang?
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian minyak goreng di pasar tradisional dan pasar modern Kota Palembang?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen yang melakukan pembelian minyak goreng di pasar tradisional dan pasar modern Kota Palembang.
2. Mendeskripsikan proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian minyak goreng di pasar tradisional dan pasar modern Kota Palembang.

3. Menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian minyak goreng di pasar tradisional dan pasar modern Kota Palembang.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi konsumen, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan memberi informasi dalam memilih minyak goreng khususnya bagi konsumen di pasar tradisional dan pasar modern Kota Palembang.
2. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015.
- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Anonim . 2007. Gizi dan Nutrisi : Mengenal Minyak Goreng Sehat. <http://www.jawaban.com/news/health/main.php>. Diakses tanggal 31 Desember 2009.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Indonesia Dalam Angka 2018. Palembang: Badan Pusat Statistik. [online] <https://www.bps.go.id>. Diakses pada tanggal 7 September 2021.
- Badan Pusat Statistik. 2020. Indonesia Dalam Angka 2020. Palembang: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. 2020. Statistik Tebu Indonesia 2019. Palembang: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Kota Palembang Dalam Angka 2020. Palembang: Badan Pusat Statistik. [online] <https://www.bps.go.id>. Diakses pada tanggal 7 September 2021.
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Sensus Penduduk Tahun 2020*. Palembang: Badan Pusat Statistik. [online] <https://sensus.bps.go.id>. Diakses pada tanggal 7 September 2021.
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia. 2009. Kategori Umur Penduduk. [online].<https://yhantiaritra.wordpress.com/2015/06/03/kategoriumurmenu-tdepkes/>. [Diakses pada tanggal 26 Desember 2021]
- Engel, J.F. et.al. 2010. Consumer Behavior Jilid 1, Alih Bahasa Budiyanto. Binarupa Aksara: Jakarta.
- Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Penerbit Qiara Media.
- Firmanjaya. 2008. Minyak Kedelai. <http://firmanjaya.files.wordpress.com>. Diakses pada 29 September 2021.
- Ghozali, I. 2012. Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D.N. 2012. Dasar-dasar Ekonometrika. Terjemahan Mangunsong, R.C. Salemba Empat, Buku 2, Edisi 5. Jakarta
- Hamdani, M., Budiwati,N., dan Septiana N. 2020. Faktor-Faktor yang Memoengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Bahan Pokok

- SehariHari di Pasar Modern Martapura. *Frontier Agribisnis* Vol 4 No2, hlm 34-41.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37-43.
- Kartika, N. D., Hani, E. S., & Hartadi, R. (2010). Analisis Perilaku Konsumen Buah Di Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 4(1), 24-36.
- Kotler, & Amstrong. 2014. *Principles of Marketing*. 12th Edition. Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Lestario, F. (2018). Dampak pertumbuhan bisnis franchise waralaba minimarket terhadap perkembangan kedai tradisional di kota binjai. *Jumant*, 7(1), 29-36.
- Malau, Herman. 2017. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta
- Masitoh, E. A. (2013). Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul. *Jurnal PMI*, 10(2), 63-78.
- Nurmalita, V., & Bowo, P. A. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Minyak Kelapa Sawit Indonesia ke India. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 605-619.
- Pangan, B. K. (2019). Sekretariat Jendral Kementrian Pertanian.
- Pusat Penelitian Kelapa Sawit ( PPKS ). 2003. *Budidaya Kelapa Sawit*. Pusat Mintaryo. 2006 Pengaruh motivasi dan persepsi terhadap loyalitas konsumen dalam membeli produk minyak goreng Filma di gudang rabat Alfa Rungkut Surabaya. other thesis. Petra Christian University.
- Penelitian Kelapa Sawit. Medan.
- Santoso, Singgih. 2010. *Panduan Lengkap SPSS Versi 2.0*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Santoso, Urip. 2009. Label Non Kolesterol dalam Minyak Goreng. *Jurnal Urip Santoso*.
- Sebti Atul Awaliyah dan Saino. 2017. Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Online (Studi pada DKPOP Shop). *Jurnal Manajemen*. 4(3). 187
- Simamora, B. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama



- Sinaga, P. (2006). Penelitian Dampak Keberadaan Pasar Modern (Supermarket dan Hypermarket) Terhadap Usaha Ritel Koperasi/Waserda dan Pasar Tradisional. *Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM*, 85-99.
- Suprpti, W. 2010. Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemasaran. Bali: Udayana University Press
- Sunyoto, D. 2014. Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, kuisisioner, alat, dan analisis data). Penerbit CAPS : Yogyakarta.
- Supriyana, E. 2006. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Minyak Goreng Bermerek dan Tidak Bermerek (Kasus : Rumah Makan di Kota Bogor).Skripsi pada Departemen Ekstensi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Umar, H. 2000. Riset Pemasaran dan Perilaku konsumen. Gramedia Pustaka Utama dan JBRC : Jakarta.
- Utomo, T. J. (2011). Persaingan bisnis ritel: tradisional vs modern. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 6(1).
- Widiya, D. 2018. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen rumah tangga terhadap pembelian produk chicken nugget di kota Palembang. Skripsi S1. Universitas Sriwijaya: Indralaya.
- Yulianto, A., & Mukson, M. (2019). Pengaruh Persepsi Tentang Minimarket Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Tradisional Songgom. *JBIMA (Jurnal Bisnis dan Manajemen)*, 7(2), 9-18.

**DATA MAHASISWA**

Nama : Zefanya  
 Tempat/Tanggal Lahir : Pangkalpinang, 23 Juni  
 Alamat : Perumahan Pondok Indah Melati Blok A9 No.2 Air Itam, Pangkalpinang, Bangka Belitung  
 No. Handphone : 085838368682  
 E-mail : zefanyajoker@gmail.com

**Nama Orang Tua**

Ayah : Djoni Lamasi Siagian, B.Sc (+)  
 - Tempat/Tanggal Lahir : Palembang/17 Agustus 1960  
 - Pendidikan Terakhir : D4  
 - Pekerjaan : -  
 - Alamat : Perumahan Pondok Indah Melati Blok A9 No.2 Air Itam, Pangkalpinang, Bangka Belitung  
 Ibu : Penny Sabrina Silaban  
 - Tempat/Tanggal Lahir : Medan/22 Desember 1963  
 - Pendidikan Terakhir : SMA  
 - Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
 - Alamat : Perumahan Pondok Indah Melati Blok A9 No.2 Air Itam, Pangkalpinang, Bangka Belitung  
 Program Kekhususan : Agribisnis

**Riwayat Pendidikan**

:  
 - TK Pembina 2 : dari tahun 2005 s/d 2006  
 - SD Budi Mulia : dari tahun 2006 s/d 2012  
 - SMP Budi Mulia : dari tahun 2012 s/d 2015  
 - SMA Negeri 1 Pangkalpinang : dari tahun 2015 s/d 2018  
 - Strata 1 (S1) Universitas Sriwijaya : dari tahun 2018 s/d 2022

**Pembimbing Akademik**

: Dr. Yunita, S.P., M.Si.  
 Judul PL : Budidaya Sawi Pakcoy (Brassica Rapa L.) Menggunakan Teknik Wick Dengan Pemberian Nutrisi Ab Mix Di Lahan Klinik Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

**Pembimbing PL**

: Dr. Yunita, S.P., M.Si.  
 Judul Skripsi : Proses Pengambilan Keputusan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Minyak Goreng Di Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Kota Palembang

**Pembimbing Skripsi**

: Dr. Yunita, S.P., M.Si.