

SKRIPSI

**FAKTOR DETERMINAN PERMINTAAN KONSUMEN
MINYAK GORENG DI KELURAHAN INDRALAYA INDAH
KECAMATAN INDRALAYA KABUPATEN OGAN ILIR**

***DETERMINANT FACTORS OF CONSUMER DEMAND FOR
COOKING OIL IN INDRALAYA INDAH DISTRICT
INDRALAYA DISTRICT OGAN ILIR REGENCY***



**Indri Marsella Hutabarat
05011182025005**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2024**

SUMMARY

INDRI MARSELLA HUTABARAT. “Determinant Factors of Consumer Demand For Cooking Oil in Indralaya Indah District Indralaya District Ogan Ilir Regency” (Supervised by **ERNI PURBIYANTI**).

Cooking oil is one of the basic ingredients which plays a very important role in meeting household consumption needs. Currently, cooking oil is marketed in two forms, namely in bulk and in packages with certain brands/labels. Even though packaged cooking oil has many advantages and is increasingly common in Indralaya Indah Village, the demand for bulk cooking oil is still higher compared to packaged cooking oil. The objectives of this research are: (1) to analyze the differences in the characteristics of packaged cooking oil and bulk cooking oil in Indralaya Indah Village, Ogan Ilir Regency; (2) to analyze the determinant factors for packaged cooking oil and bulk cooking oil in Indralaya Indah Village, Ogan Ilir Regency (3) to describe the behavior of using and handling packaged cooking oil waste by households in Indralaya Indah Village, Ogan Ilir Regency. This research was carried out in December in Indralaya Indah Village, Indralaya District, Ogan Ilir Regency. The research method used was a survey with a sample of 38 households. Data were processed using multiple linear regression analysis, independent t test and descriptive analysis. The results of this research show that: (1) the characteristics of cooking oil consumers obtained from this research, namely consumers aged 36-45 years, the dominant gender is female, the education level is predominantly high school level, and have a relatively high income of between Rp. 2,500,000 – 3,500,000, and have < 4 family members. Meanwhile, the significant differences in the characteristics of bulk cooking oil and packaged cooking oil are education, number of family members and employment; (2) factors that influence consumer demand for cooking oil per month in Indralaya Indah Subdistrict are education, income and health awareness; (3) the behavior of using cooking oil in Indralaya Indah Subdistrict, Ogan Ilir Regency, namely that on average, 358 milliliters of cooking oil is used for one cooking and it is immediately thrown into the drain of each respondent's house without processing it first.

Keywords: behavior, characteristics, cooking oil, disposal, factors, waste

RINGKASAN

INDRI MARSELLA HUTABARAT. “Faktor Determinan Permintaan Konsumen Minyak Goreng di Kelurahan Indralaya Indah Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir” (Dibimbing oleh **ERNI PURBIYANTI**).

Minyak goreng merupakan salah satu bahan pokok yang sangat penting peranannya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi rumah tangga. Pada saat ini minyak goreng dipasarkan dalam dua bentuk, yaitu secara curah dan dalam kemasan dengan merek/label tertentu. Meskipun minyak goreng kemasan memiliki banyak keunggulan dan kian marak beredar di Kelurahan Indralaya Indah, namun permintaan terhadap minyak goreng curah masih lebih tinggi jika dibandingkan dengan minyak goreng kemasan. Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) untuk menganalisis perbedaan karakteristik minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Kelurahan Indralaya Indah Kabupaten Ogan Ilir; (2) untuk menganalisis faktor determinan terhadap minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Kelurahan Indralaya Indah Kabupaten Ogan Ilir (3) untuk mendeskripsikan perilaku penggunaan dan penanganan limbah minyak goreng kemasan oleh rumah tangga di Kelurahan Indralaya Indah Kabupaten Ogan Ilir. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember di Kelurahan Indralaya Indah Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir. Metode penelitian yang digunakan yaitu survey dengan sampel berjumlah 38 rumah tangga. Data diolah menggunakan analisis regresi linear berganda, uji beda independent t test dan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) karakteristik konsumen minyak goreng yang didapatkan dari penelitian ini, yaitu konsumen dengan umur 36-45 tahun, jenis kelamin dominan perempuan, tingkat pendidikan didominasi tingkat SMA, memiliki pendapatan tergolong tinggi antara Rp. 2.500.000 – 3.500.000, dan memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak < 4 orang. Sedangkan perbedaan karakteristik minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan yang signifikan adalah pendidikan, jumlah anggota keluarga dan pekerjaan; (2) faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen minyak goreng per bulan di Kelurahan Indralaya Indah adalah pendidikan, pendapatan, dan kesadaran kesehatan; (3) perilaku penggunaan minyak goreng di Kelurahan Indralaya Indah Kabupaten Ogan Ilir yaitu rata-rata menggunakan minyak goreng sebanyak 358 mililiter untuk sekali memasak dan langsung dibuang ke saluran pembuangan rumah masing-masing responden tanpa mengolahnya terlebih dahulu.

Kata kunci: faktor, karakteristik, limbah, minyak goreng, pembuangan, perilaku.

SKRIPSI

**FAKTOR DETERMINAN PERMINTAAN KONSUMEN
MINYAK GORENG DI KELURAHAN INDRALAYA INDAH
KECAMATAN INDRALAYA KABUPATEN OGAN ILIR**

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



**Indri Marsella Hutabarat
05011182025005**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

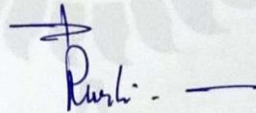
FAKTOR DETERMINAN PERMINTAAN KONSUMEN
MINYAK GORENG DI KELURAHAN INDRALAYA INDAH
KECAMATAN INDRALAYA KABUPATEN OGAN ILIR

SKRIPSI

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

Oleh:
Indri Marsella Hutabarat
05011182025005

Indralaya, Maret 2024
Pembimbing



Dr. Erni Purbiyanti, S.P., M.Si.
NIP. 197802102008122001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian Unsri



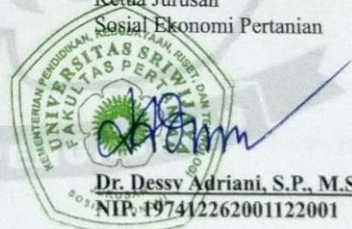
Prof. Dr. Ir. A. Muslim, M. Agr.
NIP. 196412291990011001

Skripsi dengan judul "Faktor Determinan Permintaan Konsumen Minyak Goreng di Kelurahan Indralaya Indah Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir" oleh Indri Marsella Hutabarat telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 04 Maret 2024 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

- | | | |
|--|------------|--|
| 1. Reshi Wahyuni, S.P., M.Si.
NIP. 198005032023212017 | Ketua | (..... ) |
| 2. M. Huanza, S.P., M.Si.
NIP. 199410272022031010 | Sekretaris | (..... ) |
| 3. Dr. Desi Aryani, S.P., M.Si.
NIP. 198112222003122001 | Penguji | (..... ) |
| 4. Dr. Erni Purbiyanti, S.P., M.Si.
NIP. 197802102008122001 | Pembimbing | (..... ) |

Indralaya, Maret 2024
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



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

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indri Marsella Hutabarat


Nim : 05011182025005

Judul : Faktor Determinan Permintaan Konsumen Minyak Goreng di Kelurahan
Indralaya Indah Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, 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, Maret 2024

Indri Marsella Hutabarat

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Indri Marsella Hutabarat lahir pada tanggal 5 Mei 2002 di Kota Sibolga Provinsi Sumatra Utara. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Robin Hutabarat dan Ibu Rosmaida Siallangan. Kakak pertama dari penulis bernama Marantika Hutabarat, kakak kedua bernama Bobby Hendra Hutabarat, dan Adik dari penulis bernama Tian Kurniawan Hutabarat. Alamat tempat tinggal penulis berada di Jl. Jenderal Gatot Subroto, Pondok Batu, Kecamatan Sarudik, Kabupaten Tapanuli Tengah Provinsi Sumatera Utara.

Penulis menyelesaikan pendidikan taman kanak-kanak di TK Melania Sarudik. Lalu menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di SD RK 1 Sibolga pada tahun 2014. Selanjutnya menyelesaikan sekolah menengah tingkat pertama di SMP Fatima Sibolga tahun 2017. Penulis telah menyelesaikan sekolah menengah tingkat atas di SMA Negeri 4 Sibolga pada tahun 2020. Pada tahun 2020, penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya melalui jalur masuk Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN).

Penulis aktif mengikuti salah satu organisasi yang ada di tingkat jurusan yaitu HIMASEPERTA. Penulis memiliki cita-cita sebagai seorang Wanita karir dan seorang pengusaha sukses yang dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya lah, yang sudah melancarkan segala urusan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Faktor Determinan Permintaan Konsumen Minyak Goreng Di Kelurahan Indralaya Indah Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir ”. skripsi ini dibuat dan diajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pertanian.


Dalam kesempatan kali ini, penulis juga mengucapkan banyak terima kasih setulus-tulusnya kepada semua pihak yang terlibat dalam memberikan dukungan baik berupa semangat, doa, tenaga, arahan dan bimbingan. Ucapan terima penulis ditujukan kepada :

1. Orang tua yang saya sayangi, Bapak Robin Hutabarat dan Ibu Rosmaida Siallagan yang telah memberikan semangat, dukungan, tenaga, arahan dan doa tiada henti disegala kondisi.
2. Saudara kandung saya tersayang, Marantika Hutabarat , Bobby Hendra Hutabarat dan Tian Hutabarat yang sudah membantu dan memberikan dukungan yang tiada henti agar penulis tetap semangat dalam menyelesaikan proses perkuliahan.
3. Keluarga besar penulis yang sudah memberikan dukungan dan doa agar diberikan kelancaran dalam menyelesaikan proses perkuliahan.
4. Pembimbing Akademik yang menginspirasi yaitu Ibu Erni Purbiyanti, S.P, M.Si. terima kasih yang tidak terhingga karena selalu membimbing, mendidik dan memberikan ilmu, arahan, motivasi, kebaikan serta kesabaran tanpa batas kepada saya selama proses perkuliahan ini.
5. Ibu Dr. Dessy Adriani, SP., M.Si. selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya yang telah memberikan dukungan, bantuan, bimbingan dan izin selama ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama proses belajar mengajar dikelas.

7. Admin Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang selalu membantu dalam proses administrasi selama perkuliahan.
8. Teman dekat saya Rahmika Sibagariang yang sudah memberikan semangat, dukungan doa, selama saya SMA hingga perkuliahan
9. Teman Kuliah saya Widia Andia yang sudah membantu saya dalam penulisan dan penyelesaian skripsi saya hingga selesai.
10. Pasukan Twont yaitu Krisrina Siringo-ringo, Helisa Santoso, Numaya, Oktavia, Kristina Osi, Monica, dan kawan kawan Twont lainnya yang selalu memberikan semangat dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Keluarga Philia agribisnis yang selalu menciptakan rasa kebahagiaan, kenyamanan selama saya kuliah.
12. Teman-teman Agribisnis Angkatan 2020 yang saat ini sedang berjuang bersama-sama untuk lulus.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang perlu disempurnakan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang.

Indralaya, Maret 2024



Indri Marsella Hutabarat

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan dan Manfaat	6
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN	7
2.1. Tinjauan Pustaka	7
2.1.1. Konsepsi Minyak Goreng	7
2.1.2. Konsepsi Minyak Goreng Curah.....	7
2.1.3. Konsepsi Minyak Goreng Kemasan	8
2.1.4. Konsepsi Konsumen.....	9
2.1.5. Konsepsi Permintaan.....	10
2.1.6. Konsepsi Konsumsi Rumah Tangga	13
2.1.7. Konsepsi Fungsi Permintaan dan Penawaran	14
2.1.8. Konsepsi Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	15
2.2. Model Pendekatan	17
2.3. Hipotesis.....	18
2.4. Batasan Operasional	20
BAB 3. METODE PENELITIAN	22
3.1. Tempat dan Waktu	23
3.2. Metode Penelitian.....	23
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	23
3.4. Metode Pengumpulan Data	24
3.5. Metode Pengolahan Data	24

	Halaman
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1.2. Topografi dan Iklim Kelurahan Indralaya Indah	31
4.1.3. Jumlah Penduduk Kelurahan Indralaya Indah	31
4.1.4. Sarana Prasarana Kesehatan	32
4.1.5. Sarana Prasarana Pendidikan	33
4.1.6. Sarana Prasarana Keagamaan	34
4.2. Karakteristik Responden Minyak Goreng Curah dan Minyak Goreng Kemasan	35
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	37
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	38
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	40
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga ...	42
4.3. Perbedaan Karakteristik Konsumen Minyak Goreng Curah dan Minyak Kemasan	43
4.4. Faktor Determinan Permintaan Konsumen Minyak Goreng	48
4.4.1. Uji Normalitas	48
4.4.2. Uji Multikolinearitas	49
4.4.3. Uji Heterokedastisitas	50
4.4.4. Pengaruh Pendidikan Terhadap Permintaan Konsumen Minyak Goreng.....	53
4.4.5. Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Konsumen Minyak Goreng.....	53
4.4.6. Pengaruh Jumlah Anggota Keluarga Terhadap Permintaan Konsumen Minyak Goreng	54
4.4.7. Pengaruh Harga Terhadap Permintaan Konsumen Minyak Goreng.....	54
4.4.8. Pengaruh Kesadaran Kesehatan Terhadap Permintaan Konsumen Minyak Goreng	58

	Halaman
4.4. 9. Pengaruh Kategori Minyak Goreng Terhadap Permintaan Konsumen Minyak Goreng	55
4.5. Perilaku Penggunaan dan Penanganan Limbah Minyak Goreng di Kelurahan Indralaya Indah Kabupaten Ogan Ilir_.....	56
4.5.1. Perilaku Penggunaan Minyak Goreng	56
4.5.2. Perilaku Penanganan Limbah Minyak Goreng	58
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Standar Mutu Minyak Goreng di Indonesia	9
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Kelurahan Indralaya Indah	32
Tabel 4.2 Sarana Kesehatan Kelurahan Indralaya Indah	32
Tabel 4.3. Sarana Pendidikan Kelurahan Indralaya Indah	34
Tabel 4.4. Sarana Keagamaan Kelurahan Indralaya Indah	35
Tabel 4.5. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.6. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Umur	37
Tabel 4.7. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan	38
Tabel 4.8. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.9. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan	41
Tabel 4.10. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Anggota keluarga	42
Tabel 4.11. Perbedaan Karakteristik Konsumen Minyak Goreng Curah dan Minyak Kemasan Menggunakan Uji t (Parametrik).....	43
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.13. Output nalisis faktor determinan permintaan konsumen minyak goreng	52
Tabel 4.14. Jumlah dan Frekuensi Penggunaan Minyak Goreng oleh Rumah Tangga di Kelurahan Indralaya Indah	56
Tabel 4.15. Penanganan Limbah Minyak Goreng oleh Rumah Tangga di Kelurahan Indralaya Indah	58
Tabel 4.16. Tempat Pembuangan Sisa Minyak Goreng Oleh Rumah Tangga di Kelurahan Indralaya Indah	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Perkembangan Harga Minyak Goreng (2021-2023)	2
Gambar 2.1. <i>Income Consumption</i> (ICC)	9
Gambar 2.2. Kurva <i>Price Consumption</i> (PCC)	13
Gambar 2.3. Model Pendekatan	17
Gambar 4.1. Grafik Normalitas	49
Gambar 4.2. Grafik <i>Scatterplot</i> Heteroskedastisitas	51

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Lokasi Kelurahan Indralaya Indah	69
Lampiran 2. Karakteristik Responden Penelitian	70
Lampiran 3. Karakteristik Responden Penelitian (Lanjutan)	71
Lampiran 4. Perbedaan Karakteristik menggunakan Uji Beda T- Test	72
Lampiran 5. Hasil Analisis Regresi Faktor Determinan Permintaan Konsumen Minyak Goreng	73
Lampiran 6. Hasil Analisis Regresi Faktor Determinan Permintaan Konsumen Minyak Goreng (Lanjutan)	74
Lampiran 7. Hasil Analisis Regresi Faktor Determinan Permintaan Konsumen Minyak Goreng (Lanjutan)	75
Lampiran 8. Frekuensi dan Volume Jumlah Penggunaan	76
Lampiran 9. Frekuensi dan Volume Jumlah Penggunaan (Lanjutan)	77
Lampiran 10. Tempat Pembuangan dan Penanganan Limbah Minyak Goreng	78
Lampiran 11. Tempat Pembuangan dan Penanganan Limbah Minyak Goreng (Lanjutan)	79
Lampiran 12. Wawancara Terhadap Responden Konsumsi Minyak Goreng	80

BAB 1

PENDAHULUAN

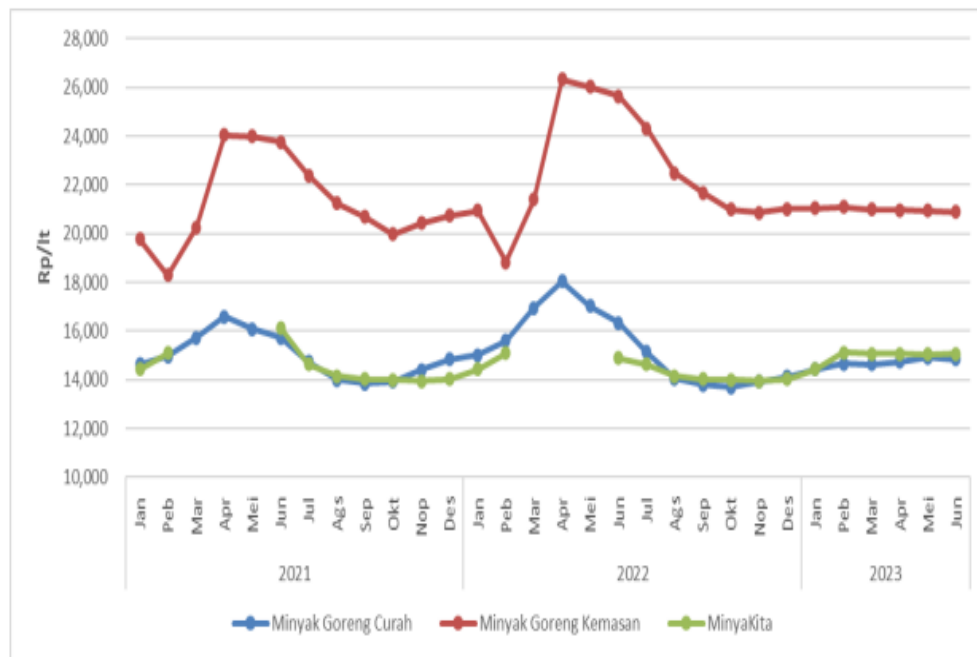
1.1. Latar Belakang

Salah satu dari sembilan komoditas serba guna (Sembako) yang mungkin berdampak pada kesejahteraan masyarakat adalah minyak goreng. Oleh karena itu, salah satu komponen yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia adalah minyak goreng (Ramadhan dan Kurniawan, 2022). Penggunaan minyak goreng di kalangan masyarakat Indonesia berubah pada awalnya minyak goreng sawit menggantikan minyak goreng kelapa. Pada tahun 1980, minyak goreng kelapa menyumbang lebih dari 80 persen dari total penggunaan minyak goreng di negara ini. Namun pada tahun 2020, terjadi pergeseran jumlah konsumsi minyak goreng secara nasional, dan minyak goreng sawit menjadi yang terdepan (Monitor, 2021).

Terdapat dua jenis minyak goreng berbahan dasar kelapa sawit yang tersedia di pasaran yaitu minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah dengan merek berbeda. Meskipun minyak goreng diproduksi melalui proses industri, minyak goreng dalam kemasan dan curah memiliki kualitas yang berbeda. Dibandingkan dengan minyak goreng kemasan yang melalui tiga hingga empat prosedur penyulingan, minyak goreng curah hanya melalui satu kali proses penyulingan dan kualitasnya lebih rendah (Astuty *et al.*, 2018). Akibatnya, harga minyak goreng dalam kemasan seringkali lebih mahal dibandingkan minyak goreng curah. Masyarakat masih menginginkan minyak goreng dalam kemasan sebagai bahan dasar memasak, meski harganya mahal.

Menurut model sikap Fishbein, sikap dan perilaku pelanggan terhadap minyak goreng adalah baik dan mendukung produk minyak goreng dalam kemasan maupun curah. Persepsi pelanggan terhadap keistimewaan minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah secara umum positif. Harga yang murah menjadi faktor utama yang mempengaruhi sentimen konsumen terhadap minyak goreng curah (Kusumawaty *et al.*, 2019); Pendapatan keluarga, jumlah tanggungan, dan selera bukan merupakan faktor penentu yang signifikan (Harahap, 2019). Kebersihan merupakan faktor utama yang mempengaruhi produk minyak goreng kemasan

(Kusumawaty *et al.*, 2019). Penelitian ini menunjukkan bahwa pilihan konsumen antara minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah dipengaruhi oleh manfaat berbeda yang ditawarkan masing-masing jenis minyak. Selain itu, studi ini mencatat bahwa harga minyak goreng telah mengalami perubahan selama tiga tahun terakhir, seperti yang diilustrasikan pada Gambar berikut.



Sumber: Kementerian Perdagangan, (2023)

Gambar 1. Perkembangan Harga Minyak Goreng (2021-2023)

Harga minyak goreng menunjukkan perubahan dari tahun 2021 ke tahun 2023 berdasarkan gambar diatas (Kementerian Perdagangan, 2023). Pada Juni 2023, harga minyak goreng curah turun 0,58% menjadi Rp14.832 per liter setelah naik pada dua bulan sebelumnya. Sebaliknya, minyak goreng kategori lainnya mengalami penurunan harga sejak Maret 2023, turun 0,17% menjadi Rp 20.894 per liter di bulan Juni dibandingkan bulan sebelumnya. Apalagi, harga MinyakKita, merek milik Kementerian Perdagangan, mengalami kenaikan 0,22% menjadi Rp 15.074 per liter pada Juni 2023 dibandingkan Mei 2023.

Saat mempertimbangkan suatu pembelian, konsumen biasanya mengevaluasi berbagai aspek produk atau jasa yang mereka minati, seperti harga, desain, bentuk,

kemasan, kualitas, fungsionalitas, atau apa yang secara kolektif disebut sebagai preferensi mereka (Ivan's & Novita, 2022). Analisis faktor telah mengidentifikasi enam elemen kunci yang mempengaruhi keputusan untuk membeli minyak goreng kemasan merek Bimoli: faktor psiko sosiologos dan psiko demografi, pengaruh masyarakat, pilihan gaya hidup, masalah lingkungan, dan kenyamanan pribadi (Pinem & Safrida, 2018).

Studi ini mengungkapkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi konsumsi minyak goreng curah adalah harganya, sedangkan pendapatan rumah tangga, jumlah tanggungan, dan selera pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap konsumsinya (Zuraidah *et al.*, 2020). Selain itu, terdapat korelasi yang signifikan antara tingkat pendapatan dan jumlah anggota keluarga dengan volume minyak goreng yang dikonsumsi. Sebaliknya, usia dan tingkat pendidikan tidak menunjukkan korelasi yang signifikan terhadap konsumsi minyak goreng saat harganya naik (Jusuf *et al.*, 2023).

Dalam bidang operasional bisnis, khususnya pada sektor minyak goreng, terdapat perbedaan yang mencolok dalam produknya. Kualitas produk-produk ini, yang bervariasi berdasarkan proses pembuatannya, memainkan peran penting dalam preferensi konsumen. (Mutmainnah *et al.*, 2022) mengamati bahwa seiring dengan peningkatan pendidikan dan status ekonomi masyarakat, terjadi pergeseran pola konsumsi dari minyak goreng curah ke minyak goreng kemasan. Masyarakat menilai minyak goreng yang dikemas dalam botol, drijen, atau wadah plastik/isi ulang lebih bersih dan higienis dibandingkan dengan minyak goreng yang dijual dalam jumlah besar oleh pedagang keliling yang sering disimpan dalam jerigen dan drum. Persepsi ini semakin memperluas potensi pasar bagi industri minyak goreng dalam kemasan, sehingga menunjukkan adanya korelasi tidak langsung antara permintaan minyak goreng dan atribut-atributnya.

Seiring dengan pertumbuhan penduduk, terjadi peningkatan permintaan terhadap pangan, yang mengakibatkan kebutuhan akan kuantitas, kualitas, dan variasi jenis pangan yang lebih besar. Dinamika ini berdampak pada permintaan minyak goreng, sehingga menyebabkan peningkatan belanja konsumen terhadap komoditas penting ini. Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, rata-rata pengeluaran per kapita untuk minyak goreng di negara ini adalah Rp

19.108 per bulan pada Maret 2022. Angka ini meningkat signifikan sebesar 46,89% dibandingkan September 2021, ketika pengeluaran per kapita bulanan sebesar Rp 13.008. Apalagi pengeluaran ini meningkat 46,53% dari tahun sebelumnya, Maret 2021 yang sebesar Rp13.040 per bulan.

Masakan Indonesia memiliki ciri khas yang kaya akan minyak, hal ini disebabkan oleh metode memasak yang umum yaitu menggoreng, yang secara alami membutuhkan minyak goreng. Meluasnya penggunaan minyak goreng sebagai bahan kuliner sebagian besar disebabkan oleh preferensi terhadap makanan yang digoreng, yang dianggap lebih beraroma dan renyah dibandingkan makanan alternatif yang direbus, menurut (Kusumawaty *et al.*, 2019). Akibatnya, banyaknya minyak yang digunakan untuk memasak tidak terpakai seluruhnya sehingga menghasilkan limbah minyak atau limbah minyak yang dianggap tidak mempunyai nilai manfaat sama sekali. Selain itu, peningkatan konsumsi minyak goreng juga menyebabkan peningkatan jumlah limbah minyak jelantah. Namun, bagi kelompok tertentu, limbah minyak ini dapat dimanfaatkan kembali menjadi produk yang lebih bermanfaat.

Rata-rata, lebih dari 50% minyak jelantah berpotensi menimbulkan dampak buruk terhadap lingkungan sehingga memerlukan strategi pengelolaan limbah yang efektif. Memulai program pendidikan mengenai penanganan limbah minyak jelantah merupakan pendekatan mendasar untuk mengurangi dampak lingkungan. Pembuangan minyak jelantah yang tidak tepat dapat menimbulkan dampak buruk terhadap lingkungan, sedangkan penggunaan kembali minyak jelantah dapat memberikan dampak positif (Kusuma, 2021). Mengubah minyak goreng bekas menjadi produk berharga, seperti sabun dan biodiesel, menggambarkan potensi penggunaan kembali yang bermanfaat. Selain itu, upaya edukasi dan kampanye kesadaran yang menyasar ibu rumah tangga terbukti memberikan pengaruh positif terhadap perilaku mereka dalam penanganan dan pemanfaatan kembali limbah minyak jelantah (Utami *et al.*, 2022).

Penggunaan minyak goreng oleh masyarakat dapat dipengaruhi oleh tinggi rendahnya konsumsinya. Sementara itu, cara masyarakat menangani sampah yang dihasilkannya dipengaruhi oleh banyaknya minyak goreng yang digunakan. (Amalia *et al.*, 2010) menyatakan bahwa masyarakat mempunyai kebiasaan

menggunakan minyak goreng secara berulang-ulang hingga benar-benar habis atau membuang minyak goreng yang dinilai tidak layak pakai (limbah) dengan cara membuangnya ke pekarangan atau sungai. Penggunaan minyak goreng secara berulang-ulang menimbulkan risiko kesehatan, termasuk kanker, penyakit jantung koroner, stroke, dan hipertensi. Selain itu, pembuangan minyak jelatah bekas atau limbah yang tidak tepat dengan membuangnya ke saluran air atau ke daratan dapat mengakibatkan pencemaran air dan degradasi tanah.

Kelurahan Indralaya Indah yang terletak di Kabupaten Ogan Ilir diakui kemajuannya, terutama dalam kemudahan akses warganya terhadap kebutuhan sehari-hari. Pilihan yang diambil penduduk Kelurahan mengenai pembelian dan pemanfaatan barang dan jasa, baik dalam skala besar atau kecil, mencakup keputusan sederhana seperti memilih minyak goreng. Dalam konteks ini, faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap minyak goreng di masyarakat menjadi topik yang menarik. Rasa penasaran inilah yang memotivasi penulis untuk mendalami analisis bertajuk “Faktor Determinan Permintaan Konsumen Minyak Goreng di Kelurahan Indralaya Indah Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir”. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami berbagai faktor yang mendorong permintaan lokal terhadap minyak goreng, yang mencerminkan pola konsumsi yang lebih luas di Kelurahan tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada perbedaan karakteristik konsumen minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Kelurahan Indralaya Indah Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir?
2. Apa saja faktor determinan permintaan konsumen terhadap pembelian minyak goreng kemasan dan konsumen minyak goreng curah di Kelurahan Indralaya Indah Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir?
3. Bagaimana perilaku penggunaan dan penanganan limbah minyak goreng oleh Kelurahan Indralaya Indah Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan ilir?

1.3. Tujuan dan Kegunaan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis perbedaan karakteristik minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Kelurahan Indralaya Indah Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir.
2. Menganalisis faktor determinan permintaan terhadap minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Kelurahan Indralaya Indah Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir.
3. Mendeskripsikan perilaku penggunaan dan penanganan limbah minyak goreng oleh kelurahan Indralaya Indah Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan ilir.

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, temuan diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan menawarkan pengalaman berharga yang diperoleh selama proses penelitian.
2. Bagi pemerintah, penelitian ini bertujuan untuk menyediakan data yang dapat memberikan masukan bagi pengambilan kebijakan, khususnya dalam membantu rumah tangga dalam mengonsumsi minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah.
3. Penelitian ini dimaksudkan sebagai bahan referensi bagi para pembaca dan rekan peneliti yang berminat untuk melakukan penelitian serupa dimasa yang akan datang.
4. Sebagai pertimbangan bagi ibu rumah tangga dan konsumen lainnya mengenai dampak penggunaan kembali minyak goreng, baik dalam kemasan maupun dijual dalam jumlah besar.
5. Studi ini bertujuan untuk menjelaskan permintaan konsumen terhadap minyak goreng di tingkat rumah tangga, dan menawarkan wawasan yang dapat bermanfaat bagi berbagai pemangku kepentingan.

BAB 2

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Konsepsi Minyak Goreng

Minyak terdiri dari ester asam lemak yang dikombinasikan dengan gliserol. Minyak nabati, yang merupakan pilihan umum untuk menggoreng, mengandung sekitar 80% asam lemak tak jenuh seperti asam oleat dan linoleat, kecuali minyak kelapa (Sartika, 2009). Digunakan baik secara langsung dalam makanan maupun sebagai bahan dalam berbagai industri, minyak goreng dibuat dari lemak murni tumbuhan atau hewan dan tetap berbentuk cair pada suhu kamar, terutama digunakan untuk menggoreng (Fitriana, 2015). Sektor minyak sawit membedakan antara minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah. Minyak kemasan menjalani beberapa tahap penyaringan, sehingga meningkatkan kualitasnya dibandingkan dengan minyak curah, yang hanya disuling satu kali. Akibatnya, minyak kemasan dihargai lebih tinggi namun tetap populer di kalangan konsumen untuk keperluan kuliner karena kualitas olahannya (Astuty *et al.*, 2018).

2.1.2. Konsepsi Minyak Goreng Curah

Minyak goreng curah mengacu pada minyak yang tidak bermerek dan tidak berlabel yang didistribusikan secara massa (kilogram) dan biasanya dikemas dalam jerigen atau drum besar untuk penjualan eceran tanpa label merek atau produk apapun (Bukhori dan Tutik, 2017). Sesuai Fitriana (2015), minyak ini berasal dari minyak sawit dan hanya melalui satu proses penyaringan sehingga menghasilkan warna yang berbeda dan kurang jernih dibandingkan minyak goreng bermerek. Kualitas minyak goreng curah yang lebih rendah sering kali disebabkan oleh penggunaan bahan baku berkualitas rendah (CPO), dan mengubah bahan tersebut menjadi minyak berkualitas tinggi akan memerlukan biaya produksi yang mahal, sehingga menyebabkan minyak tersebut disebut sebagai minyak curah. Minyak jenis ini memiliki kandungan lemak jenuh yang lebih tinggi sehingga menjadi pilihan yang kurang sehat. Selain itu, rantai distribusi yang panjang dari pabrik hingga pengecer menimbulkan kekhawatiran mengenai kebersihan minyak,

sehingga berpotensi menjadikannya tidak cocok untuk digunakan konsumen.

2.1.3. Konsepsi Minyak Goreng Kemasan

Minyak goreng kemasan yang dijual berdasarkan volume dalam liter, tersedia dalam kemasan botol, plastik isi ulang, dan jerigen. Konsumen cenderung memandang minyak goreng yang dikemas dalam plastik atau botol lebih higienis, sehingga memperluas pasar bagi industri minyak goreng dalam kemasan (Bukhori & Ekasari, 2017). Dipasarkan dengan kemasan, merek, dan label yang berbeda, minyak goreng kemasan bermerek biasanya memiliki kualitas yang lebih tinggi dibandingkan minyak goreng curah (Bukhori dan Tutik, 2017). Proses produksi minyak goreng kemasan melibatkan teknologi canggih, antara lain filtrasi ganda, penghilangan bau, dan pemutihan, sehingga menghasilkan produk akhir yang jernih dan tidak berbau (Fitriana, 2015). Oleh karena itu, minyak goreng dalam kemasan memiliki harga yang lebih tinggi karena kebersihan dan kualitasnya yang unggul, sehingga memberikan manfaat yang signifikan dibandingkan minyak goreng curah dan memastikan aman untuk dikonsumsi.

Badan Standardisasi Nasional (BSN) menetapkan standar mutu minyak goreng yang dituangkan dalam peraturan SNI 3741:2013. Penilaian mutu mengikuti pedoman SNI 0428, dengan sampel dikumpulkan dari minyak goreng kemasan di fasilitas pengolahan. Standar mutu ini bertujuan untuk menjamin keamanan dan higienitas minyak goreng yang tersedia bagi konsumen dan dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1. Standar Mutu Minyak Goreng di Indonesia

No	Kriteria Uji	Persyaratan
1.	Bau dan Rasa	Normal
2.	Warna	Putih, kuning pucat hingga kuning
3.	Kadar Air	Maksimal 0,15% (b/b)
4.	Bilangan Asam	Maksimal 0,6 mg KOH/g
5.	Bilangan Peroksida	Maksimal 10 mek O ₂ /kg
6.	Asam Linolenat dalam komposisi asam lemak minyak	Maksimal 2%
7.	Kadmium (Cd)	Maksimal 0,2 mg/kg
8.	Timbal (Pb)	Maksimal 0,1 mg/kg
9.	Timah (Sn)	Maksimal 40,0/250,0* mg/kg
10.	Merkuri (Hg)	Maksimal 0,05 mg/kg
11.	Cemaran Arsen (As)	Maksimal 0,1 mg/kg
12.	Minyak Pelikan	Negatif

CATATAN : * sampel dalam bentuk kemasan kaleng

Sumber : Standar Nasional Indonesia (2013)

Minyak goreng mencakup berbagai macam minyak yang dapat dikategorikan berdasarkan bahan sumbernya menjadi dua jenis utama: minyak nabati dan minyak hewani, sebagaimana diuraikan oleh Marurotin (2014). Minyak nabati diperoleh dari sumber-sumber seperti kelapa, sawit, kedelai, dan jagung, sedangkan minyak goreng hewani diperoleh dari ayam, daging sapi, babi, dan ikan. Selain itu, minyak goreng dapat diklasifikasikan berdasarkan keadaan fisiknya menjadi minyak cair dan lemak padat. Lemak padat, yang biasa digunakan dalam bentuk margarin, disukai di hotel dan restoran cepat saji karena menambah tekstur renyah pada makanan seperti donat kentang. Margarin dapur juga digunakan dalam berbagai metode pengolahan makanan, termasuk menggoreng dan prosedur kuliner lainnya.

2.1.4. Konsepsi Konsumen

Teori konsumen mendalami perilaku konsumen mengenai bagaimana mereka mengalokasikan pendapatannya untuk memperoleh sarana guna memenuhi kebutuhannya melalui konsumsi barang atau jasa. Hal ini menyoroti respon dinamis konsumen terhadap keputusan pembelian ketika dihadapkan dengan perubahan tingkat pendapatan atau harga barang tertentu. Peran utama barang dan jasa konsumen adalah memuaskan kebutuhan pengguna secara langsung sehingga

menghasilkan kepuasan konsumen (Reksoprayitno, 2015).

Proses pengambilan keputusan dalam membeli atau memilih untuk membeli suatu produk dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kualitas, harga, dan pengakuan masyarakat terhadap produk tersebut (Basri, 2019). Sebelum melakukan pembelian, konsumen biasanya melewati beberapa tahapan: (1) mengenali kebutuhan, (2) mencari informasi, (3) mengevaluasi alternatif, (4) membuat keputusan pembelian, dan (5) merefleksikan perilaku pasca pembelian.

Taufikurrahman (2015) menguraikan beberapa perbedaan mengenai konsumen:

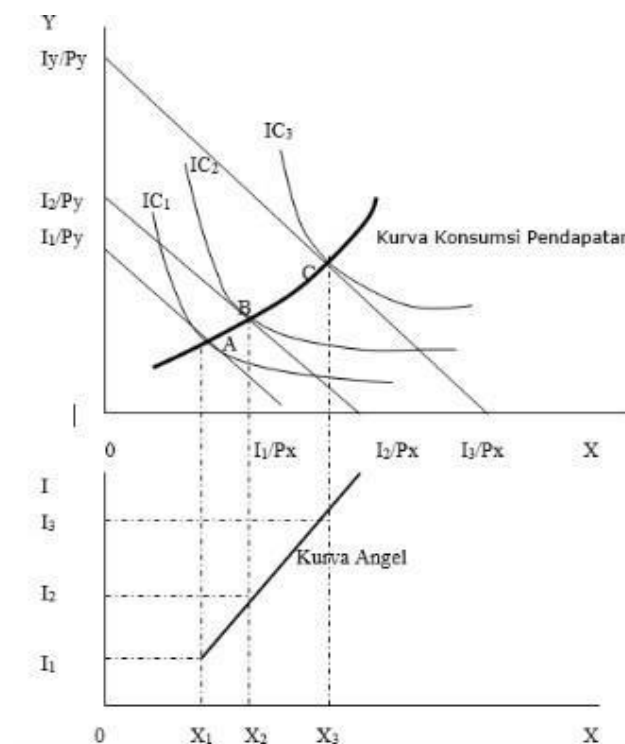
- a. Konsumen didefinisikan sebagai siapa saja yang memperoleh barang atau jasa untuk penggunaan tertentu.
- b. Konsumen perantara adalah orang perseorangan yang memperoleh barang dan/atau jasa dengan tujuan untuk menghasilkan barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan secara komersil.
- c. Konsumen akhir adalah orang perseorangan yang memperoleh dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, dan/atau rumah tangga tanpa maksud untuk dijual kembali (tujuan non-komersial).

Setiadi (2014) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang terlibat langsung dalam memperoleh, mengonsumsi, dan membuang produk atau jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Dari berbagai definisi ahli tentang perilaku konsumen, terlihat jelas bahwa bidang studi ini berfokus pada individu dan rumah tangga, yang mencakup seluruh proses pengambilan keputusan sebelum melakukan pembelian, serta tindakan yang terlibat dalam perolehan, penggunaan, konsumsi, dan pembuangan produk. Pendekatan komprehensif ini membantu memahami sifat kompleks dari keputusan dan perilaku konsumen di pasar.

2.1.5. Konsep Permintaan

Konsep perilaku dan permintaan konsumen dapat dipahami melalui kacamata kurva indiferen dan garis anggaran. Kurva indiferen mewakili kombinasi dua komoditas berbeda, X dan Y, yang memberikan tingkat utilitas atau kepuasan yang

Sama kepada konsumen (Maharani, 2021). Ketika terjadi perubahan pendapatan sementara harga tetap konstan, garis anggaran yang menggambarkan kombinasi komoditas yang mampu dibeli konsumen akan bergeser. Pergeseran ini mengarah pada titik ekuilibrium baru dimana kurva indifferen berpotongan dengan garis anggaran. Mengingat banyaknya kurva indifferen pada bidang X-Y, akan selalu ada satu kurva yang bersinggungan dengan garis anggaran. Mengubah tingkat pendapatan berulang kali untuk mencari titik keseimbangan konsumen akan menghasilkan terciptanya kurva konsumsi pendapatan (ICC). Dari ICC, kita dapat memperoleh kurva Engel, yang menunjukkan hubungan antara tingkat pendapatan dan pengeluaran suatu barang, sehingga semakin meningkatkan pemahaman kita tentang perilaku konsumen (Pranjoto, 2013).



Sumber: Pranjoto, (2013).

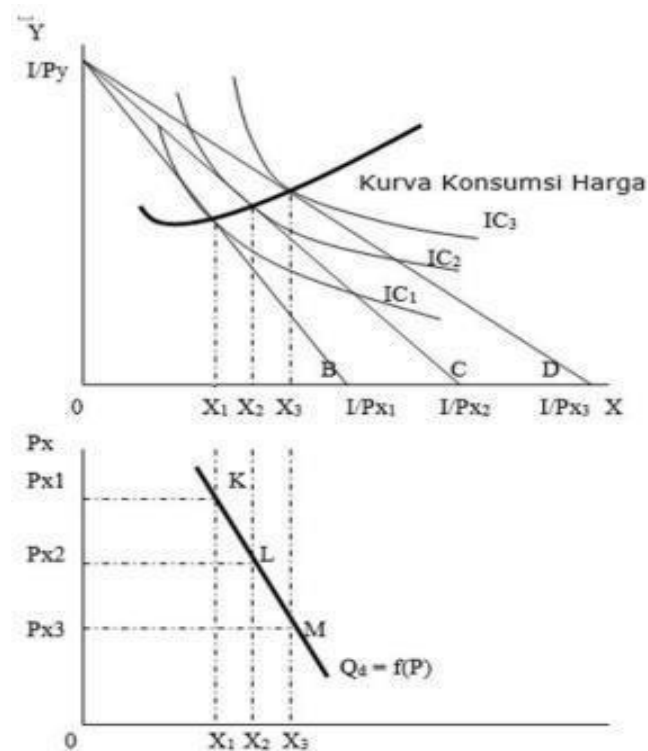
Gambar 2.1. *Income Consumption Curve (ICC)*

Kurva Konsumsi Pendapatan (ICC) mengidentifikasi titik keseimbangan bagi konsumen pada tingkat pendapatan yang berbeda, menandai perpotongan Kurva Indifferen (IC) dengan garis anggaran. Kurva Engel, yang berasal dari ICC,

menggambarkan dampak perubahan pendapatan terhadap jumlah barang yang dibeli. Kemiringan positif pada kurva Engel menandakan bahwa ketika pendapatan meningkat, jumlah barang yang dibeli juga meningkat, yang menunjukkan barang normal. Kurva Engel yang tegak menunjukkan peningkatan pendapatan relatif dibandingkan dengan jumlah barang yang dibeli, sehingga mengategorikan barang-barang tersebut sebagai kebutuhan pokok. Kurva Engel yang semakin curam menunjukkan barang mewah, dimana jumlah barang yang dibeli meningkat lebih tajam dibandingkan pendapatan. Sebaliknya, kemiringan negatif menunjukkan barang inferior, dimana peningkatan pendapatan menyebabkan penurunan jumlah barang yang dibeli, karena individu beralih ke produk yang lebih disukai (Sugiyanto, 2016).

Ketika harga barang X berubah, menjaga harga barang Y, pendapatan, dan preferensi konsumen tetap konstan, kita dapat membuat sketsa Kurva Konsumsi Harga (PCC). Dengan memvariasikan harga barang X beberapa kali dan memperhatikan titik keseimbangan (dimana kurva IC bertemu dengan garis anggaran yang bergeser), kurva PCC terbentuk. Kurva ini menunjukkan titik keseimbangan konsumen dengan harga konstan untuk barang Y, pendapatan, dan preferensi. Kurva permintaan barang X kemudian diturunkan dari kurva PCC yang menunjukkan hubungan antara harga barang X dengan jumlah yang dibeli (Pranjoto, 2013).

Penjelasan ini memperjelas bahwa konsep permintaan bukan sekedar tentang keinginan, itu juga mencakup kemauan dan kemampuan untuk membeli barang. Oleh karena itu, meskipun keinginan tidak secara langsung mempengaruhi harga, permintaan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika pasar lebih dari sekedar keinginan.



Sumber: Pranjoto, (2013).

Gambar 2.2. Kurva Price Consumption Curve (PCC)

2.1.6. Konsepsi Konsumsi Rumah Tangga

Konsumsi rumah tangga mengacu pada total pengeluaran rumah tangga atas barang dan jasa yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan primer, sekunder, dan tersier untuk mencapai kepuasan atau utilitas. Konsumsi ini secara garis besar diklasifikasikan ke dalam kategori makanan dan non-makanan. Setiap rumah tangga menampilkan perilaku konsumsi yang unik, yang meliputi pilihan barang apa yang akan dikonsumsi, jumlah konsumsi, dan cara konsumsi. Pendapatan seseorang secara signifikan mempengaruhi pengeluarannya; tingkat pendapatan yang lebih tinggi memungkinkan rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan pangan dan non-makanan dengan lebih baik. Sebaliknya, tingkat pendapatan yang lebih rendah dapat membatasi kemampuan rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Selain itu, jumlah anggota keluarga dalam suatu rumah tangga juga mempengaruhi besarnya konsumsi. Ketika jumlah anggota keluarga bertambah, kebutuhan kolektif pun meningkat, sehingga pengeluaran

konsumsi menjadi lebih tinggi. Dampak ini diperburuk dengan pola konsumsi yang berbeda-beda di setiap anggota keluarga, yang mungkin tidak merata di seluruh rumah tangga (Fielnanda & Sahara, 2018).

2.1.7. Konsepsi Fungsi Permintaan dan Penawaran

Permintaan mengacu pada jumlah barang yang diinginkan pasar pada tingkat harga, pendapatan, dan waktu tertentu, sedangkan penawaran mewakili jumlah barang yang bersedia ditawarkan produsen kepada konsumen pada waktu dan harga tertentu. Fungsi permintaan menggambarkan hubungan antara jumlah barang yang diminta konsumen dan harga barang tersebut. Teori ekonomi, melalui hukum permintaan, berpendapat bahwa ketika harga naik, jumlah barang yang diminta menurun, dan sebaliknya, ketika harga turun, jumlah barang yang diminta meningkat. Demikian pula, fungsi penawaran menunjukkan korelasi antara kuantitas barang yang ditawarkan produsen dan harganya. Menurut hukum penawaran, kenaikan harga menyebabkan peningkatan jumlah barang yang ditawarkan, dan penurunan harga menyebabkan penurunan jumlah barang yang ditawarkan (Emas & Dadang, 2018).

Faktor-faktor yang mempengaruhi fungsi permintaan dan penawaran antara lain harga barang yang tinggi, pendapatan yang rendah, harga yang sesuai dengan ekspektasi konsumen, adanya barang yang saling berhubungan, dan antisipasi agar harga tidak mengalami kenaikan di masa yang akan datang (Emas & Dadang, 2018).

Teori permintaan menyatakan bahwa harga pasar didorong oleh permintaan. Diasumsikan bahwa peningkatan permintaan pasar akan menyebabkan harga barang lebih tinggi, dan penurunan permintaan akan menyebabkan harga turun. Harga yang tinggi pada awalnya dapat menyebabkan penurunan permintaan karena konsumen ragu untuk melakukan pembelian. Kurangnya minat konsumen dapat mendorong produsen menurunkan harga sehingga mendorong konsumen untuk kembali membeli barangnya (Harati, 2022). Sukirno & Sadono (2013) mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan, antara lain harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan masyarakat, distribusi pendapatan, preferensi konsumen, pertumbuhan penduduk, dan ekspektasi masa

depan.

2.1.8. Konsepsi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Kenaikan harga minyak goreng mempunyai dampak sementara terhadap perilaku konsumen, terutama pada saat kenaikan harga. Perilaku ini terkait erat dengan tingkat pendapatan, dimana pendapatan yang lebih tinggi berarti peningkatan kemampuan belanja, sedangkan pendapatan yang lebih rendah menyebabkan belanja yang lebih terbatas (Jusuf *et al.*, 2023). Penelitian yang dilakukan di Desa Sepancar Lawang Kulon mengidentifikasi pendidikan, pendapatan, pengaruh lingkungan, dan kualitas produk sebagai determinan yang signifikan mempengaruhi keputusan pembelian minyak goreng kemasan. Menariknya, penelitian ini menemukan bahwa harga minyak goreng dan jumlah anggota keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan maupun curah (Puspitasari *et al.*, 2023).

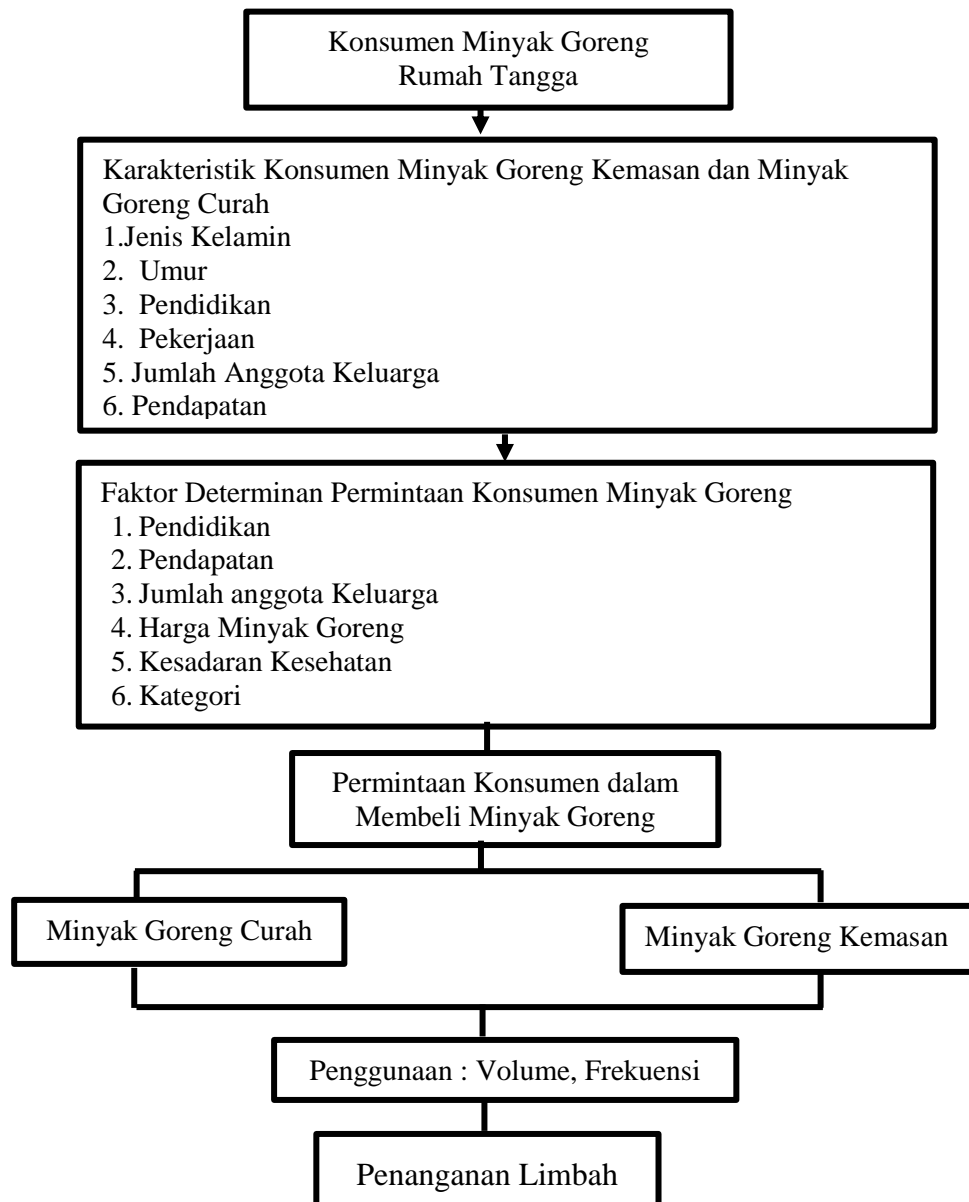
Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian minyak goreng antara lain harga minyak goreng, tingkat pendidikan konsumen, jumlah anggota keluarga, pendapatan konsumen, pengaruh lingkungan, dan kualitas produk. Harga minyak goreng mewakili nilai moneter yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh produk minyak goreng. Secara garis besar, harga adalah nilai yang ditukarkan pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Basri, 2019). Terdapat perbedaan harga antara minyak goreng eceran dan kemasan. Menurut Kementerian Perdagangan tahun 2023, selisih harga minyak curah dan minyak kemasan bisa mencapai Rp 5.000 per liter. Meskipun demikian, kini ada minyak kemasan, seperti Minyak Kita, yang harganya sebanding dengan minyak curah. Tingkat pendidikan berperan dalam proses pengambilan keputusan konsumen, dan tingkat pendidikan yang lebih tinggi sering kali memberikan pilihan yang lebih baik dalam pembelian minyak goreng. Besar kecilnya suatu rumah tangga, yang ditunjukkan oleh jumlah anggota keluarga, mempengaruhi keputusan untuk membeli minyak dalam jumlah besar atau dalam kemasan, karena keluarga yang lebih besar cenderung mengonsumsi lebih banyak minyak. Lebih lanjut, pendapatan atau situasi ekonomi konsumen mempengaruhi pola konsumsinya, termasuk pendapatan, tabungan,

hutang, dan sikap terhadap pengeluaran atau tabungan (Basri, 2019).

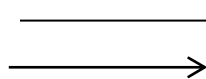
Pengaruh lingkungan atau dampak kelompok acuan terhadap perilaku pembelian konsumen dipahami sebagai pengaruh yang diberikan oleh kelompok yang secara langsung atau tidak langsung dapat membentuk sikap atau tindakan seseorang. Kelompok-kelompok ini sering disebut sebagai kelompok keanggotaan dan dapat mempengaruhi seseorang secara langsung. Kelompok keanggotaan biasanya terdiri dari kelompok primer seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja yang terlibat dalam interaksi langsung dan berkelanjutan dalam suasana informal. Kualitas produk, terutama ketika membedakan antara minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah, mempunyai peranan penting dalam pilihan konsumen. Minyak goreng dalam kemasan dinilai memiliki kualitas yang lebih baik, hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor. Kualitas minyak goreng kemasan yang lebih tinggi antara lain disebabkan oleh proses pengolahan, standar pengemasan, dan tindakan pengendalian kualitas yang membedakannya dengan minyak goreng curah (Basri, 2019).

2.2. Model Pendekatan

Model pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan diagramatis yang dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Keterangan:



: Terdapat
: Dipengaruhi

Gambar 2.1 . Model Pendekatan

2.3. Hipotesis

Penelitian yang dilakukan oleh Septiawan & Widyaningsih (2019) bertajuk “Analisis Pengaruh Harga, Atribut Produk, dan Biaya Perpindahan Terhadap Niat Beralih Konsumen dari Minyak Goreng Curah ke Minyak Goreng Dalam Kemasan di Daerah Khusus Ibukota Jakarta” mengungkap temuan yang mendalam. tentang perilaku konsumen terhadap minyak goreng. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa atribut produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat konsumen beralih dari minyak goreng curah ke minyak goreng kemasan. Sebaliknya, variabel harga dan biaya perpindahan ditemukan mempunyai pengaruh negatif yang signifikan terhadap niat untuk beralih. Di antara faktor-faktor tersebut, atribut produk muncul sebagai variabel paling berpengaruh yang mempengaruhi niat beralih konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa atribut seperti kualitas, kemasan, dan persepsi merek sangat penting dalam memotivasi konsumen untuk memilih minyak goreng kemasan dibandingkan varian minyak goreng curah.

Penelitian yang dilakukan Puspita & Ayu (2023) dengan topik “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Minyak Goreng Dalam Kemasan dan Minyak Goreng Curah di Desa Sepancar Lawang Kulon” menjelaskan faktor-faktor penentu pilihan konsumen antara minyak goreng kemasan dan curah. Hasil penelitian menemukan bahwa pendidikan, pendapatan, dampak lingkungan, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan. Sebaliknya, harga minyak dan jumlah anggota keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli minyak goreng kemasan atau curah. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memprioritaskan kualitas intrinsik minyak goreng, seperti persepsi kualitas dan dampak lingkungan, serta faktor pribadi seperti pendidikan dan tingkat pendapatan, dibandingkan pertimbangan biaya dan ukuran rumah tangga ketika mengambil keputusan pembelian.

Penelitian (Astuty *et al*, 2018) tentang “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Minyak Goreng Curah Konsumen Rumah Tangga di Gampong Lamtimpeung Kabupaten Darussalam Aceh Besar” mengidentifikasi faktor-faktor spesifik yang mempengaruhi permintaan minyak goreng curah. Diketahui bahwa harga minyak goreng kemasan dan jumlah anggota keluarga

berpengaruh signifikan terhadap permintaan minyak goreng curah di wilayah studi. Sebaliknya harga minyak goreng curah itu sendiri, harga ikan tuna, total pendapatan rumah tangga, dan tingkat pendidikan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap permintaan minyak goreng curah.

Lebih lanjut, penelitian Fitriyah (2022) tentang perilaku konsumen terhadap minyak goreng curah dan kemasan di Kabupaten Jember menyimpulkan bahwa faktor yang signifikan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli minyak goreng curah dan kemasan antara lain adalah usia konsumen, jumlah minyak yang dikonsumsi, dan harga minyak goreng. Temuan-temuan ini menggaris bawahi sifat perilaku konsumen yang beragam dan beragam faktor yang mempengaruhi keputusan di berbagai wilayah dan konteks.

Temuan penelitian yang disajikan menawarkan pengamatan mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam konteks konsumsi minyak goreng. Menurut (Jusuf *et al.*, 2023), terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendapatan dengan jumlah anggota keluarga dengan karakteristik konsumen tertentu, terutama hubungan jumlah anggota rumah tangga yang beranggotakan empat orang dan jumlah minyak goreng yang dikonsumsi. Namun usia dan tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah konsumsi minyak goreng ketika harganya naik. Lebih lanjut Ramayanti & Safri (2016) menyoroti besarnya dampak berbagai faktor terhadap keputusan konsumen. Faktor budaya, meliputi sikap, kebiasaan, kepercayaan, persepsi, dan strata sosial, serta faktor pribadi seperti usia, pekerjaan, situasi ekonomi, dan gaya hidup; faktor sosial, meliputi kelompok referensi seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja; dan faktor psikologis, termasuk motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap, semuanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Sejalan dengan itu, penelitian Zuraidah dkk. (2020) mengidentifikasi harga minyak goreng curah sebagai faktor signifikan yang mempengaruhi konsumsi minyak goreng curah. Sebaliknya, pendapatan rumah tangga, jumlah tanggungan, dan preferensi rasa tidak berpengaruh signifikan terhadap konsumsi minyak goreng curah. Berbagai temuan ini menggarisbawahi kompleksitas perilaku konsumen, yang menunjukkan bagaimana berbagai faktor, mulai dari status sosial ekonomi hingga pengaruh psikologis dan budaya, dapat

membentuk preferensi dan keputusan konsumen, khususnya dalam hal konsumsi minyak goreng.

Penelitian yang dilakukan Afriadi (2014) terhadap permintaan minyak goreng rumah tangga di Kabupaten Tapung Hilir Kampar memberikan temuan mendalam mengenai dinamika yang mempengaruhi permintaan tersebut. Studi tersebut menyimpulkan bahwa pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan selera konsumen berpengaruh signifikan terhadap permintaan minyak goreng rumah tangga. Khususnya, rata-rata rumah tangga dalam konteks ini terdiri dari empat anggota, dengan pendapatan rata-rata sebesar Rp 5.533.125. Pekerjaan utama rumah tangga ini adalah bertani, baik kepala rumah tangga maupun pasangannya.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga terdapat perbedaan yang signifikan terhadap karakteristik konsumen minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah adalah umur, pendidikan, pekerjaan, jumlah anggota keluarga, pendapatan.
2. Diduga terdapat pengaruh yang nyata terhadap faktor determinan minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah adalah harga, pendidikan, pendapatan, jumlah anggota keluarga, kesadaran kesehatan dan kategori.

2.4. Batasan Operasional

Batasan operasional yang ada pada penelitian ini adalah :

1. Minyak goreng yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah.
2. Responden pada penelitian ini adalah konsumen rumah tangga yang membeli minyak goreng kemasan dan curah yang terdiri 11 responden untuk minyak goreng kemasan dan 27 responden untuk minyak goreng curah.
3. Satu rumah tangga terdiri dari beberapa orang termasuk suami, istri, anak dan orang lain yang tinggal bersama, yang mengkonsumsi minyak goreng dan minyak curah.
4. Minyak goreng kemasan adalah minyak goreng yang telah dikemas terlebih dahulu dalam botol plastik, isi ulang dan jerigen dan diberi label produk.

5. Ukuran Kemasan mengacu pada berbagai varian volume kemasan yang digunakan untuk minyak goreng, dengan ukuran antara lain 1 liter, 2 liter, dan 5 liter
6. Minyak goreng curah adalah minyak yang tidak mempunyai label/merk pada kemasan, dan dapat dibeli dalam jumlah $\frac{1}{4}$ liter, $\frac{1}{2}$ liter, 1 liter.
7. Karakteristik konsumen mengacu pada atribut spesifik yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan minyak goreng kemasan atau curah termasuk usia, pendidikan, pekerjaan, jumlah anggota keluarga, dan pendapatan.
8. Usia mengacu pada usis responden yang diwawancara (tahun).
9. Pendidikan mewakili jumlah tahun sekolah yang telah diselesaikan oleh responden (SD= 6 tahun, SMP = 9 tahun, Diploma 15 tahun, sarjana= 16 tahun)
10. Pekerjaan ialah sesuatu yang dikerjakan oleh responden untuk berbagai tujuan.
D1 = Pekerja tetap seperti PNS, POLRI, TNI, Karyawan, Dokter, Pengusaha dan lain- lain
D0 = Pekerja lepas harian seperti buruh bangunan, buruh pabrik, pedagang asongan, buruh tani wirausaha dan lain-lain
11. Jumlah anggota keluarga ialah jumlah seluruh tanggungan dalam suatu keluarga, termasuk keluarga inti (Ayah, Ibu dan Anak) serta sanak keluarga lainnya yang tercantum dalam kartu keluarga yang tinggal dalam serumah.
12. Pendapatan rumah tangga ialah rata-rata pendapatan bulanan rumah tangga responden perbulan (Rupiah/ Bulan)
13. Variabel yang diukur dalam penelitian ini yang mempengaruhi konsumsi minyak goreng kemasan dan curah oleh rumah tangga meliputi tingkat harga minyak goreng, pendidikan, pendapatan, jumlah anggota keluarga, kesadaran kesehatan dan jenis minyak goreng
14. Harga mengacu pada nilai jual minyak goreng (Rupiah/Liter).
15. Pemilihan minyak goreng kemasan diberi nilai 1 sedangkan pemilihan minyak goreng curah diberi nilai 0.
16. Kesadaran kesehatan mengacu pada kepedulian atau perhatian yang diberikan terhadap masalah kesehatan.
17. Limbah minyak goreng merupakan minyak yang sudah tidak dapat dimanfaatkan lagi.

18. Volume penggunaan minyak goreng adalah jumlah minyak goreng kemasan dan curah yang digunakan dalam setiap sesi memasak (dalam liter).
19. Frekuensi penggunaan minyak goreng menunjukkan berapa kali minyak goreng kemasan digunakan sebelum dianggap tidak dapat digunakan.
20. Penanganan limbah minyak goreng menguraikan cara-cara yang dilakukan untuk mengelola minyak goreng kemasan yang tidak terpakai.
21. Tempat pembuangan limbah merupakan tempat pembuangan minyak goreng setelah tidak layak digunakan lagi.
22. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berkaitan dengan tahun 2023.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Indralaya Indah Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir , Sumatera Selatan. Pemilihan lokasi penelitian ini di tentukan secara sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan salah satu daerah yang masyarakatnya mengkonsumsi minyak goreng baik minyak goreng kemasan maupun minyak goreng curah. Selain itu, Kelurahan Indralaya Indah merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kabupaten Ogan Ilir yang sudah cukup maju, sehingga aksesibilitas terhadap minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah sudah cukup tersedia dan terjangkau bagi masyarakat untuk mendapatkan kebutuhan hidup sehari-hari. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2023.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan cara mendatangi lokasi penelitian dan berinteraksi dengan responden secara langsung kelapangan dan dibantu dengan alat berupa kuesioner yang berisi daftar pertanyaan sistematis guna mendapatkan informasi yang diinginkan. Penelitian survei dengan kuisisioner ini memerlukan responden utama untuk mengumpulkan data agar validitas temuan bisa dicapai dengan baik.

3.3. Metode Penarikan Contoh

Metode pengambilan contoh yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *accidental sampling*, adapun sampel yang digunakan yaitu 38 responden, dengan pembagian 11 sampel untuk minyak goreng kemasan dan 27 sampel untuk minyak goreng curah. Teknik *Accidental Sampling* adalah dilakukan dengan cara mewawancarai responden yang memenuhi kriteria hingga tercapai jumlah sampel yang diharapkan, baik sampel konsumen atau pembeli minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah. Menurut (Astuty *et al*, 2018),

konsumsi minyak goreng sawit non industri atau rumah tangga secara nasional saat ini mencapai 4444 juta ton per tahun, dimana 16,35% konsumsi dalam bentuk minyak goreng kemasan dan 73,65% dalam bentuk minyak goreng curah.

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 49 Tahun 2022 menentukan standar perlindungan hukum bagi para pemain pasar minyak goreng, serta menjamin kualitas dan ketersediaan produk minyak goreng yang tepat sesuai standar hukum. Berdasarkan arahan Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan melakukan upaya yakni memastikan pemenuhan kebutuhan CPO dan Minyak Goreng dalam negeri melalui skema DMO dan DPO. Bentuk DMO adalah CPO sebagai bahan baku produksi, minyak goreng curah dan kemasan. DMO dan DPO diperhitungkan sebagai hak ekspor CPO dan produk turunannya. Minyak goreng DMO terdistribusi dengan harga Rp. 14.000/liter atau Rp. 15.500/kilogram dalam bentuk curah dan kemasan Minyakita.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden penelitian yaitu konsumen membeli minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah melalui Teknik wawancara tatap muka (*face-to face interview*) dengan bantuan kuesioner serta observasi langsung. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber literatur dari peneliti-peneliti sebelumnya, sumber bacaan lainnya dan lembaga atau instansi yang terkait yang menyajikan berbagai data yang dibutuhkan oleh peneliti untuk melengkapi kegiatan dalam pengumpulan data penelitian seperti dari Kelurahan, Badan Pusat Statistik, Buku, Jurnal dan Dinas Pertanian setempat untuk menunjang lebih lanjut informasi mengenai data yang dibutuhkan pada penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, kuisisioner, dan dokumentasi.

3.5. Metode Pengolahan Data

Metode pengolahan yang dipakai dalam menjawab tujuan pertama yaitu, mengukur dan menganalisis perbedaan karakteristik minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah yaitu jenis kelamin (X1), umur (X2), pendidikan (X3),

pekerjaan (X4), jumlah anggota keluarga (X5) dan pendapatan (X6) dengan menggunakan analisis Uji Beda independent (T-test). Uji statistik untuk pengujian hipotesis data karakteristik minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah dinyatakan sebagai rumus uji *independent sample t-test* (Uji-t) :

$$t \text{ hitung} = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2 \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

Keterangan:

\tilde{x}_1 : Nilai rata-rata kelompok sampel pertama

\tilde{x}_2 : Nilai rata-rata kelompok sampel kedua

n_1 : Ukuran kelompok sampel pertama

n_2 : Ukuran kelompok sampel kedua

S_1 : Simpangan baku kelompok sampel pertama

S_2 : Simpangan baku kelompok sampel kedua

Sedangkan pengambilan keputusannya adalah

- Jika nilai sig $\leq \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- Jika nilai sig $> \alpha = 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Untuk membuktikan hipotesis tersebut, penulis menggunakan alat bantu berupa program aplikasi / software SPSS (*Statistical Product and Service Solutions versi 25*).

Untuk menjawab tujuan kedua, yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS 26 (*Statistic Package for Social Science*) yang menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap pembelian minyak goreng. Faktor-faktor tersebut antara lain permintaan minyak goreng per bulan (Y), Pendidikan (X1), pendapatan (X2), Jumlah anggota keluarga (X3), Harga minyak goreng (X5), kesadaran kesehatan(X6) dan kategori minyak goreng.

Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel dependen (Y) dengan dua atau lebih variabel independen (X). Rumus yang dapat dibentuk sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 D_1 + \beta_6 X_6 D_2 + e$$

Keterangan:

Y = Permintaan Minyak Goreng (Liter /bulan)

α = Konstanta

x_1 = Pendidikan (Tahun)

x_2 = Pendapatan (Rupiah)

x_3 = Jumlah anggota keluarga (orang)

x_4 = Harga minyak goreng curah (Rupiah/ Liter)

x_5 = Kesadaran Kesehatan (Dummy)

0 = tidak sadar dengan kesehatan

1 = sadar dengan kesehatan

x_6 = Kategori minyak goreng (Dummy)

0 = Minyak goreng kemasan

1 = Minyak goreng curah

e = *Error term*

Sebelum melihat pengaruh masing-masing variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y), maka perlu dibuktikan bahwa penggunaan analisis regresi linier berganda memenuhi kriteria agar koefisien yang diperoleh merupakan penduga parameter yang memang akurat (Rinaldi *et al.*, 2021).

a. Kriteria Ekonomi

Kriteria ekonomi menjelaskan bahwa tanda dan besarnya parameter variabel-variabel independen (X) dalam model harus sesuai dengan hipotesis, kecuali kondisi-kondisi tertentu yang dapat dijelaskan. Jika model memenuhi kriteria ekonomi, maka dugaan model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian adalah baik secara ekonomi.

b. Kriteria Statistik

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) merupakan suatu ukuran yang menjelaskan besar variasi dependen (Y) dapat dijelaskan oleh regressor (X) atau dengan kata lain persentase variabilitas atau keragaman pada variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (X) dengan nilai $0 < R^2 < 1$.

2. Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat masing-masing peubah penjelas berpengaruh nyata atau tidak terhadap peubah endogen atau dengan kata lain untuk menguji koefisien regresi signifikan atau tidak secara individu.

Hipotesis yang diajukan adalah:

H_0 : Variabel independen (X) secara individu tidak memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel dependen (Y).

H_1 : Variabel independen (X) secara individu memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel dependen (Y).

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan jika nilai signifikansi (Sig.) $\leq 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel maka terdapat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$ atau t hitung $\leq t$ tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui dan menguji apakah peubah penjelas secara bersama-sama berpengaruh nyata atau tidak terhadap peubah endogen atau dengan kata lain untuk menguji secara keseluruhan koefisien regresi dalam menentukan nilai peubah dependen (Y).

Hipotesis yang diajukan adalah:

H_0 : Variabel independen (X) secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel dependen (Y).

H_1 : Variabel independen (X) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel dependen (Y).

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan jika nilai signifikansi (sig) $\leq 0,05$ atau F hitung $> F$ tabel maka terdapat pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) atau H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jika nilai signifikansi (sig) $> 0,05$ atau F hitung $\leq F$ tabel tidak terdapat pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) atau H_0 diterima dan H_1 ditolak.

c. Kriteria Ekonometrika

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan menilai variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$ maka data penelitian berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$ maka data penelitian berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji normalitas merupakan sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah terdapat gejala multikolinearitas pada model regresi. Dasar pengambilan keputusan dengan melihat nilai *tolerance* yang apabila $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang apabila $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan melihat ada atau tidaknya kesamaan varian dari nilai residual pada model regresi. Salah satu cara yang paling akurat untuk mendeteksi heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$ maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

Untuk menjawab tujuan ketiga yaitu perilaku penggunaan dan penanganan limbah minyak goreng oleh rumah tangga dilakukan analisis deskriptif yang meliputi distribusi frekuensi, nilai rerata (mean), dan simpangan (standard deviation). Perilaku penggunaan minyak goreng meliputi jumlah penggunaan dalam setiap kali memasak (ml) meliputi volume kecil 220 mililiter dan volume besar 500 mililiter, frekuensi penggunaan minyak goreng kemasan (berapa kali) digunakan sebelum minyak tersebut tidak digunakan lagi seperti frekuensi terkecil 1 kali dan terbesar 3 kali. Penanganan minyak goreng yang tidak digunakan lagi meliputi dikumpulkan terlebih dahulu pada satu tempat lalu dibuang, langsung dibuang atau lainnya, sedangkan tempat pembuangan limbah minyak goreng meliputi saluran pembuangan, tanag, wastafel, dan Sungai.

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Keadaan Umum Wilayah Penelitian

4.1.1. Letak dan batas Wilayah Administrasi

Penelitian ini berfokus di kelurahan Indralaya Indah Kecamatan Indralaya yang termasuk ke dalam wilayah dari Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan. Kabupaten Merangin tepatnya terletak pada titik koordinat antara 30 02' – 30 48' Lintang Selatan dan diantara 1040 20' BT sampai 1040 48' BT dengan luas wilayah 2.666,07 km². Kecamatan Indralaya terdiri dari 17 Desa dan 3 kelurahan yang terbagi dalam 67 dusun dan 50 RT, terbentang luas 77,65 kilometer persegi. Kelurahan Indralaya Indah merupakan salah satu kawasan penting yang terletak di kecamatan Indralaya. Kelurahan Indralaya Indah merupakan kelurahan swakarya, dengan komoditas unggulan yaitu sayuran. Memiliki luas wilayah 200 hektar, yang terdiri dari 20 hektar untuk ladang, 22,5 hektar lahan perkebunan, 0,2 hektar untuk peternakan, 1 hektar lahan perhutanan, 0,2 hektar lahan untuk waduk, dan 178,8 hektar untuk lahan lainnya. Jarak dari pusat pemerintahan kecamatan yaitu 3,4 kilometer, jarak dari pusat pemerintahan kota 4,6 kilometer, jarak dari kota/ibu kota kabupaten 3,4 kilometer dan 36 kilometer jarak dari ibu kota provinsi. Adapun lokasi penelitian disajikan pada lampiran 1. Batas wilayah administrasi secara geografis Kecamatan Jangkat dapat dilihat dibawah ini sebagai berikut:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kelurahan Timbangan Kecamatan Indralaya.
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Indralaya Raya Kecamatan Indralaya.
- Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Tanjung Pering Kecamatan Indralaya Utara.
- Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Tanjung Seteko Kecamatan Indralaya.

4.1.2. Topografi dan Iklim kelurahan Indralaya Indah

Kelurahan Indralaya Indah yang bercirikan lahan rawa dan aliran sungai, didominasi tanah hitam dengan tekstur tanah sedang, sehingga cocok untuk kegiatan pertanian, khususnya budidaya sayuran yang merupakan komoditas unggulan daerah tersebut. Curah hujan Indralaya Indah yaitu 50 Mm dengan jumlah bulan hujan sebanyak 6 bulan, tingkat kelembaban 30%, suhu rata-rata tanah 35 derajat celsius dan tinggi tempat dari permukaan laut 14 Meter di atas permukaan laut.

4.1.3. Jumlah Penduduk Kelurahan Indralaya Indah

Penduduk memainkan peran penting dalam pembangunan desa atau kecamatan, dan menjadi kekuatan utama di balik kemajuan dan pertumbuhan yang berkelanjutan. Keterlibatan masyarakat secara aktif sangat penting bagi keberhasilan pelaksanaan program pembangunan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan seluruh penduduk di wilayah tersebut. Masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat tetapi juga peserta kunci dalam mendorong inisiatif pembangunan, menyumbangkan wawasan, tenaga, dan sumber daya mereka menuju perbaikan kolektif lingkungan hidup mereka. Di Kecamatan Indralaya Indah, jumlah penduduknya 3.328 jiwa, terdiri dari 1.602 laki-laki dan 1.726 perempuan. Keterlibatan aktif masyarakat, baik laki-laki maupun perempuan, dalam proses pembangunan sangat penting untuk mengatasi tantangan lokal dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan di Kecamatan Indralaya Indah. Melibatkan masyarakat dalam tahap perencanaan, pengambilan keputusan, dan pelaksanaan proyek pembangunan akan menumbuhkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab di antara warga, yang merupakan hal mendasar untuk mencapai hasil pembangunan berkelanjutan. Lebih jelasnya dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Kelurahan Indralaya Indah

No	Jenis kelamin	Jumlah (orang)	Proporsi (%)
1.	Laki-laki	1.602	48,10
2.	Perempuan	1.726	51,90
	Total	3.328	100,00

Sumber: Kelurahan Indralaya Indah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.1. didapatkan informasi bahwa jumlah penduduk perempuan lebih melebihi penduduk laki-laki, hal tersebut akan berpotensi ledakan penduduk karena potensi kelahiran dapat meningkat dengan jumlah penduduk yang lebih banyak daripada laki-laki di kelurahan tersebut. Untuk memastikan bahwa pertumbuhan penduduk tetap seimbang dengan sumber daya alam, kapasitas infrastruktur, dan kesejahteraan secara keseluruhan, penting bagi pemerintah dan pemerintah daerah untuk menerapkan dan mengatur program keluarga berencana secara efektif.

4.1.4. Sarana Prasarana Kesehatan

Kehadiran sarana dan prasarana kesehatan sangat penting bagi kesejahteraan dan kesejahteraan masyarakat khususnya di Kelurahan Indralaya Indah Fasilitas tersebut tidak hanya menyediakan perawatan dan layanan medis yang diperlukan tetapi juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas hidup penghuninya secara keseluruhan. Dengan memastikan akses terhadap layanan kesehatan dengan baik, masyarakat dapat mengelola masalah kesehatan dengan lebih baik, mencegah penyakit dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara umum. Agar lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2. Sarana Kesehatan Kelurahan Indralaya Indah, 2023

No	Sarana Kesehatan	Jumlah (Unit)
1.	Polindes	1
2.	Posyandu	1
	Jumlah	2

Sumber: Kelurahan Indralaya Indah (2023)

Berdasarkan pada Tabel 4.2 terlihat bahwa Kecamatan Indralaya Indah dilengkapi dengan 2 unit fasilitas kesehatan yang dimanfaatkan oleh masyarakat setempat, terdiri dari 1 Posyandu (pos pelayanan terpadu) dan 1 Polindes (klinik bersalin desa). Fasilitas-fasilitas ini tersedia untuk memberikan dukungan medis, termasuk pemeriksaan dan pengobatan kesehatan, kepada penduduk di desa tersebut.

4.1.5. Sarana Prasarana Pendidikan

Institusi pendidikan menawarkan banyak keuntungan baik bagi individu maupun masyarakat. Hal ini mencakup sekolah, perguruan tinggi, dan pusat pelatihan kejuruan, yang memberikan kesempatan pembelajaran terstruktur dan informal. Fasilitas tersebut memberdayakan masyarakat untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan penting, meningkatkan pertumbuhan pribadi, daya saing, dan kualitas hidup. Akses terhadap pendidikan berkualitas membuka prospek pekerjaan yang lebih besar dan potensi pendapatan yang lebih tinggi. Selain itu, lembaga pendidikan memainkan peran penting dalam mencetak tenaga kerja yang terampil dan berpengetahuan luas, sehingga mendorong kemajuan perekonomian suatu daerah. Pendidikan membekali anggota masyarakat dengan kemampuan untuk membuat pilihan berdasarkan informasi, menumbuhkan kemandirian dan penentuan nasib sendiri. Selain itu, peluang pendidikan mengarah pada pengembangan masyarakat yang lebih terinformasi dan tercerahkan, di mana individu cenderung menjalani hidup yang lebih sehat, menerima toleransi, dan berpartisipasi aktif dalam urusan sipil dan politik, sehingga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat.

Dukungan dari fasilitas pendidikan untuk pendidikan tinggi dan penelitian ilmiah mendorong inovasi dan kemajuan teknologi, mendorong masyarakat maju dalam bidang-bidang seperti sains, teknologi, dan perdagangan. Dengan menawarkan akses yang lebih luas terhadap pendidikan bagi semua lapisan masyarakat, lembaga-lembaga ini memainkan peran penting dalam mengentaskan kemiskinan dan mempersempit kesenjangan sosial. Demokratisasi pendidikan ini memastikan bahwa semua anggota masyarakat memiliki kesempatan yang adil untuk sukses dalam usaha mereka. Pendidikan memberdayakan individu dengan

pengetahuan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka, memungkinkan mereka membuat keputusan yang tepat mengenai kesehatan, kelestarian lingkungan, dan masalah keuangan, sehingga berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Lebih jelasnya sarana pendidikan dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3. Sarana Pendidikan Kelurahan Indralaya Indah Tahun 2023

No	Sarana Pendidikan	Jumlah (Unit)
1	PAUD	2
2	TK	1
3	SD	1
4	SMP	1
Jumlah		5

Sumber: Kelurahan Indralaya Indah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.3, sarana pendidikan yang paling banyak terdapat di Kelurahan Indralaya Indah adalah Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) sebanyak 2 unit, sedangkan untuk Taman Kanak-Kanak sampai Sekolah Menengah Pertama (TK-SMP) masing-masing hanya 1 unit. Kelurahan ini tidak memiliki fasilitas sekolah menengah atas, sehingga siswa yang ingin memperoleh pendidikan menengah harus menempuh perjalanan beberapa kilometer untuk bersekolah. Ketersediaan fasilitas pendidikan yang lebih komprehensif di tingkat lokal akan memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat dengan menjadikan pengetahuan lebih mudah diakses dan mengurangi biaya terkait pendidikan, seperti biaya transportasi, yang dapat menjadi besar jika sekolah berlokasi jauh dari rumah siswa.

4.1.6. Sarana Prasarana Keagamaan

Fasilitas keagamaan berfungsi sebagai ruang penting untuk beribadah dan kontemplasi bagi umat beragama, menawarkan lingkungan penting bagi individu untuk terlibat dengan keyakinan mereka dan memperkaya perjalanan spiritual mereka. Lembaga-lembaga ini sering menjadi tuan rumah inisiatif pendidikan agama, termasuk kelas, ceramah, dan diskusi kelompok, yang memainkan peran penting dalam meningkatkan pemahaman tentang prinsip-prinsip agama, etika, dan

nilai-nilai moral. Seringkali berperan sebagai jantung komunitas yang dinamis, fasilitas keagamaan memfasilitasi interaksi sosial, saling mendukung, dan membina hubungan yang bermakna di antara warga. Selain itu, mereka berperan penting dalam mendorong pengembangan nilai-nilai moral dan etika yang positif dalam masyarakat, menekankan pentingnya kebajikan seperti kejujuran, kasih sayang, ketekunan, dan altruisme. Agar lebih jelasnya terkait sarana keagamaan di kelurahan tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.4. Sarana Keagamaan di Kelurahan Indralaya Indah Tahun 2023

No	Sarana Keagamaan	Jumlah (Unit)
1.	Masjid	6
2.	Musola	2
	Jumlah	8

Sumber: Kelurahan Indralaya Indah (2023)

Berdasarkan pada Tabel 4.4, terlihat bahwa fasilitas keagamaan di kelurahan ini hanya diperuntukkan bagi umat Islam, yang mencerminkan mayoritas penduduk Muslim di sana. Secara khusus, tersedia 6 masjid dan 2 musala yang berfungsi sebagai tempat ibadah dan pusat pendidikan agama.

4.2. Karakteristik Responden Minyak Goreng Curah dan Minyak Goreng Kemasan

(Hajati *et al.*, 2018) mendefinisikan karakteristik sebagai atribut unik yang melekat pada individu atau objek, sedangkan (Kadir *et al.*, 2021) memperluas hal ini dengan memasukkan aspek karakter, gaya hidup, dan nilai-nilai seseorang yang berkembang seiring waktu, sehingga menghasilkan perilaku yang lebih dapat diprediksi dan terlihat. Karakteristik unik ini mempengaruhi pengambilan keputusan secara berbeda antar individu. Dalam survei yang dilakukan di Kelurahan Indralaya Indah, 38 responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu untuk berpartisipasi dengan mengisi kuesioner. Karakteristik responden mencakup variabel seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, status pekerjaan, pendapatan, dan ukuran keluarga.

4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam demografi konsumen, gender dikategorikan menjadi laki-laki dan perempuan, yang secara signifikan dapat mempengaruhi perkembangan pola konsumsi yang beragam dalam suatu masyarakat. Variasi ini muncul dari perbedaan kebutuhan dan preferensi antara laki-laki dan perempuan, sehingga menyebabkan perbedaan perilaku dan preferensi pembelian.

Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Kelompok Jenis Kelamin	Minyak Goreng Curah		Minyak Goreng Kemasan	
		Jumlah responden	Persentase (%)	Jumlah responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	4	15,38	0	0,00
2	Perempuan	23	84,62	11	100,00
	Jumlah	27	100,00	11	100,00

Sumber: Diolah dari Lampiran 2

Tabel 4.5 memperlihatkan perbedaan mencolok dalam distribusi gender responden yang berpartisipasi dalam survei, dengan dominasi peserta perempuan. Secara khusus, perempuan mewakili 84,62% responden konsumen minyak goreng curah dan 100% responden yang lebih menyukai minyak goreng kemasan, sedangkan laki-laki mencakup 15,38% dari kelompok konsumen minyak goreng curah dan tidak termasuk dalam kategori minyak goreng kemasan. Angka-angka ini menggaris bawahi peran penting perempuan dalam proses pengambilan keputusan terkait pembelian minyak goreng. Hal ini juga menunjukkan kesadaran perempuan yang lebih besar terhadap kebutuhan rumah tangga, dimana belanja kebutuhan tersebut biasanya dilakukan oleh perempuan. Korelasi antara gender responden dan fokus penelitian ini memberikan wawasan berharga dalam memahami preferensi konsumen dan perilaku berbelanja.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Utami & Chaeriyah (2019), ditemukan bahwa perempuan sebagian besar berbelanja kebutuhan rumah tangga di pasar modern dan toko ritel. Namun, tren ini tidak menghalangi laki-laki untuk menjadi konsumen yang signifikan, terutama dalam hal pembelian barang untuk kebutuhan tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun perempuan mungkin

memimpin dalam belanja rumah tangga secara umum, laki-laki juga menunjukkan daya beli yang besar, yang dipengaruhi oleh kebutuhan yang berbeda-beda.

4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Perbedaan usia berperan penting dalam membentuk keputusan pembelian konsumen. Menurut klasifikasi yang diberikan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2016), individu dikategorikan ke dalam kelompok umur tertentu: bayi (0–5 tahun), anak-anak (5–11 tahun), remaja awal (12–16 tahun), remaja akhir (17–25 tahun), dewasa awal (26–35 tahun), dewasa akhir (36–45 tahun), lanjut usia (46–55 tahun), dan lanjut usia akhir (56–65 tahun). Untuk tujuan penelitian, usia responden disusun menjadi empat kategori agar selaras dengan tujuan penelitian. Sebaran responden berdasarkan umur disajikan secara rinci pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Kelompok Umur (Tahun)	Minyak Goreng Curah		Minyak Goreng Kemasan	
		Jumlah Responden	Persentase (%)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	17-25	1	3,70	1	9,09
2	26-35	10	37,04	2	18,18
3	36-45	12	44,44	5	45,45
4	46-55	4	14,81	3	27,27
Jumlah		27	100,00	11	100,00

Sumber: Diolah dari Lampiran 2

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa di antara data responden yang dikumpulkan, individu berusia 36-45 tahun merupakan segmen konsumen minyak goreng curah terbesar yaitu sebesar 44,44% dan juga mewakili 45,45% konsumen minyak goreng kemasan. Pada tahap kehidupan ini, konsumen kemungkinan besar telah mengumpulkan banyak pengalaman dan pengetahuan tentang minyak goreng. Berada di usia dewasa akhir, mereka sering kali sudah mempunyai rumah tangga yang mapan, memikul tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan keluarga. Keputusan pembelian kelompok demografi ini dipengaruhi oleh pemahaman praktis mereka mengenai minyak goreng dan pentingnya memenuhi

kebutuhan rumah tangga.

4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik pendidikan dilihat dari tingkat pendidikan yang telah ditempuh oleh konsumen minyak goreng. Pendidikan akan mempengaruhi cara berpikir seseorang untuk menjawab suatu masalah. Seseorang yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi akan memiliki pengaruh yang besar terhadap pengetahuan, informasi, dan selera konsumen ketika membeli produk.

Pada penelitian yang dilakukan, peneliti membedakan karakteristik konsumen minyak goreng berdasarkan tingkat pendidikan yang ditempuh terakhir oleh responden. Jenjang pendidikan terbagi menjadi jenjang SD, SMP, SMA, D3, dan S1. Sebaran responden berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Kelompok Pendidikan (Tahun)	Minyak Goreng Curah		Minyak Goreng Kemasan	
		Jumlah Responden	Persentase (%)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	SD	8	29,63	0	
2	SMP	2	7,41	0	
3	SMA	17	62,96	0	
4	D3	0		2	18,18
5	S1	0		9	81,82
Jumlah		27	100,00	11	100,00

Sumber: Diolah dari Lampiran 2

Tabel 4.7 hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang berpendidikan SMA merupakan konsumen minyak goreng curah yang paling banyak yaitu sebesar 62,96% dengan jumlah responden sebanyak 16 orang. Sedangkan mereka yang bergelar Strata 1 (S1) atau sarjana merupakan kelompok konsumen minyak goreng kemasan terbesar yaitu sebesar 81,82% dengan jumlah responden sebanyak 9 orang. Distribusi ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan konsumen yang relatif tinggi memainkan peran penting dalam keputusan pembelian produk mereka, yang sangat selaras dengan kebutuhan mereka. Tingkat pendidikan sering dikaitkan dengan kesadaran konsumen mengenai implikasi kesehatan, kualitas produk, atau

Pemahaman manfaat produk, sehingga mempengaruhi pilihan mereka di pasar.

Penelitian Rahardja & Manurung (2014) menggaris bawahi bahwa tingkat pendidikan yang lebih tinggi berkorelasi dengan perubahan kebiasaan konsumsi dan menumbuhkan hubungan yang positif. Latar belakang pendidikan konsumen berdampak signifikan terhadap pemilihan produk mereka, sehingga menghasilkan pilihan yang lebih cermat dan disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan finansial mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan tidak hanya meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan individu tetapi juga mempengaruhi perilaku pembelian mereka, memungkinkan mereka membuat pilihan yang lebih tepat dan tepat di pasar.

4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dalam penelitian ini, responden memiliki latar belakang pekerjaan yang beragam. Pendidikan yang ditempuh seseorang biasanya akan berkaitan dengan pekerjaan yang akan diperolehnya. Secara umum tingkat pendidikan akan menentukan jenis pekerjaan konsumen. Pekerjaan seseorang biasanya akan mempunyai pengaruh terhadap barang dan jasa yang dibeli.

Tabel 4.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.

No	Kelompok Pekerjaan	Minyak Goreng Curah		Minyak Goreng Kemasan	
		Jumlah Responden	Persentase (%)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	IRT	18	66,67	0	
2	Wiraswasta	8	29,63	0	
3	Petani	1	3,70	0	
4	Honor	0		1	9,09
5	Buruh	0		1	9,09
6	Barista	0		1	9,09
7	Guru	0		3	27,27
8	PNS	0		5	45,45
	Jumlah	27	100,00	11	100,00

Sumber: Diolah dari Lampiran 2

Berdasarkan analisis Tabel 4.8, responden yang membeli minyak goreng mayoritas adalah ibu rumah tangga sebanyak 18 orang atau 66,67%, kemudian

wiraswatas sebanyak 8 orang atau 29,63%. Ibu rumah tangga biasanya mengandalkan pendapatan yang diberikan oleh pencari nafkah utama rumah tangga untuk kebutuhan keuangan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pekerjaan responden mempunyai peranan penting dalam keputusan pembelian mereka, dimana ibu rumah tangga mewakili sebagian besar konsumen minyak goreng, kemungkinan besar karena peran mereka dalam mengelola kebutuhan rumah tangga dan menyiapkan makanan.

4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Dalam konteks penelitian ini, pendapatan mengacu pada pendapatan bulanan konsumen, yang mencakup total pendapatan yang diterima seluruh anggota keluarga. Tingkat pendapatan ini berperan penting dalam menentukan pilihan dalam pemilihan, pembelian, dan konsumsi minyak goreng. Penting untuk menyadari bahwa pendapatan keluarga mewakili lebih dari sekedar nilai numerik; itu merangkum berbagai faktor yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari keluarga. Pendapatan kolektif sebuah keluarga mencerminkan upaya kolaboratif dan kontribusi para anggotanya dalam memenuhi kebutuhan kolektif mereka, yang menggambarkan saling ketergantungan dalam unit keluarga dan dampaknya terhadap perilaku konsumen.

Pendapatan memainkan peran penting dalam membentuk preferensi dan keputusan konsumen mengenai kualitas produk yang mereka pilih. Sebelum melakukan pembelian, konsumen biasanya menyelaraskan pilihan produk mereka dengan pendapatan yang tersedia. Mereka yang memiliki pendapatan lebih tinggi lebih cenderung membelanjakan uangnya dan memenuhi keinginan mereka yang lebih luas, karena kemampuan finansial mereka memungkinkan mereka untuk memprioritaskan kualitas atau kemewahan dalam pilihan mereka. Sebaliknya, individu dengan pendapatan rendah cenderung menyesuaikan harapan dan pilihan mereka untuk mengakomodasi kebutuhan penting mereka, dengan fokus pada keterjangkauan. Dinamika ini menggaris bawahi bagaimana tingkat pendapatan secara langsung mempengaruhi perilaku konsumen, memandu sejauh mana individu menuruti keinginannya atau mematuhi kebutuhannya secara ketat.

Tabel 4.9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Kelompok Pendapatan (Rupiah)	Minyak Goreng Curah		Minyak Goreng Kemasan	
		Jumlah Responden	Persentase (%)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	1.500.000 -2.500.000	16	59,26	0	
2	> 2.500.000 -3.500.000	11	40,74	2	18,18
3	> 3.500.000	0		9	81,82
Jumlah		27	100,00	11	100,00

Sumber: Diolah dari Lampiran 2

Tabel 4.9 memperlihatkan bahwa di antara responden yang membeli minyak goreng curah, 11 orang, yang mencakup 40,74%, termasuk dalam kelompok pendapatan Rp 2.500.000 hingga Rp 3.500.000. Data ini menunjukkan bahwa konsumen dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi tidak hanya meningkatkan volume konsumsi mereka tetapi juga memberikan penekanan yang signifikan pada kualitas produk yang mereka beli. Bagi mereka yang berpendapatan rendah, harga menjadi faktor penting dalam memilih minyak goreng. Namun, bagi kelompok berpendapatan tinggi, atribut tambahan minyak goreng, seperti kualitas, merek, dan manfaat kesehatan, juga menjadi pertimbangan. Menurut klasifikasi Badan Pusat Statistik (2022), tingkat pendapatan dikategorikan menjadi empat kelompok:

- Pendapatan sangat tinggi yaitu rata-rata pendapatan bulanan melebihi Rp 3.500.000.
- Pendapatan tinggi yaitu pendapatan bulanan rata-rata berkisar lebih dari Rp 2.500.000 hingga Rp 3.500.000.
- Pendapatan menengah yaitu pendapatan bulanan rata-rata berkisar antara lebih dari Rp 1.500.000 hingga Rp 2.500.000.
- Pendapatan sangat rendah yaitu rata-rata pendapatan bulanan di bawah Rp 1.500.000.

Kategori pendapatan ini menyoroiti bagaimana kapasitas finansial mempengaruhi pilihan konsumen, mempengaruhi kuantitas dan kualitas produk yang mereka pilih. gizi.

4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga dalam penelitian adalah jumlah orang yang bergantung pada rumah tangga tersebut untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan semakin besar jumlah anggota keluarga maka akan mempengaruhi konsumsi. Menurut Lestari (2016), banyaknya anggota keluarga yang menjadi tanggungan suatu rumah tangga dapat mempengaruhi tingkat konsumsi yang harus dikeluarkan oleh rumah tangga yang bersangkutan karena berkaitan dengan kebutuhannya yang semakin meningkat. Sebaran responden berdasarkan jumlah anggota keluarga dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga

No	Kelompok Jumlah anggota keluarga (Orang)	Minyak Goreng Curah		Minyak Goreng Kemasan	
		Jumlah Responden	Persentase (%)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	< 4	27	100,00	3	27,3
2	5-6			8	72,73
	Jumlah	27	100,00	11	100,00

Sumber: Diolah dari Lampiran 2

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa di antara 27 responden yang merupakan konsumen minyak goreng curah, jumlah anggota keluarga yang dominan adalah kurang dari 4 orang, dan seluruh 27 responden termasuk dalam kategori ini, mewakili proporsi 100,00%. Jumlah anggota keluarga berpengaruh signifikan terhadap permintaan pembelian minyak goreng di pasar dan di warung Klontong.

Pengamatan ini sejalan dengan teori Sukirno (2013) yang menyatakan bahwa peningkatan jumlah tanggungan dalam suatu rumah tangga menyebabkan peningkatan jumlah pembelian. Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) mengklasifikasikan jumlah anggota keluarga menjadi rumah tangga kecil yang beranggotakan 4 orang atau kurang, rumah tangga sedang yang beranggotakan 5 hingga 6 orang, dan rumah tangga besar yang beranggotakan 7 orang atau lebih.

4.3. Perbedaan Karakteristik Konsumen Minyak Goreng Curah dan Minyak Goreng Kemasan

Analisis varians karakteristik konsumen antara konsumen minyak goreng curah dan konsumen minyak goreng kemasan dilakukan dengan menggunakan uji T independen. Uji statistik ini membantu mengidentifikasi apakah terdapat perbedaan karakteristik yang signifikan seperti demografi, pola konsumsi, atau preferensi antara kedua kelompok. Untuk mengetahui gambaran rinci mengenai disparitas preferensi minyak goreng, lihat Tabel 4.11.

Tabel 4.11. Perbedaan Karakteristik Konsumen Minyak Goreng Kemasan dan Minyak Goreng Curah Menggunakan Uji t (Parametrik)

Usia		Konsumen		t-test (p- Value)
		Curah	Kemasan	
20-30 tahun	Count	5	1	
	% of Total	13,2%	2,6%	
31-40 tahun	Count	5	4	
	% of Total	13,2%	10,5%	
41-50 tahun	Count	11	3	-0,165 (0,870)
	% of Total	28,9%	7,9%	
51-60 tahun	Count	6	3	
	% of Total	15,8%	7,9%	
Mean	Count	27	11	
	% of Total	71,1%	28,9%	
<hr/>				
Jenis Kelamin				
Perempuan	Count	23	11	1.346 (0,187)
	% of Total	60,5%	28,9%	
Laki-Laki	Count	4	0	
	% of Total	10,5%	0,0%	
Mean		1,15	1,00	
<hr/>				
Pendidikan				
SD	Count	8	0	-5.241 (0,000)
	% of Total	21.1%	0.0%	
SMP	Count	2	1	
	% of Total	10.5%	2.6%	
D3	Count	1	1	
	% of Total	2.6%	2.6%	
S1	Count	1	8	
	% of Total	2.6%	21.1%	
Mean		2,44	4,45	

Tabel 4.11. (Lanjutan)

Pendapatan				
1.500.000 – 2.500.000	Count	16	0	-1,132
	% of Total	42,1%	0,0%	(0,265)
>2.500.000 – 3.500.000	Count	11	2	
	% of Total	28,9%	5,3%	
>3.500.0000	Count	0	9	
	% of Total	0,0%	23,7%	
Mean		1,67	1,91	
Jumlah Anggota Keluarga				
< 3 anggota keluarga	Count	13	2	
	% of Total	34,2%	5,3%	
> 3 anggota keluarga	Count	14	9	-1.737
	% of Total	36,8%	23,7%	(0.000)
Mean	Count	71,1%	28,9%	
	% of Total			
		1,07	4,64	
Pekerjaan				
Karyawan tidak tetap	Count	25	4	
	% of Total	65,8%	10,5%	
Karyawan tetap	Count	2	7	-4.498
	% of total	5,3%	18,4%	(0,000)
Mean		1,70	1,64	

Sumber: Diolah dari Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.11, dokumen tersebut menguraikan analisis komparatif karakteristik konsumen antara pembeli minyak goreng kemasan dan curah dalam berbagai variabel termasuk usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan, ukuran keluarga, pekerjaan. Berikut adalah interpretasi masing-masing variabel:

Umur: Berdasarkan analisis umur dalam preferensi konsumen antara minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan, seperti dijelaskan pada Tabel 4.11, terlihat bahwa kelompok umur yang paling banyak membeli minyak goreng berada pada kategori 41-50 tahun. Secara spesifik, 28,9% konsumen pada kelompok usia ini cenderung menggunakan minyak goreng curah, dengan rata-rata konsumsi sebesar 2,67. Hasil uji T yang menunjukkan nilai -0,165 dengan p-value 0,870 menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel umur antara konsumen minyak goreng curah dengan konsumen minyak goreng

kemasan. Umur memainkan peran penting dalam mengenali kebutuhan akan barang atau jasa, membuat pilihan produk yang terinformasi, dan memahami informasi produk (Fredereca & Chairy, 2018). Selain itu, penelitian Khan dan Chawla (2015) mendukung anggapan bahwa usia konsumen mempengaruhi pengumpulan informasi untuk keputusan pembelian dan preferensi dalam pemilihan produk. Terlepas dari pemahaman ini, hasil uji T menunjukkan bahwa, dalam konteks minyak goreng, usia tidak berdampak signifikan terhadap keputusan antara pilihan minyak goreng curah dan kemasan, sehingga menunjukkan bahwa ada faktor-faktor lain yang mungkin lebih berpengaruh dalam pilihan ini.

Jenis kelamin: Analisis gender terhadap preferensi konsumen terhadap minyak goreng, sebagaimana dirinci pada Tabel 4.11, menunjukkan dominasi perempuan dalam basis konsumen, dengan 60,5% konsumen perempuan lebih memilih menggunakan minyak goreng curah, dan tingkat konsumsi rata-rata sebesar 1,15. Tren ini disebabkan oleh peran tradisional perempuan dalam mengelola tugas-tugas rumah tangga, termasuk mengawasi konsumsi rumah tangga. Perempuan diidentifikasi sebagai konsumen utama karena peran utama mereka dalam berbelanja kebutuhan rumah tangga dan konsumsi, meskipun aktivitas berbelanja juga terkadang dilakukan oleh laki-laki. Sumarwan (2014) mengemukakan bahwa perempuan cenderung lebih konsumtif dibandingkan laki-laki, hal ini tercermin dari perilaku berbelanja kebutuhan rumah tangga. Meskipun demikian, hasil uji T dengan nilai 1,346 dan p-value 0,187 menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan antara preferensi minyak goreng curah dibandingkan minyak goreng kemasan berdasarkan jenis kelamin konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun perempuan mempunyai pengaruh besar terhadap pasar minyak goreng karena kebiasaan berbelanja dan tanggung jawab rumah tangga mereka, gender tidak secara signifikan mempengaruhi pilihan antara jenis minyak goreng curah dan kemasan.

Pendidikan: Berdasarkan Tabel 4.11, tingkat pendidikan konsumen sebagian besar berada pada kategori sekolah menengah atas, dimana 34,2% konsumen lebih memilih minyak goreng curah, dan tingkat konsumsi rata-rata sebesar 2,44. Tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kemampuan konsumen dalam menyerap pengetahuan dan informasi. Ketika tingkat pendidikan

konsumen meningkat, akses dan pemahaman mereka terhadap informasi juga meningkat, yang pada gilirannya mempengaruhi proses pengambilan keputusan dan kemampuan mereka untuk mempertimbangkan berbagai faktor sebelum melakukan pembelian. Hasil uji T menunjukkan nilai $-5,241$ dengan p -value $0,000$ menunjukkan adanya perbedaan signifikan preferensi minyak goreng berdasarkan tingkat pendidikan konsumen. Hal ini mendukung temuan penelitian Suwarman (2014) yang menyatakan bahwa konsumen dengan latar belakang pendidikan yang lebih tinggi cenderung mencari informasi yang luas sebelum mengambil keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan memainkan peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen, khususnya dalam konteks memilih berbagai jenis minyak goreng.

Pendapatan: Berdasarkan data pada Tabel 4.11, konsumen dengan pendapatan tinggi lebih cenderung membeli minyak goreng curah, yaitu sebesar $28,9\%$ dari kelompok ini dengan tingkat konsumsi rata-rata sebesar $1,67$. Pendapatan memainkan peran penting dalam menentukan keputusan pembelian minyak goreng, yang mempengaruhi pilihan merek dan kualitas di antara konsumen dari berbagai kelompok pendapatan. Hasil uji T dengan nilai $-1,132$ dan p -value $0,265$ menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan preferensi minyak goreng curah dengan minyak goreng kemasan berdasarkan pendapatan konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian Soekarwati (2012) yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap jumlah barang yang dikonsumsi. Selain itu, sering kali terlihat bahwa peningkatan pendapatan tidak hanya menghasilkan pembelian barang dalam jumlah lebih banyak, namun juga terjadi pergeseran ke arah produk berkualitas lebih tinggi. Terlepas dari pemahaman ini, tidak adanya perbedaan yang signifikan dalam preferensi jenis minyak goreng berdasarkan pendapatan menunjukkan bahwa ada faktor-faktor lain, di luar kemampuan ekonomi, yang berperan dalam menentukan apakah konsumen memilih minyak goreng curah atau kemasan.

Jumlah Anggota Keluarga: Berdasarkan informasi pada Tabel 4.11, rumah tangga dengan jumlah anggota lebih dari 3 orang menunjukkan preferensi terhadap minyak goreng curah, dengan $36,8\%$ keluarga mengonsumsi minyak goreng curah dan tingkat konsumsi rata-rata sebesar $1,07$. Lestari (2016) menekankan bahwa

jumlah tanggungan dalam suatu rumah tangga sangat mempengaruhi tingkat konsumsi karena meningkatnya kebutuhan. Hal ini juga diperkuat dengan hasil uji T yang menunjukkan nilai -1,737 dengan p-value 0,000, yang menunjukkan adanya perbedaan signifikan pada preferensi jenis minyak goreng berdasarkan jumlah anggota keluarga. Temuan ini sejalan dengan teori Sukirno (2013) yang menyatakan bahwa kuantitas pembelian meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah tanggungan dalam suatu rumah tangga. Hal ini berarti bahwa keluarga dengan jumlah anggota yang lebih banyak cenderung membeli lebih banyak, yang dalam konteks ini berarti konsumsi minyak goreng curah yang lebih tinggi. Perbedaan signifikan yang ditunjukkan oleh uji T menegaskan bahwa ukuran keluarga merupakan faktor penting dalam menentukan apakah rumah tangga memilih minyak goreng curah atau kemasan, hal ini mendukung anggapan bahwa rumah tangga yang lebih besar lebih memilih minyak goreng curah untuk memenuhi kebutuhan mereka yang lebih besar.

Pekerjaan: Analisis yang disajikan pada Tabel 4.11 menyoroti bahwa konsumen yang memiliki pekerjaan tidak tetap, seperti buruh, petani, dan wiraswasta, memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk membeli minyak goreng curah, dimana 65,8% dari konsumen tersebut lebih memilih minyak goreng dan tingkat konsumsi rata-rata dari 1,70. Ada hubungan erat antara pekerjaan seseorang dan tingkat pendidikannya, karena pendidikan yang diterima konsumen seringkali memengaruhi jalur kariernya. Biasanya, tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang dapat menentukan jenis pekerjaan yang mereka peroleh, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan pembelian mereka mengenai barang dan jasa. Berdasarkan distribusi konsumen berdasarkan pekerjaan, terdapat perbedaan yang signifikan pada preferensi jenis minyak goreng berdasarkan pekerjaan konsumen yang ditunjukkan dengan nilai p-value sebesar 0,000 dan hasil uji T sebesar -4,498. Hal ini menunjukkan bahwa sifat pekerjaan seseorang, yang dipengaruhi oleh latar belakang pendidikannya, memainkan peran penting dalam pemilihan minyak goreng curah dan minyak kemasan. Tingginya preferensi terhadap minyak goreng curah di kalangan pekerja tidak tetap mungkin disebabkan oleh pertimbangan anggaran dan kebutuhan akan solusi hemat biaya yang selaras dengan pendapatan dan tingkat keamanan kerja mereka.

4.4. Faktor Determinan Permintaan Konsumen Minyak Goreng

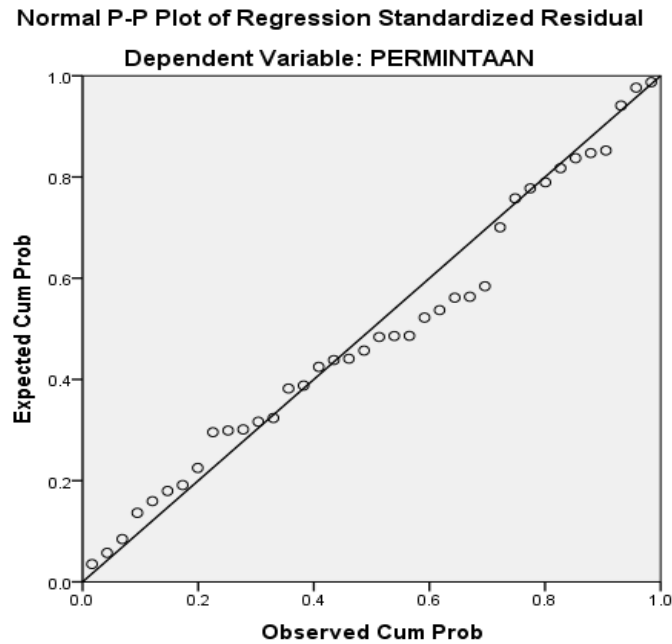
Dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap minyak goreng, penelitian ini menggunakan metode Regresi Linier Berganda yang menggabungkan variabel terikat dan bebas. Variabel terikat (Y) adalah permintaan minyak goreng per bulan, sedangkan variabel bebas (X) meliputi pendidikan (X1), pendapatan (X2), jumlah anggota keluarga (X3), harga (X4), kesadaran kesehatan (X5), dan kategori minyak goreng (X6).

Sebelum menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (jumlah permintaan minyak goreng), penting untuk memastikan bahwa analisis regresi linier berganda memenuhi persyaratan uji asumsi klasik. Pengujian ini sangat penting untuk memvalidasi apakah data yang digunakan dalam analisis cocok untuk pemodelan regresi. Uji asumsi klasik tersebut meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas. Adapun hasil uji asumsi klasik adalah sebagai berikut.

4.4.1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada suatu kelompok data atau variabel berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas dilihat dari grafik P-Plot. Data dapat dikatakan berdistribusi normal jika titik-titik pada grafik P-Plot menyebar disekitar garis diagonal. Data yang tidak berdistribusi normal dapat menyebabkan uji statistik yang dilakukan menjadi tidak valid.

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan grafik P-Plot. Adapun grafik P-Plot dapat dilihat pada Gambar dibawah ini.



Gambar 4.1, Grafik normalitas

Berdasarkan grafik normalitas, sebaran titik dalam gambar 4.1. Menyebarkan di sekitar garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data yang didistribusikan sudah menyebar normal.

4.4.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan bagian penting dalam proses analisis regresi yang digunakan untuk mengidentifikasi apakah terdapat korelasi antar variabel independen (X) dalam model. Multikolinearitas dapat berdampak signifikan terhadap keandalan analisis regresi, karena hal ini menantang asumsi bahwa variabel independen tidak boleh terlalu erat kaitannya satu sama lain. Ketika variabel independen mempunyai korelasi yang tinggi, akan sulit untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel dependen. Uji multikolinearitas pada dasarnya menggunakan dua metrik yaitu nilai toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10,00 maka variabel independen (X) pada model tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinearitas

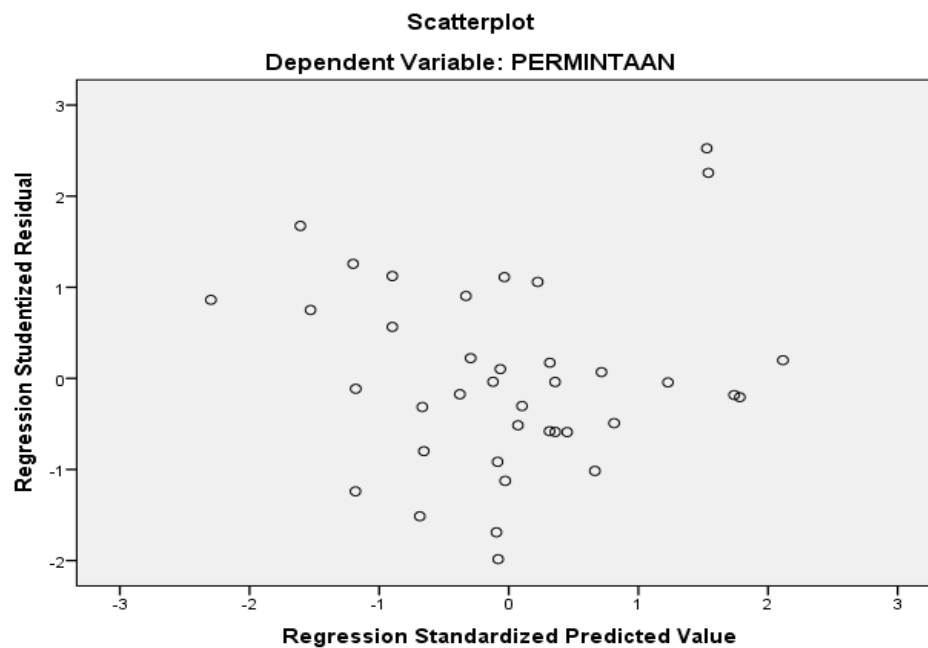
Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	Tolerance	VIF
<i>(Constant)</i>		
Pendidikan	0,270	3,702
Pendapatan	0,168	5,947
Jumlah anggota keluarga	0,328	3,051
Harga	0,161	6,225
Kesadaran Kesehatan	0,340	2,943
Kategori Minyak goreng	0,105	9,488

Sumber: Diolah dari lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.12. data uji SPSS (*Statistic Package for Social Science*) menunjukkan tidak ada variabel yang memiliki nilai tolerance $< 0,10$ dan tidak ada nilai VIF $> 10,00$ sehingga berdasarkan kedua nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak mengalami multikolinearitas atau kondisi tidak terjadi korelasi yang signifikan antara variabel independen (X).

4.4.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketimpangan varians dari residualnya atau antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Pengujian ini dilakukan dengan melihat pola *scatterplot* antara variabel independen (ZPRED) dan variabel dependen (SRESID). Adapun hasil uji eteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.2



Gambar 4.2. Grafik *scatterplot* Heteroskedastisitas

Mengacu pada Gambar 4.2, titik-titik yang dihasilkan dari pengolahan data ZPRED dan SRESID seperti tergambar pada *scatterplot* tidak menunjukkan pola tertentu. Hal ini menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

Setelah verifikasi asumsi, estimator model dievaluasi untuk mengetahui dampak variabel indepen terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari seluruh variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.13. Hasil Faktor Determinan Permintaan Konsumen Minyak Goreng

Variabel	Koefisien Regresi	Simpangan Baku	Uji-t	Sig. Uji-t
Konstanta	4.458	6.934	0.643	0.525
Pendidikan (Tahun)	- 0.774	0.146	-5.320	*0,000
Pendapatan (Rupiah/liter)	0,398	0.139	2.860	*0,008
Jumlah anggota keluarga (Orang)	0.049	0.054	0.903	0.373
Harga (Ribuan /liter)	- 0,773	0.696	-1.111	0.275
Kesadaran kesehatan	0.280	0,114	2.466	*0.019
Kategori minyak goreng	- 0,154	0,164	-0.940	0.354
R square (R²)				0,686
F-test				11.266
Signifikansi F				0,000

Sumber: Diolah dari lampiran 6

Keterangan: * = Signifikansi pada 0,05

Berdasarkan Tabel 4.13. hasil analisis regresi linier berganda maka persamaan dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 4,458 - 0,774X_1 + 0,398 X_2 + 0,049X_3 - 0,773X_4 + 0,280X_5 + 0,154 X_6 + D_1 + 0,154 X_6 + D_2$$

Tabel 4.13. menunjukkan nilai R square (R²) sebesar 0,686 atau persentase sebesar 68,6%. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel independen (pendidikan, pendapatan, jumlah anggota keluarga, harga, kesadaran kesehatan dan kategori minyak goreng) dapat menjelaskan variabel dependen (permintaan konsumen terhadap minyak goreng) dengan kemampuan sebesar 68,6% dan sisanya sebesar 31,4% dijelaskan. oleh variabel lain di luar model penelitian. Ini.

Selanjutnya diperoleh nilai F hitung juga sebesar 11,266 dengan signifikansi F sebesar 0,000. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel independen (pendidikan, pendapatan, jumlah anggota keluarga, harga, kesadaran kesehatan dan kategori minyak goreng) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen (permintaan konsumen terhadap minyak goreng). Hal ini dibuktikan dengan signifikansi F yang lebih kecil dari 0,05. Kemudian diperoleh juga nilai t hitung dan signifikansi masing-masing variabel independen. Dikatakan variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen jika nilai signifikansinya berada pada $\alpha \leq 0,05$. Jadi dapat disimpulkan terdapat 3 variabel bebas yang mempunyai pengaruh signifikan secara statistik terhadap permintaan konsumen terhadap minyak goreng kemasan yaitu

pendidikan (tahun), pendapatan (Rupiah/bulan) dan kesadaran kesehatan.

4.4.4. Pengaruh Pendidikan terhadap Permintaan Konsumen Minyak Goreng

Hasil uji t pendidikan (X_1) diperoleh nilai $|-5,320|$ lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,693. Tingkat signifikansi variabel pendidikan sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang menunjukkan bahwa pendidikan berpengaruh signifikan terhadap permintaan minyak goreng bulanan (Y). Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan tingkat pendidikan berhubungan dengan penurunan konsumsi minyak goreng per bulan, kemungkinan besar disebabkan oleh pengetahuan yang lebih baik dalam memilih minyak goreng berkualitas tinggi.

Koefisien regresi variabel pendidikan (X_1) sebesar $-0,774$ menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan 1 tahun tingkat pendidikan, maka permintaan minyak goreng per bulan akan mengalami penurunan sebesar 0,774 liter. Hasil ini sejalan dengan temuan Hanum (2017) yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan seseorang berpengaruh signifikan terhadap kebiasaan konsumsi produknya. Secara khusus, konsumen dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi memiliki pemahaman yang lebih luas mengenai risiko yang terkait dengan minyak goreng curah, sehingga mereka lebih memilih minyak goreng kemasan karena kualitas dan keamanannya yang lebih tinggi.

4.4.5. Pengaruh Pendapatan terhadap Permintaan Konsumen Minyak Goreng

Uji t variabel pendapatan (X_2) menghasilkan nilai $|2,860|$ lebih dari nilai t tabel sebesar 1,693. Dengan tingkat signifikansi $|0,008| < 0,05$. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima, menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap permintaan minyak goreng bulanan (Y). Temuan ini konsisten dengan (Putri *et al.* 2014), yang menyatakan bahwa peningkatan pendapatan menyebabkan peningkatan permintaan barang.

Koefisien regresi pendapatan (X_2) adalah sebesar 0,398 yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan pendapatan sebesar Rp 1.000.000,- maka permintaan minyak goreng setiap bulannya meningkat sebesar 0,398 liter. Pengamatan ini sejalan dengan teori konsumsi Keynes (1936), yang berpendapat bahwa tingkat

pendapatan yang lebih tinggi menyebabkan peningkatan konsumsi, sedangkan tingkat pendapatan yang lebih rendah menyebabkan penurunan konsumsi. Senada dengan penelitian Kustiana (2022) di Desa Jemaras Kidul, Kecamatan Klanganan, yang mendukung anggapan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap jumlah pembelian, sehingga semakin menguatkan dampak pendapatan terhadap perilaku konsumen terhadap permintaan minyak goreng.

4.4.6. Pengaruh Jumlah Anggota Keluarga terhadap Konsumen Minyak Goreng Kemasan

Uji t untuk variabel jumlah anggota keluarga yang mengonsumsi (X_3) menghasilkan nilai $|0,903|$, lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1,693. Tingkat signifikansinya adalah $|0,373| > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah konsumsi anggota keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan minyak goreng bulanan (Y).

Koefisien regresi variabel jumlah anggota keluarga yang mengonsumsi (X_3) sebesar 0,049. Hal ini menunjukkan bahwa setiap tambahan anggota keluarga, kebutuhan minyak goreng setiap bulannya meningkat sebesar 0,049 liter. Meskipun analisis khusus tersebut menunjukkan bahwa jumlah anggota keluarga tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap permintaan minyak goreng, namun hal ini sejalan dengan penelitian Afriadi (2019) di Kecamatan Tapung Hilir Kabupaten Kampar. Studi Afriadi menemukan bahwa jumlah anggota keluarga memang mempengaruhi kuantitas pembelian minyak goreng dan memiliki hubungan positif dengan permintaan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pengaruhnya mungkin tidak signifikan secara statistik dalam model ini, hal ini diakui dalam penelitian perilaku konsumen.

4.4.7. Pengaruh Harga terhadap Permintaan Konsumen Minyak Goreng

Hasil uji t hitung jumlah anggota keluarga yang mengonsumsi (X_4) sebesar $|-1,111| <$ dari t tabel sebesar 1,693. Tingkat signifikansi sebesar $|0,275| > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa harga tidak memiliki signifikan secara statistik terhadap permintaan minyak goreng bulanan (Y).

Koefisien regresi variabel harga (X_4) sebesar $-0,773$. Hal ini menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan harga sebesar Rp1000 konsumsi minyak goreng kemasan turun sebesar $0,773$ liter. Temuan ini sejalan dengan teori permintaan dasar, yang menyatakan bahwa permintaan menurun seiring kenaikan harga, dan sebaliknya. Selain itu, hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kustiana (2022) yang menemukan bahwa harga minyak goreng berpengaruh signifikan terhadap jumlah pembelian, hal ini menunjukkan sensitivitas permintaan konsumen terhadap perubahan harga meskipun secara statistik model ini tidak signifikan.

4.4.8. Pengaruh Kesadaran Kesehatan terhadap Konsumsi Minyak Goreng

Hasil uji t hitung kesadaran kesehatan (X_5) sebesar $|2,466| >$ dari t tabel sebesar $1,693$. Tingkat signifikansi sebesar $|0,019| < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 . Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran kesehatan berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen minyak goreng bulanan (Y). Koefisien regresi variabel kesadaran kesehatan (X_5) yang didapatkan sebesar $0,280$, berarti dengan meningkatnya tingkat kesadaran kesehatan maka kebutuhan minyak goreng per bulan akan meningkat sebesar $0,280$ liter. Hasil ini mencerminkan meningkatnya preferensi konsumen terhadap pilihan yang lebih sehat seiring dengan meningkatnya kesadaran mereka terhadap masalah kesehatan.

4.4.9. Pengaruh Kategori Minyak Goreng terhadap Konsumsi Minyak Goreng

Hasil uji t hitung kategori minyak goreng curah (X_6) sebesar $|-0,940| <$ dari t tabel sebesar $1,693$. Nilai signifikansi sebesar $|0,345| > 0,05$. Oleh karena itu, H_0 diterima dan H_1 ditolak. Penerimaan ini menunjukkan bahwa, dari sudut pandang statistik, kategori minyak goreng curah tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap permintaan bulanan konsumen terhadap minyak goreng. Koefisien regresi variabel kategori minyak goreng sebesar $-0,154$. Nilai negatif dari koefisien regresi menunjukkan tren perilaku konsumen tertentu. Seiring dengan meningkatnya preferensi atau faktor yang terkait dengan kategori minyak goreng curah, terjadi pergeseran permintaan konsumen terhadap minyak goreng kemasan, yang diukur dengan penurunan sebesar $0,154$ liter. Hal ini dapat mencerminkan kekhawatiran terhadap

kualitas, kesehatan, atau kenyamanan yang terkait dengan minyak goreng kemasan dibandingkan minyak goreng curah.

4.5. Perilaku Penggunaan dan Penanganan Limbah Minyak Goreng di Kelurahan Indralaya Indah Kabupaten Ogan Ilir

4.5.1. Perilaku Penggunaan Minyak goreng

Kebiasaan dalam menggunakan minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah beragam di antara rumah tangga. Kebiasaan ini mencakup volume atau total minyak goreng yang dipakai oleh para responden setiap kali mereka memasak, yang diukur dalam mililiter, serta seberapa sering minyak tersebut digunakan kembali sebelum akhirnya dibuang. Biasanya, minyak goreng digunakan kembali dua sampai tiga kali sebelum dibuang ke saluran pembuangan. Tabel 4.14 berikut memaparkan frekuensi penggunaan minyak goreng per sesi memasak di 38 rumah tangga di Kelurahan Indralaya Indah.

Tabel 4.14. Jumlah dan frekuensi Penggunaan Minyak Goreng oleh Rumah Tangga di Kelurahan Indralaya Indah

No	Jumlah dan Frekuensi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Rerata \pm Std. Deviasi (Min- Maks)
1	Jumlah Penggunaan (mililiter)			
	220	5	13,16	
	250	18	44,37	358 \pm 161,59
	500	14	36,84	(220-1000)
	1000	1	2,63	
2.	Frekuensi Penggunaan			
	1 kali	4	10,53	
	2 kali	18	47,37	2,37 \pm 0,704
	3 kali	15	39,47	(1-4)
	4 kali	1	2,63	

Sumber: Diolah dari lampiran 9

*Rumah tangga

** Rumah tangga + *home industry*

Berdasarkan Tabel 4.14, rata-rata volume minyak goreng yang digunakan setiap kali memasak pada 38 rumah tangga di Kelurahan Indralaya Indah adalah 358 mililiter dengan standar deviasi $\pm 161,69$. Responden memutuskan jumlah minyak goreng yang akan digunakan berdasarkan jenis makanan tertentu yang akan mereka goreng. Jumlah minimal minyak goreng yang digunakan dalam setiap kali memasak adalah 220 mililiter, sedangkan jumlah maksimal yang digunakan bisa mencapai 1000 mililiter.

Setelah memahami volume minyak goreng yang digunakan untuk setiap kali memasak, penting untuk menentukan seberapa sering minyak tersebut digunakan kembali sebelum dibuang. Berdasarkan tabel tersebut, rata-rata frekuensi penggunaan kembali minyak goreng curah dan kemasan pada 38 rumah tangga di Desa Indralaya Indah adalah 2,37 kali, yang jika dibulatkan ke bilangan bulat terdekat menjadi 3 kali penggunaan, dengan standar deviasi $\pm 0,704$. Jumlah penggunaan kembali minyak goreng yang paling sedikit adalah 2 kali, sedangkan jumlah penggunaan kembali paling banyak adalah 4 kali.

Responden Kelurahan Indralaya Indah terus melanjutkan praktik penggunaan kembali minyak goreng. Beberapa responden, ketika merasa sisa minyak goreng sebelumnya tidak mencukupi untuk menggoreng berikutnya, memilih untuk mencampur minyak goreng baru dengan minyak bekas. Sebaliknya, responden yang tidak menambahkan minyak goreng segar ke minyak goreng bekas dikarenakan jumlah minyak goreng yang digunakan pada awalnya dianggap cukup untuk penggunaan selanjutnya. Membuang sisa minyak goreng dianggap boros oleh responden karena menganggap tidak ekonomis jika membuang sisa minyak goreng hanya untuk menggantinya dengan yang baru. Selain itu, responden menganggap minyak goreng yang belum berubah warna cokelat kehitaman masih layak untuk digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ardhany dan Lamsiyah (2018) menyoroti dampak penggunaan kembali minyak goreng terhadap nilai gizi dan kualitas makanan yang digoreng. Minyak goreng jika digunakan berulang kali cenderung menjadi tengik sehingga meningkatkan risiko berbagai gangguan kesehatan seperti kanker, penyakit jantung koroner, stroke, kolesterol, dan hipertensi. Selain itu, kandungan vitamin dalam minyak goreng akan berkurang seiring dengan

menurunnya kualitas minyak akibat pemanasan yang berulang-ulang. Sebagai tindakan pencegahan, disarankan agar minyak goreng tidak digunakan lebih dari tiga kali untuk meminimalkan risiko masalah kesehatan tersebut. Berdasarkan penelitian ini, praktik penggunaan minyak goreng pada responden di Kelurahan Indralaya Indah telah melampaui batas yang dianjurkan sehingga berpotensi menimbulkan risiko kesehatan.

4.5.2. Perilaku Penanganan Limbah Minyak Goreng

Perilaku pembuangan minyak jelantah melibatkan berbagai tindakan yang dilakukan responden tentang cara mereka mengelola sisa minyak yang dianggap tidak layak untuk dimanfaatkan lebih lanjut. Biasanya minyak goreng yang sudah tidak bisa digunakan lagi memiliki ciri-ciri berwarna coklat tua, berbau tengik, konsistensi lebih kental, dan cenderung berasap saat dipanaskan. Cara pembuangannya antara lain dengan segera membuang minyak goreng bekas, mengumpulkannya dalam wadah sebelum dibuang, atau situasi di mana tidak ada sisa minyak goreng yang dapat dibuang. Tabel 4.15 di bawah ini menggambarkan praktik pengelolaan limbah minyak goreng yang dilakukan oleh 38 rumah tangga di Kelurahan Indralaya Indah.

Tabel 4.15. Penanganan Limbah Minyak Goreng oleh Rumah Tangga di Kelurahan Indralaya Indah.

No	Penanganan Limbah Minyak Goreng	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Langsung dibuang	29	76,32
2.	Ditampung sebelum dibuang	8	21,05
3.	Tidak ada sisa	1	2,63
Jumlah		38	100,00

Sumber: Diolah dari lampiran 10

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 4.15, terdapat 29 rumah tangga, yang merupakan 76,32% responden, segera membuang minyak goreng yang tidak terpakai. Selain itu, 8 rumah tangga atau 21,05% responden, memilih untuk menyimpan sisa minyak goreng dalam wadah hingga dua hari sebelum

membuangnya ke tempat sampah yang terletak di dekat rumah mereka setelah wadah tersebut penuh. Sebaliknya, satu rumah tangga, yang mewakili 2,63% sampel, melaporkan tidak ada sisa minyak goreng yang dapat dibuang. Dalam hal ini, sisa minyak dari putaran terakhir penggorengan langsung ditambahkan ke sambal yang telah disiapkan sebelumnya. Praktik ini bertujuan untuk mencegah pemborosan sisa minyak dan didasarkan pada keyakinan bahwa saus sambal yang ditambah dengan minyak goreng bekas atau sisa akan terasa lebih enak.

Dengan memahami praktik pembuangan sisa minyak goreng yang dilakukan responden, maka penting untuk mengidentifikasi lokasi spesifik di mana sisa minyak jelantah tersebut akhirnya dibuang. Tabel 4.16 memberikan gambaran mengenai lokasi pembuangan limbah atau sisa minyak goreng yang dipilih oleh 38 rumah tangga di Kelurahan Indralaya Indah.

Tabel 4.16. Tempat Pembuangan Sisa minyak Goreng oleh Rumah Tangga di Kelurahan Indralaya Indah.

No	Tempat Membuang Sisa Minyak Goreng	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Saluran Pembuangan	23	60,53
2.	Wastafel dapur	8	21,05
3.	Lubang dalam tanah	4	10,53
4.	Tidak ada sisa	3	7,89
Jumlah		38	100,00

Sumber: Diolah dari lampiran 11

Berdasarkan informasi pada Tabel 4.16, dari seluruh rumah tangga yang disurvei di Kelurahan Indralaya Indah, 23 rumah tangga atau setara dengan 60,53%, membuang sisa minyak gorengnya ke saluran pembuangan. Sementara itu, 8 rumah tangga atau 21,05% responden memilih membuang sisa minyak gorengnya ke wastafel dapur. Pendekatan lain yang diamati adalah bahwa 4 rumah tangga, yang mencakup 10,53% responden, membuang sisa minyak goreng mereka ke dalam lubang yang digali di tanah dekat rumah mereka. Di sisi lain, 3 rumah tangga, mewakili 7,89% dari total, melaporkan tidak memiliki sisa minyak karena mereka memasukkan minyak jelantah ke dalam saus sambal yang mereka siapkan, sehingga

memastikan tidak ada minyak yang terbuang.

Berdasarkan uraian tersebut, terlihat bahwa praktik yang paling banyak dilakukan oleh rumah tangga di Kecamatan Indralaya Indah adalah segera membuang sisa minyak jelantah ke saluran pembuangan. Para partisipan dalam penelitian ini tampaknya tidak menyadari bahaya lingkungan yang parah akibat membuang limbah minyak jelantah ke saluran air. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kusnadi (2018), pembuangan minyak jelantah ke lingkungan perairan dapat menimbulkan dampak buruk terhadap ekosistem secara signifikan. Tindakan tersebut menyebabkan terbentuknya lapisan minyak pada permukaan air, menurunkan konsentrasi oksigen terlarut dalam air, dan pada suhu yang lebih rendah, menyebabkan minyak jelantah mengeras, sehingga berpotensi menyebabkan penyumbatan pada pipa dan gangguan pada sistem pembuangan limbah.

Minyak jelantah, sebagai salah satu jenis limbah cair organik, memberikan peluang untuk dimanfaatkan kembali menjadi produk bernilai ekonomis dan ramah lingkungan. Menurut Harahap dan Yulia (2018), limbah tersebut dapat diolah menjadi berbagai produk bermanfaat seperti bahan bakar biodiesel, sabun cuci, dan lain-lain. Upaya daur ulang tersebut tidak hanya membantu mengurangi pencemaran lingkungan namun juga berkontribusi pada efisiensi sumber daya. Terlepas dari potensi manfaat yang ada, sebagian besar responden dalam penelitian ini tampaknya kurang memiliki kesadaran atau pengetahuan tentang cara mengelola atau mengubah limbah minyak goreng menjadi produk yang bermanfaat secara efektif. Kesenjangan ini menyoroti perlunya program pendidikan dan kesadaran yang dapat memberikan informasi kepada individu tentang kemungkinan mendaur ulang minyak jelantah dan dampak positifnya terhadap perekonomian dan lingkungan.

Kondisi ini terjadi karena saat ini belum ada fasilitas penampungan khusus untuk limbah minyak goreng dari masyarakat, serta ketiadaan regulasi pemerintah di Kabupaten Ogan Ilir yang secara spesifik mengatur tentang pengelolaan limbah minyak goreng yang berasal dari rumah tangga. Akibatnya, para responden dalam penelitian ini cenderung langsung membuang sisa minyak goreng mereka tanpa melakukan proses daur ulang atau pengolahan lebih lanjut. Ketidadaan sistem

pengelolaan yang baik ini menunjukkan perlunya pengembangan infrastruktur pengelolaan limbah dan kebijakan dari pemerintah untuk mendorong praktik pengelolaan limbah yang lebih berkelanjutan dan ramah lingkungan.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan temuan dan pembahasan yang disajikan dalam penelitian ini, menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen minyak goreng yang diidentifikasi dalam penelitian ini, mencakup konsumen berusia 36-45 tahun, sebagian besar berjenis kelamin perempuan, mayoritas berpendidikan SMA, memiliki pendapatan tergolong tinggi antara Rp. 2.500.000 – 3.500.000, serta mempunyai jumlah anggota keluarga sebanyak kurang dari 4 orang. Perbedaan penting antara pengguna minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan mencakup perbedaan tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga dan status pekerjaan.
2. Faktor- faktor utama yang secara signifikan mempengaruhi permintaan konsumen minyak goreng per bulan adalah tingkat pendidikan, pendapatan dan kesadaran akan masalah kesehatan. Sebaliknya faktor harga, jenis minyak goreng dan jumlah anggota keluarga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan.
3. Dalam konteks di Kelurahan Indralaya Indah Kecamatan Indralaya rata-rata konsumsi rumah tangga adalah 358 mililiter minyak goreng setiap kali makan, yang digunakan sebanyak 3 kali. Terkait dengan pembuangan minyak jelatah, ditemukan bahwa mayoritas responden di Kelurahan Indralaya Indah, Kabupaten Ogan Ilir adalah membuang limbah minyak jelatah langsung ke saluran air rumah tangga tanpa adanya pengolahan terlebih dahulu.

5.2. Saran

Adapun saran yang ingin diberikan pada penelitian yang sudah dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk memasukkan variabel tambahan yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini, untuk memahami secara lebih komprehensif dan mendalam faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan rumah tangga terhadap minyak goreng.

2. Bagi Konsumen, disarankan untuk memantau penggunaan minyak gorengnya dengan cermat. Jika minyak menunjukkan perubahan warna atau menimbulkan bau tidak sedap, penting untuk segera membuangnya dan menggantinya dengan minyak goreng yang baru.
3. Bagi Konsumen, diimbau untuk menggunakan minyak goreng secara bijak dan memperhatikan komposisi minyaknya. Memilih minyak yang kaya nilai gizi, seperti yang mengandung omega 3,6, dan 9, dapat membantu mencegah berbagai masalah kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriadi. 2019. *Analisis Permintaan Minyak Goreng Rumah Tangga di Kecamatan Tapung Hilir Kabupaten Kampar*. Skripsi. Universitas Islam Riau Pekanbaru.
- Ardhany, S. D., dan Lamsiyah. 2018. Tingkat Pengetahuan Pedagang Warung Tenda di Jalan Yos Sudarso Palangkaraya Tentang Bahaya Penggunaan Minyak Jelatah Bagi Kesehatan. *Jurnal Surya Medika*, 3(2): 62-70.
- Astuty, D. E., Fauzi, T., & Usman, M. 2018. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Rumah Tangga terhadap Minyak Goreng Curah di Gampong Lamtimpeung Kecamatan Darussalam Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 3(2), 145-159.
- Badan Pusat Statistik. 2021. *Harga Konsumen/Eceran Minyak Goreng di Kota Bandung (Rupiah), 2020-2021*. Bandung : BPS.
- Badan Pusat Statistik. 2022. *Rata-rata Pengeluaran Minyak Goreng per Kapita Sebulan Penduduk Indonesia, 2018-2022*. Jakarta: BPS.
- Badan Pusat Statistik. 2022. *Jumlah Penduduk Indonesia Bekerja di Sektor Pertanian*. Jakarta: BPS.
- Basri, A. 2019. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli Di Kota Medan*. *Sifonoforos*, 1(August 2015), 2019.
- Bukhori, M., & Ekasari, T. 2017. Faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian minyak goreng Bimoli pada ibu rumah tangga Desa Kebonagung Kecamatan Purworejo Kota Pasuruan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2), 11-19.
- Eny Ivan's, & Novita. 2022. Analisis Preferensi Konsumen Pada Minyak Goreng Kemasan (Studi Kasus Di Kecamatan Purbolinggo Lampung Timur). *Jurnal Prodi Agribisnis*, 3(2), 31-42.
- Fitriyah, A. 2022. Pengaruh Psikolog Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Blackberry. *Jurnal Universitas Tarumanegara*. Vol. 3 (2): 113-120.
- Fredereca, Chairy 2018. Perilaku Konsumen Minyak Goreng Curah Dan Minyak Goreng Kemasan Di Kabupaten Jember. *Jurnal Skripsi Universitas Jember* 4(3), 16-23.
- Hanum, N. 2017. Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(2), 107-116.

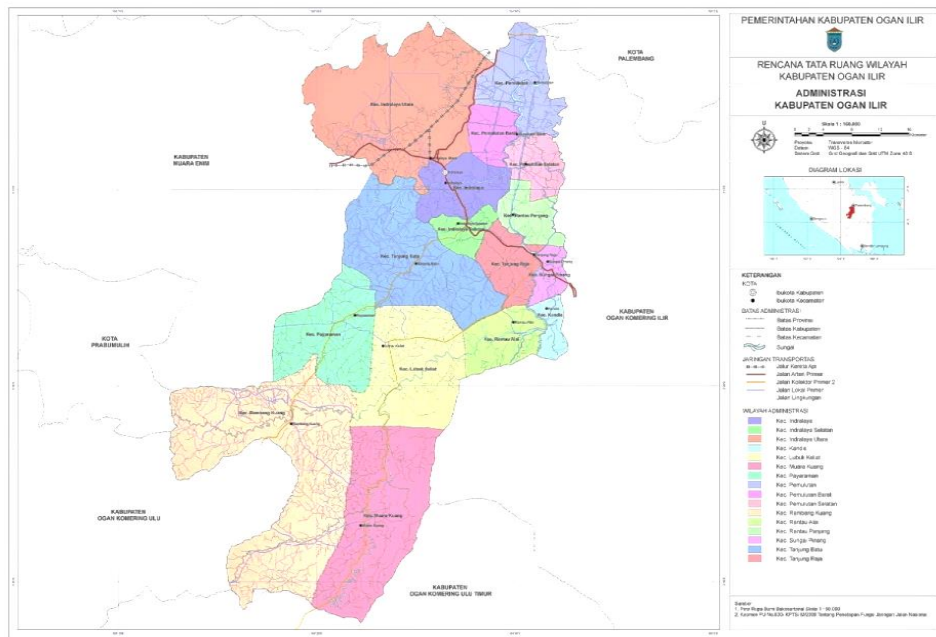
- Harap, J., dan Yullia. 2018. Potensi Pemanfaatan Limbah Minyak Jelantah Kota Banda Aceh sebagai Sumber Energi Alternatif (Biodiesel). *Journal of Islamic Science and Technology*, 4(2) 51-64.
- Helbawanti, O., Saputro, W. A., & Ulfa, A. N. 2021. Pengaruh harga bahan pangan terhadap inflasi di Indonesia. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 5(2), 107-116.
- Jusuf, C. I., Indriani, R., & Adam, E. 2023. Faktor sosial ekonomi masyarakat dan pola konsumsi minyak goreng di kelurahan pulubala kota gorontalo. *Jurnal Ilmiah Mmembangun Desa Dan Pertanian*, 8(6), 223–233.
- Kasim, K. T. 2014. Analisis Komparatif Selera Konsumen Perkotaan Dengan Perdesaan Terhadap Pembelian Selendang Gendongan Bayi Merk Badawi Traso Warna Merah: Studi Kasus Pada UD. Sinar Baru Lumajang dan UD Hj. Farida Yosowilangun Lumajang. *WIGA: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 4(1), 61-70
- Kemendag. 2023. Laporan Analisis Perkembangan Harga Domestik dan Internasional. In *Kementerian Perdagangan Harga Domestik dan Internasional*.
- Krisanti, M. A. 2019. Analisis Penyebab dan Solusi Rekonsiliasi Finished Goods Menggunakan Hipotesis Statistik dengan Metode Pengujian Independent Sample T-Test di PT. Merck, Tbk. *Jurnal Tekno*, 16(2), 35-48.
- Kuncoro, E. D. 2013. Analisis Penyerapan Anggaran Pasca Penerapan Aplikasi Sipp Pada Satker Pelaksanaan Jalan Nasional Wil. I Dinas Pu Prov. Kaltim. *E-Journal Administrasi Bisnis*, 1(4), 364-373.
- Kurnia, Tommy. 2019. 50 Persen Masyarakat Masih Mengonsumsi Minyak Goreng Curah. Diambil dari <https://www.merdeka.com/uang/50-persenmasyarakat-masih-konsumsi-minyak-goreng-curah.html>. Diakses pada 10 Desember 2023.
- Kusnandi, E. 2018. *Studi Potensi Pencemaran Lingkungan Akibat Limbah Minyak Jelantah di Kota Banda Aceh*. Skripsi Universitas Islam Negeri Ar- Raniry Banda Aceh.
- Kusuma, A. A. 2021. Pengurangan Limbah Minyak Jelantah dengan Pelatihan Pembuatan Sabun Cuci Cair Ekonomis di Kampung Sawah , Bogor. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 68–79.
- Kusumawaty, Y., Edwina, S., & Sifqiani, N. S. 2019. Sikap dan Perilaku Konsumen Minyak Goreng Curah dan Kemasan di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 3(2), 111–122.
- Kustiana, A. 2022. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Minyak goreng Kemasan di Desa Jemaras Kidul Kecamatan Klenganan. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

- Lestari. 2016. Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 (3): 43-50
- Maharani, M. D. 2021. Preferensi, Permintaan dan Kepuasan Rumah Tangga dalam Pembelian Minyak Goreng Kemasan di Kota Bandar Lampung. *Skripsi Jurusan Agribisnis Universitas Lampung*.
- Marurotin, N. *Studi Proses Pengolahan Minyak Goreng Di PT. Salim Ivomas Pratama Tbk Surabaya* (Doctoral dissertation, FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN).
- Mulyaningsih, & Hermawati. 2023. Sosialisasi Dampak Limbah Minyak Jelantah Bahaya Bagi Kesehatan dan Lingkungan. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 10(1), 61–65.
- Mutmainnah, E., Marwan, E., & Putri, E. L. 2022. Preferensi Konsumen terhadap Minyak Goreng Kemasan (Studi Kasus di Giant Ekspres Kota Bengkulu). *Jurnal AGRIBIS* 15(1), 1943–1963.
- Pinem, L. J., & Safrida. 2018. Analisis Faktor-faktor Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli di Kecamatan Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan. *Agriprimatech*, 1(2), 33–38.
- Puspitasari, D., Ogari, P. A., & Lastinawati, E. 2023. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Minyak Goreng Kemasan dan Minyak Goreng Curah di Kelurahan Sepancar Lawang Kulon*. *Mimbar Agribisnis*, 9(2), 2384–2393.
- Putri, A. D., & Setiawina, D. 2013. Pengaruh umur, pendidikan, pekerjaan terhadap pendapatan rumah tangga miskin di Desa Bebandem. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 2(4), 44604.
- Ramayanti, I., & Safri, H. 2016. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan untuk Memilih Berbelanja di Home Smart. *Jurnal Ecobisma*, 3(1), 11–23.
- Silvia, E. D., & Susanti, R. 2019. Analisis Konsumsi dan Tabungan Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 21(2), 154-164.
- Soekartawi. 2012. *Teori Ekonomi Produksi dengan Pokok Bahasan Analisis Fungsi Produksi Cob-Dounglas*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Sukirno dan Sadono. 2013. *Mikroekonomi Teori Pengantar* Edisi Ketiga. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sumarwan, U. 2014. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- Taufikurrahman, T. 2015. Alternative Dispute Resolution (Adr) Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 2(1), 22-43.
- Setiadi, Nugroho. J. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.
- Togatorop, R. P., Lestari, D. A. H., & Sayekti, W. D. (2022). Analisis Sikap, Loyalitas, dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pembelian Minyak Goreng Kemasan Bimoli dan Sania di Pasar Tradisional di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 10(1), 116-123.
- Utami, H. N. dan Chaeriyah, A. 2019. Customer Centricity: Kepuasan Konsumen Melalui Nilai Pelanggan Berdasarkan Value-In-Use terhadap Kualitas Produk Sayur Organik (Studi kasus di Ujenk Mart Bandung, Jawa Barat). *Agricore Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 3(1).
- Widya, L., Zargustin, D., & Putri, A. 2022. Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Pembelian Minyak Goreng Kemsana (Studi Kasus Di Toko Dilka) Kota Pekanbaru. *Jurnal Agribisnis*, 24(2), 266-273.
- Yusuf, M., Farida, N., Toro, M. L., Maulana, A., Cahyani, C. A., Safitri, W. N., ... & Oktaria, R. 2023. Penerapan Matematika Pada Ilmu Ekonomi: Fungsi Permintaan Dan Penawaran. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 2(1), 232-342.
- Zuraidah, Harahap, G., & Saragih, F. H. 2020. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Minyak Goreng Curah di Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 1(1), 106-111.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Peta Lokasi Kelurahan Indralaya Indah Kabupaten Ogan Ilir



Sumber: Kantor Kelurahan Indralaya Indah

Lampiran 2. Karakteristik Responden Penelitian

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Jml Anggota Keluarga (orang)	Pend. Formal	Pendapatan (Rupiah)
1.	Putri	P	27	3	SMK	2700000
2.	Kartini	P	33	3	D3	2300000
3.	Restianti	P	47	2	SMP	2000000
4.	Marpoah	P	52	2	SD	1600000
5.	Zubaidah	P	56	1	SMA	1500000
6.	Sammiah	P	50	2	SMA	1900000
7.	Ani	P	50	3	SMA	2800000
8.	Fitri	P	34	2	SMA	2300000
9.	Napsiah	P	58	1	SD	1800000
10.	Febri	P	32	4	S1	2800000
11.	Leni	P	43	3	SMA	2400000
12.	Sofiah	P	39	2	SMA	1900000
13.	Indri	P	49	3	SMA	2600000
14.	Jasmin	P	20	4	SMK	2600000
15.	Amrilla	L	30	3	SMA	2600000
16.	Tumira	P	45	4	SD	2500000
17.	Imam	L	60	2	SD	1800000
18.	Henny	P	50	1	SMA	1800000
19.	Afrizal	L	59	4	SD	2400000
20.	Yudha	L	29	3	SMA	2500000
21.	Ana	P	54	4	SD	2600000
22.	Eli	P	31	3	SMA	2000000
23.	Eka	P	50	3	SMA	2300000
24.	Rusmila	P	45	3	SD	2500000
25.	Zandarlah	P	53	4	SD	2800000
26.	Wati	P	54	1	SMP	1800000
27.	Puput	P	27	3	SMA	3000000
28.	Yeni	P	40	4	SMP	3500000
29.	Fitria	P	38	4	S1	5300000
30.	Wati	P	56	3	S1	4300000
31.	Salmah	P	46	5	S1	5000000
32.	Ria wulan	P	35	5	S1	3800000
33.	Widyasari	P	36	4	S1	4700000
34.	Desti	P	41	5	D3	4500000
35.	Teta	P	49	4	S1	5000000
36.	Nailul	P	25	3	S1	4500000
37.	Sahati	P	55	4	SMA	3300000
38.	Ely	P	54	4	S1	5000000

Lampiran 3. Karakteristik Responden Penelitian (Lanjutan)

No	Waktu Pembelian	Jumlah Pembelian (Liter)	Harga (Rupiah)	Frekuensi Penggunaan	Jumlah Penggunaan (Gram)
1.	Setiap 2 minggu	2	15'000	1	250
2.	Setiap 2 minggu	2	16'000	1	250
3.	Setiap Bulan	4	15'000	1	250
4.	Setiap Bulan	3	16'000	2	250
5.	Setiap Bulan	2	15'000	2	250
6.	Setiap Bulan	3	15'000	2	250
7.	Setiap Bulan	4	16'000	1	250
8.	Setiap Bulan	4	15'000	2	250
9.	Setiap Bulan	2	16'000	2	220
10.	Setiap Bulan	4	15'000	2	500
11.	Setiap Bulan	2	15'000	2	250
12.	Setiap Bulan	4	15'000	2	250
13.	Setiap Bulan	2	16'000	3	500
14.	Setiap Bulan	2	15'000	2	250
15.	Setiap Bulan	2	16'000	3	500
16.	Setiap Bulan	2	15'000	3	500
17.	Setiap Bulan	2	15'000	2	500
18.	Setiap Bulan	2	16'000	3	500
19.	Setiap Bulan	5	15'000	3	500
20.	Setiap 2 minggu	2	16'000	3	1'000
21.	Setiap Bulan	2	15'000	3	250
22.	Setiap Bulan	3	15'000	3	250
23.	Setiap Bulan	2	15'000	3	250
24.	Setiap Bulan	4	16'000	3	500
25.	Setiap Bulan	5	15'000	3	250
26.	Setiap Bulan	2	15'000	3	500
27.	Setiap Bulan	3	16'000	3	250
28.	Setiap Bulan	3	17'000	2	250
29.	Setiap Bulan	2	17'000	2	220
30.	Setiap Bulan	3	17'000	2	220
31.	Setiap Bulan	3	17'000	2	250
32.	Setiap 2 minggu	2	18'000	2	500
33.	Setiap 2 minggu	2	18'000	2	500
34.	setiap bulan	6	17'000	2	220
35.	Setiap Bulan	4	17'000	3	500
36.	setiap bulan	5	18'000	3	500
37.	Setiap Bulan	4	18'000	3	500
38.	Setiap Bulan	5	17'000	4	250

Lampiran 4. Perbedaan Karakteristik Menggunakan Uji T-Test

a. Nilai Median, Mean Pada Minyak Goreng Kemasan dan Minyak Goreng Curah

Group Statistics

Umur	curah	27	2,67	1,038	0,200
	kemasan	11	2,73	1,009	0,304
JK	curah	27	1,15	0,362	0,070
	kemasan	11	1,00	0,000	0,000
Pendidikan	curah	27	2,44	1,086	0,209
	kemasan	11	4,45	1,036	0,312
Pendapatan	curah	27	1,04	0,620	0,119
	kemasan	11	2,00	0,539	0,163
Pekerjaan	curah	27	1,07	0,267	0,051
	kemasan	11	1,64	0,505	0,152
JAK	curah	27	1,70	0,542	0,104
	kemasan	11	4,64	1,502	0,453

b. Nilai Uji T dan Signifikan Pada Minyak Goreng

		t	Sig. (2-tailed)
Umur	Equal variances assumed	-0,165	0,870
	Equal variances not assumed	-0,167	0,869
JK	Equal variances assumed	1,346	0,187
	Equal variances not assumed	2,126	0,043
Pendidikan	Equal variances assumed	-5,241	0,000
	Equal variances not assumed	-5,349	0,000
Pendapatan	Equal variances assumed	-1,132	0,265
	Equal variances not assumed	-1,202	0,243
Pekerjaan	Equal variances assumed	-4,498	0,000
	Equal variances not assumed	-3,502	0,004
JAK	Equal variances assumed	-8,955	0,000
	Equal variances not assumed	-6,313	0,000

Lampiran 5. Hasil Analisis Regresi Faktor Determinan Permintaan Konsumen Minyak Goreng

a. Nilai R Square Pada Hasil SPSS

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,828 ^a	0,686	0,625	0,14894

a. Predictors: (Constant), Kategori Migor, Kesadaran Kesehatan, Jumlah Anggota Keluarga, PENDIDIKAN, PENDAPATAN, HARGA

b. Dependent Variable: PERMINTAAN

b. Nilai Anova Pada Hasil SPSS

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.499	6	.250	11.266	.000 ^b
	Residual	.688	31	.022		
	Total	2.187	37			

a. Dependent Variable: PERMINTAAN

b. Predictors: (Constant), Kategori Migor, Kesadaran Kesehatan, Jumlah Anggota Keluarga, PENDIDIKAN, PENDAPATAN, HARGA

Lampiran 6. Hasil Analisis Regresi Faktor Determinan Permintaan Konsumen Minyak Goreng (Lanjutan)

a. Hasil Output Faktor Determinan Permintaan Konsumen Minyak Goreng

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,458	6,934		0,643	0,525		
PENDIDIKAN	-0,774	0,146	-1,031	-5,320	0,000	0,270	3,702
PENDAPATAN	0,398	0,139	0,703	2,860	0,008	0,168	5,947
Jumlah Anggota Keluarga	0,049	0,054	0,159	0,903	0,373	0,328	3,051
HARGA	-0,773	0,696	-0,279	-1,111	0,275	0,161	6,225
Kesadaran Kesehatan	0,280	0,114	0,426	2,466	0,019	0,340	2,943
Kategori Migor	-0,54	0,164	-0,292	-0,940	0,354	0,105	9,488

a. Dependent Variable: PERMINTAAN

Lampiran 7. Hasil Analisis Regresi Faktor Determinan Permintaan Konsumen Minyak Goreng (Lanjutan)

a. Nilai Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Sig.	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1 (Constant)	0,525		
PENDIDIKAN	0,000	0,270	3,702
PENDAPATAN	0,008	0,168	5,947
HARGA	0,275	0,161	6,225
JUMLAH ANGGOTA KELUARGA	0,373	0,328	3,051
Kesadaran Kesehatan	0,019	0,340	2,943
Kategori migor	0,354	0,105	9,488

b. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		38
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,13632667
Most Extreme Differences	Absolute	0,119
	Positive	0,119
	Negative	-0,068
Test Statistic		0,119
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,196 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 8. Frekuensi dan Volume Jumlah Penggunaan

Frekuensi Penggunaan (Kali)	Jlh penggunaan (Mililiter)
1	250
1	250
1	250
2	250
2	250
2	250
1	250
2	250
2	220
2	500
2	250
2	250
3	500
2	250
3	500
3	500
2	500
3	500
3	500
3	1'000
3	250
3	250
3	250
3	500
3	250
3	500
3	250
2	250
2	220
2	220
2	250
2	500
2	500
2	220
3	500
3	500
3	500
4	250

Lampiran 9. Frekuensi dan Volume Jumlah Penggunaan (Lanjutan)

a. Hasil Volume Penggunaan Dan Frekuensi Penggunaan

Statistics		
	Volume Penggunaan Setiap Kali Memasak (Milliter)	Frekuensi Penggunaan (kali)
N	Valid	38
	Missing	0
	Mean	2,37
	Median	2,00
	Std. Deviation	0,704
	Minimum	1
	Maximum	5

b. Hasil Output Jumlah Penggunaan

Jumlah Penggunaan Setiap Kali Memasak (Mililiter)				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	200	5	13,16	13,16
	250	18	47,37	47,37
	500	14	36,84	36,84
	1000	1	2,63	2,63
	Total	38	100,0	100,0

c. Hasil Output Jumlah Penggunaan

Frekuensi Penggunaan (Kali)				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1	4	10,53	10,53
	2	18	47,37	47,37
	3	15	39,47	39,47
	4	4	2,63	2,63
	Total	38	100,0	100,0

Lampiran 10. Tempat Pembuangan dan Penangan Limbah Minyak Goreng

Penanganan Limbah	Tempat Membuang Limbah
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
di tampung ditempat tertetntu	Saluran Pembuangan
Lainya (tidak tersisa)	dicampurkan ke dalam sambal
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
di tampung ditempat tertetntu	dicampurkan ke dalam sambal
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
di tampung ditempat tertetntu	dicampurkan ke dalam sambal
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
di tampung ditempat tertetntu	dicampurkan ke dalam sambal
Langsung dibuang	Lobang dalam Tanah
di tampung ditempat tertetntu	Lobang dalam Tanah
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
di tampung ditempat tertetntu	Saluran Pembuangan
di tampung ditempat tertetntu	wastafel dapur
Langsung dibuang	Lobang dalam Tanah
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
Langsung dibuang	Lobang dalam Tanah
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
di tampung ditempat tertetntu	Saluran Pembuangan
Langsung dibuang	wastafel dapur
Langsung dibuang	wastafel dapur
Langsung dibuang	Saluran Pembuangan
Langsung dibuang	Lobang dalam Tanah
Langsung dibuang	wastafel dapur
Langsung dibuang	wastafel dapur

Lampiran 11. Tempat Pembuangan dan Penangan Limbah Minyak Goreng
(Lanjutan)

a. Hasil Penanganan Limbah Minyak Goreng

Penanganan Limbah Minyak Goreng

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Langsung dibuang	29	76,32	76,32
	Di tamping ditempat tertentu	8	21,05	21,05
	Tidak tersisa	1	2,63	2,63
	Total	38	100,0	100,0

b. Hasil Output Nilai Tempat Pembuangan Minyak Goreng

Tempat Pembuangan Minyak Goreng

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Saluran Pembuangan	23	60,53	60,53
	wastafel dapur	8	21,05	21,05
	Lobang dalam Tanah	4	10,53	10,53
	dicampurkan ke dlm sambal	3	7,89	7,89
	Total	38	100,0	100,0

Lampiran 12. Wawancara Terhadap Responden Konsumsi Minyak Goreng

