

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMBELI DAGING AYAM BROILER  
DI PASAR TRADISIONAL KOTA SEMARANG, JAWA TENGAH**  
*(Analysis of Consumer Preferences in Purchasing Broiler Meat Chicken at  
Traditional Market in Semarang City, Central Java)*

**<sup>1</sup>Kirana Ayu, Agus Setiadi<sup>2</sup>, Titik Ekowati<sup>2</sup>**

Program Studi S1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas  
Diponegoro, Tembalang, Semarang 50275 – Indonesia  
Email : Kiranaayu.ayu@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atribut daging ayam yang menjadi preferensi konsumen dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli daging ayam broiler di pasar tradisional Kota Semarang. Penelitian dilakukan pasar Johar, Rejomulyo, Karangayu dan Peterongan pada bulan Maret-April 2020. Metode penelitian menggunakan metode survei dengan wawancara berdasarkan daftar pertanyaan pada kuesioner. Responden berjumlah 100 orang dipilih dengan menggunakan metode Non Probability Sampling. Data penelitian dianalisis menggunakan analisis Konjoin dan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian kombinasi atribut yang paling disukai konsumen adalah daging ayam yang memiliki ukuran daging sedang, warna daging yang putih kekuningan (tidak pucat), tekstur daging yang kenyal, bagian daging dada dan harga berkisar antara Rp 27.000 – Rp 30.000. Berdasarkan kepentingan relatif atribut yang paling diprioritaskan oleh konsumen adalah ukuran daging, warna daging, bagian daging dan harga. Faktor yang mempengaruhi konsumsi daging ayam secara parsial yaitu pendapatan, jumlah anggota keluarga, selera, harga daging ayam broiler dan harga daging sapi sedangkan faktor pendidikan tidak berpengaruh terhadap konsumsi daging ayam broiler.

**Kata kunci: Analisis konjoin, atribut, daging ayam, faktor, preferensi konsumen**

**ABSTRACT**

*The aims of this study was to analyze consumer preferences of the chicken meat attribute and to analyze the factors that affecting consumer to broiler meat chicken in traditional market of Semarang City. Study was conducted at Johar, Rejomulyo, Karangayu and Peterongan market on Maret-April 2020. Survey method was used in this study by deep interview supported by questionnaire. 100 respondents were selected by Non Probability Sampling method. Data were analyzed with conjoint analysis and multiple regression analysis. Result showed that attribute combination that consumers prefer of chicken meat were medium size meat, the color was not pale, chewy chicken meat texture, chicken breast part and the price between IDR 27,000.00 – 30,000.00. Consumers priority in purchasing chicken meat respectively were meat size, meat color, the part of meat and price. In partial, income, the number of families, broiler meat chicken prices and beef prices were the factors that significantly influenced to consume broiler meat chicken. Meanwhile education did not significantly affecting to consume of broiler meat chicken.*

**Keywords: Attribute, conjoint analysis, chicken meat, consumer preferences, factor**

## PENDAHULUAN

Manusia memiliki tiga kebutuhan pokok, yaitu sandang, pangan dan papan. Kebutuhan pangan adalah kebutuhan yang paling utama bagi manusia. Pangan dibutuhkan manusia baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas adalah banyaknya asupan pangan yang dibutuhkan oleh manusia, sedangkan secara kualitas adalah kandungan gizi yang terdapat dalam bahan makanan yang dikonsumsi. Pangan yang bermutu, bergizi, dan berimbang merupakan suatu syarat utama bagi kepentingan kesehatan, kemakmuran, dan kesejahteraan rakyat.

Kota Semarang merupakan ibu kota Provinsi Jawa Tengah yang mempunyai jumlah penduduk 1,8 juta jiwa dan terus meningkat setiap tahunnya (Badan Pusat Statistik, 2020). Besarnya jumlah penduduk seharusnya diikuti pula dengan kesadaran masyarakat dalam pemenuhan gizi terutama dalam pemenuhan protein hewani. Salah satu sumber pangan protein hewani yang mudah ditemukan dimanapun dan memiliki harga yang relatif lebih murah adalah daging ayam broiler. Daging ayam broiler merupakan sumber bahan pangan hewani yang mengandung gizi yang cukup tinggi berupa protein dan energi, serta mengandung lebih sedikit lemak dan kolesterol dibandingkan dengan daging sapi (Jayasena et al., 2013). Protein yang terkandung dalam 100 gram daging ayam broiler yaitu sebanyak 18,2 gram, lemak yang terkandung sebanyak 25 gram dan energi yang terkandung sebanyak 298 kkal (Kementrian Kesehatan RI, 2019).

Konsumsi daging ayam broiler di Indonesia dalam rumah tangga mengalami kenaikan dari 3,98 kg perkapita/tahun pada tahun 2014 menjadi

5,56 kg perkapita/tahun pada tahun 2018. Konsumsi broiler pada Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2014-2018 juga mengalami kenaikan setiap tahunnya, pada tahun 2014 konsumsi daging ayam broiler pada Provinsi Jawa Tengah sebesar 3,17 kg/kapita/tahun dan pada tahun 2018 meningkat hingga mencapai 4,77 kg/kapita/tahun (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2019). Kesadaran akan kebutuhan terhadap pemenuhan protein terutama protein hewani mendorong masyarakat untuk membeli daging ayam broiler dengan kualitas yang bagus.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung dimana biasanya terjadi proses tawar-menawar. Peningkatan konsumsi masyarakat terhadap daging ayam broiler mengakibatkan banyaknya penjual dengan produk yang sama sehingga kecil kemungkinannya untuk para pedagang mendapatkan banyak pelanggan karena persaingan yang ketat (Pramudyo, 2014.). Pedagang pasar dalam upaya memenuhi kebutuhan penduduk Kota Semarang terhadap daging ayam broiler serta agar dapat bersaing dengan pedagang lainnya, perlu mempertimbangkan hal-hal yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli daging ayam broiler dan faktor apa saja yang mempengaruhinya, karena sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, konsumen akan memperhatikan kualitas dari makanan yang akan dibeli.

Kualitas daging ditentukan oleh empat faktor, yaitu jumlah mikroba daging, komposisi kimiawi, sifat-sifat fisik dan nilai pemuas (*eating quality*). Diantara empat faktor tersebut, konsumen akan lebih mengutamakan faktor sifat fisik dan

*eating quality* dibandingkan dengan dua faktor lainnya. Menurut Marlina et al. (2012) *eating quality* lebih menuntut adanya kepekaan indra manusia yang meliputi: penglihatan, penciuman, pencicipan dan sentuhan, sebab *eating quality* meliputi penerimaan terhadap warna, bau, rasa, tekstur dan penerimaan terhadap daging secara keseluruhan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dipilih atribut dalam penelitian ini meliputi warna, tekstur, ukuran daging, bagian daging dan harga daging ayam.

Konsumen dalam membeli daging ayam tidak hanya melihat dari segi atribut yang melekat pada produk itu saja, namun juga dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang diamati dalam penelitian ini meliputi faktor pendapatan, jumlah anggota keluarga, pendidikan, harga daging ayam dan harga daging sapi.

Preferensi konsumen merupakan tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk. Preferensi konsumen dapat menyediakan apa keinginan dan kebutuhan konsumen (Yasmin et al., 2017). Pengetahuan tentang preferensi konsumen dapat menguntungkan pihak pelaku agribisnis karena dapat lebih mudah menyediakan apa keinginan dan kebutuhan konsumen, dengan mengetahui apa yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen, maka dapat diputuskan bagaimana strategi pengembangan yang akan dilakukan sehingga konsumen merasa puas akan produk yang diberikan sehingga penting sekali bagi produsen dan pemasar dalam menyediakan daging ayam sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Menganalisis atribut daging ayam yang menjadi preferensi konsumen dan atribut

yang paling dipentingkan konsumen dalam membeli daging ayam di pasar tradisional Kota Semarang.2) Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi daging ayam di pasar tradisional Kota Semarang. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan pertimbangan mengenai atribut yang menjadi preferensi konsumen dan atribut yang paling menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian daging ayam broiler.

## METODE PENELITIAN

### Waktu dan Tempat

Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari 2020 s/d Maret 2020 yang berlokasi di beberapa pasar yang ada di Kota Semarang yaitu, Pasar Johar, Pasar Rejomulyo, Pasar Peterongan dan Pasar Karangayu. Penentuan lokasi tersebut dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa keempat pasar tersebut merupakan jenis pasar kota, sehingga dapat mewakili Kota Semarang.

### Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Sampel ditentukan menggunakan metode *non probability sampling*. Jenis metode *non probability sampling* yang digunakan adalah *Accidental sampling*. Responden yang dipilih sebagai sumber data yaitu responden yang sudah berumur diatas 17 tahun dan mampu memberikan informasi yang dikehendaki, karena responden memang memiliki informasi tersebut dan responden memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Kriteria responden yaitu konsumen yang membeli daging ayam bagian sayap, dada dan paha karena bagian tersebut merupakan bagian karkas yang paling sering dibeli oleh konsumen, serta konsumen yang

membeli daging ayam untuk dikonsumsi sendiri. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data melalui wawancara dengan bantuan kuesioner.

Analisis data menggunakan analisis *Conjoint* dan analisis regresi linier berganda. Analisis *Conjoint* digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen dalam membeli daging ayam broiler di pasar tradisional Kota Semarang, Jawa

Tengah. Sebelum melakukan analisis, perlu untuk menentukan taraf dari masing-masing atribut yang telah dipilih. Jumlah taraf dari suatu atribut akan mempengaruhi jumlah stimuli yang akan dievaluasi oleh responden. Jumlah atribut dan taraf dibatasi untuk mendapatkan hasil yang akurat dan mempermudah responden dalam mengevaluasi stimuli. Atribut dan taraf yang digunakan disajikan pada tabel 1.

**Tabel 1. Identifikasi Taraf Berdasarkan Atribut**

Atribut	Taraf	Keterangan
Harga (Rp)	1	27.000 - 30.000
	2	>30.000
Warna	1	Pucat
	2	Putih kekuningan (cerah)
Tekstur	1	Kenyal
	2	Lembek
Ukuran	1	Kecil
	2	Sedang
	3	Besar
Bagian daging	1	Dada
	2	Paha
	3	Sayap

Sumber: Ismanto, et al. (2018)

Jumlah stimuli yang terbentuk pada metode *full profile* yaitu sebanyak  $2 \times 2 \times 2 \times 3 \times 3 = 72$  stimuli/kartu. Stimuli/kartu yang sangat banyak menyebabkan responden mengalami kesulitan dalam mengevaluasi atribut sebuah produk, oleh karena itu dilakukan pengurangan stimuli. Pengurangan stimuli dilakukan menggunakan program SPSS dan didapatkan hasil reduksi menjadi 16 stimuli/kartu.

Model Analisis *Conjoint* pada Ary (2015):

$$U(X) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^k \beta_{ij} X_{ij}$$

Dimana:

$U(X)$  = keseluruhan utilitas dari alternatif

$b_{ij}$  = *utility* dari faktor ke  $i$  ( $i=1,2,\dots,m$ ) dan faktor ke  $j$  ( $j=1,2,\dots,k$ )

$k_i$  = nomer level pada atribut  $i$

$m$  = jumlah atribut

$X_{ij}$  = 1 apabila level  $j$  dari atribut  $i$ ; dan 0 kalau tidak dipilih.

Nilai utilitas adalah nilai yang menunjukkan tingkat kesukaan konsumen, apabila nilai utilitas bernilai positif artinya konsumen menyukai atribut produk tersebut namun jika nilai utilitas negative artinya konsumen kurang suka dengan atribut produk tersebut (Ary, 2015)

Tingkat kepentingan atribut ke-i ( $W_i$ ), dapat ditentukan melalui persamaan berikut:

$$U(X) = \left( \frac{I_i}{\sum_{i=1}^m I_i} \right) \times 100 \%$$

Dimana:

$I_i = \{\max(a_{ij}) - \min(a_{ij})\}$ , untuk masing-masing  $i$

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi daging ayam broiler. Model regresi linier berganda untuk populasi dapat ditunjukkan sebagai berikut

$Y = a_0 + X_1 a_1 + X_2 a_2 + X_3 a_3 + X_4 a_4 + e$  (Lawendatu et al., 2014)

Dimana:

$Y$  = Konsumsi daging ayam (kg/rumah tangga/bulan)

$a$  = Konstanta

$i$  = Koefisien regresi variabel ke- $i$  ( $i = 1, 2, \dots, 4$ )

$X_1$  = Pendapatan (Rp/bulan)

$X_2$  = Jumlah anggota keluarga (orang)

$X_3$  = Pendidikan (tahun)

$X_4$  = Harga daging ayam (Rp/kg)

$X_5$  = Harga daging sapi (Rp/kg)

$e$  = Penyimpangan (error)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden ditentukan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan, jumlah anggota keluarga dan frekuensi konsumsi.

**Tabel 2. Jumlah dan Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
		---orang---	---%---
1.	Laki-laki	18	18
2.	Perempuan	82	82
	Total	100	100

Sumber : Data Primer diolah (2020)

Tabel 2. menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 82%. Responden perempuan lebih banyak dibanding dengan responden laki-laki karena pada umumnya perempuan lebih

sering berbelanja di pasar tradisional dan perempuan cenderung lebih memperhatikan kebutuhan serta kesehatan keluarganya sedangkan untuk laki-laki sangat jarang turut serta dalam berbelanja di pasar tradisional.

**Tabel 3. Jumlah dan Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Persentase
	---tahun---	---orang---	---%---
1.	20-30	19	19
2.	31-40	55	55
3.	41-50	14	14
4.	51-60	10	10
5.	> 60	2	2
	Total	100	100

Sumber : Data Primer diolah (2020)

Usia responden pada Tabel 3. dapat dilihat bahwa responden yang membeli daging ayam di pasar tradisional Kota Semarang didominasi oleh usia 31 – 40 tahun sebanyak 55 orang dan rata-rata usia responden yaitu 36,88 ≈ 37. Usia pada rentang 31 – 40 tergolong

dalam usia yang produktif. pada usia produktif responden akan lebih mudah menyerap informasi yang diperoleh, diantaranya yaitu informasi mengenai pentingnya konsumsi protein hewani untuk menjaga kesehatan tubuh (Putong et al., 2020)

**Tabel 4. Jumlah dan Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
		---orang---	---%---
1.	SD	7	7
2.	SMP	4	4
3.	SMA	49	49
4.	Diploma	7	7
5.	S1	26	26
6.	S2	7	7
Total		100	100

Sumber : Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4. dapat dilihat bahwa sebagian besar responden berpendidikan sampai dengan SMA yaitu sebanyak 49 orang atau sebesar 49% dan merupakan persentase tertinggi dibandingkan dengan tingkat pendidikan lainnya. Pendidikan diperlukan agar seseorang lebih tanggap terhadap

informasi yang berada pada lingkungannya terutama masalah gizi. Pendidikan seseorang berhubungan dengan perilaku pembeliannya terhadap suatu produk. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin tinggi pula kebutuhan yang ingin dipenuhinya (Osak et al., 2014).

**Tabel 5. Jumlah dan Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase
	---Rp---	---orang---	---%---
1.	≤ 1.000.000	14	14
2.	>1.000.000 – 2.000.000	26	26
3.	>2.000.000 – 3.000.000	28	28
4.	>3.000.000 – 4.000.000	19	19
5.	>4.000.000	13	13
Total		100	100

Sumber : Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 5. dapat dilihat bahwa sebagian besar responden memiliki pendapatan, >Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 28 orang. Rata-rata pendapatan responden pada penelitian ini yaitu sebesar Rp 2.739.000. Nilai rata-rata tersebut sedikit lebih besar

jika dibandingkan dengan Upah Minimum Kota (UMK) Semarang. Berdasarkan Keputusan Gubernur Jawa Tengah Nomor 560/58 tahun 2019 diketahui bahwa UMK Kota Semarang sebesar Rp 2.715.000.



**Tabel 6. Jumlah dan Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga**

No	Anggota Keluarga	Jumlah	Persentase
	---orang---	---orang---	---%---
1.	1	3	3
2.	2	15	15
3.	3	38	38
4.	4	24	24
5.	> 4	20	20
Total		100	100

Sumber : Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan data yang tertera pada Tabel 6. dapat dilihat bahwa jumlah anggota keluarga responden sebagian besar memiliki tiga orang anggota keluarga. Jumlah responden yang memiliki 3 anggota keluarga yang masih tinggal dalam satu rumah yaitu sebanyak 38% dan rata-rata jumlah anggota keluarga responden adalah  $3,5 \approx 4$  orang

dalam satu rumah. Semakin banyak jumlah anggota keluarga yang terdapat dalam suatu keluarga maka jumlah daging ayam yang dibeli juga akan semakin banyak. Keluarga menjadi daya tarik untuk anggota keluarga lainnya karena keluarga memiliki peran dalam pengambilan keputusan pembelian produk dan jasa (Kastalani et al., 2017)

**Tabel 7. Jumlah dan Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Konsumsi Daging Ayam Perbulan**

No	Konsumsi	Jumlah	Persentase
	---kg/bulan---	--orang--	---%---
1.	< 2	55	55
2.	2 – 4	43	43
3.	> 4	2	2
Total		100	100

Sumber : Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan data yang tertera pada Tabel 7. dapat dilihat bahwa sebagian besar responden mengatakan bahwa keluarganya mengkonsumsi daging ayam broiler < 2 kg/bulan. Konsumsi daging ayam pada penelitian ini merupakan konsumsi daging ayam per rumah tangga/bulan kemudian diubah menjadi per kapita/bulan dengan membagi konsumsi daging ayam rumah tangga dengan jumlah anggota rumah tangga. Hasil yang diperoleh rata-rata konsumsi daging ayam broiler yaitu sebesar 0,6 kg/kapita/bulan. Rata-rata konsumsi daging ayam broiler nasional

tahun 2020 di perkirakan sebesar 0,55 kg/kapita/bulan berdasarkan data tersebut rata-rata konsumsi daging ayam broiler 100 responden sesuai dengan yang diperkirakan (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2019)

### Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen dalam membeli daging ayam di pasar tradisional Kota Semarang dapat diketahui melalui atribut yang dipilih konsumen dalam proses wawancara. Atribut tersebut terdiri dari harga, warna, tekstur, ukuran dan

bagian daging. Hasil analisis Konjoin mengenai preferensi konsumen dalam membeli daging ayam broiler di pasar

tradisional Kota Semarang dapat dilihat pada Tabel 8.

**Tabel 8. Hasil Analisis Konjoin**

Atribut	Keterangan	Utility Estimate	Std. Error
Harga (Rp)	27.000 – 30.000	0,070	0,059
	>30.000	-0,070	0,059
Warna daging	Putih kekuningan (cerah)	0,363	0,062
	Pucat	-0,363	0,062
Tekstur daging	Kenyal	0,343	0,059
	Lembek	-0,343	0,059
Ukuran daging	Besar	0,071	0,092
	Sedang	0,327	0,094
	Kecil	-0,398	0,079
Bagian daging	Dada	0,088	0,079
	Paha	-0,20	0,091
	Sayap	-0,68	0,091
(Constant)		2,590	0,065

Sumber : Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 8. diketahui bahwa atribut harga pada daging ayam yang berkisar antara Rp 27.000 – Rp 30.000 memiliki nilai utilitas positif 0,070 artinya konsumen lebih menyukai harga daging yang memiliki harga antara Rp 27.000 – Rp 30.000 dibanding dengan daging yang memiliki harga lebih dari Rp 30.000. Konsumen juga lebih menyukai daging ayam yang berwarna putih kekuningan, tekstur kenyal, ukuran daging sedang dan daging bagian dada. Nilai utilitas menunjukkan tingkat

kesukaan konsumen terhadap suatu produk, semakin tinggi nilai utilitas maka tingkat konsumen terhadap atribut akan semakin tinggi. Sesuai dengan pernyataan Ary (2015) bahwa nilai utilitas adalah nilai yang menunjukkan tingkat kesukaan konsumen, apabila nilai utilitas bernilai positif artinya konsumen menyukai atribut produk tersebut namun jika nilai utilitas negatif artinya konsumen kurang suka dengan atribut produk tersebut.

**Tabel 9. Importance Value Daging Ayam**

No.	Atribut	Persentase
		---%---
1.	Ukuran daging	26,989
3.	Warna daging	22,091
4.	Tekstur daging	20,793
5.	Bagian daging	20,725
6.	Harga	9,403

Sumber : Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 9. diketahui bahwa atribut yang paling penting pertama adalah ukuran daging dengan nilai 26,989%, kedua adalah warna daging dengan nilai 22,091%, ketiga

adalah bagian daging dengan nilai 20,725%, keempat adalah tekstur daging dengan nilai 20,793% dan kelima adalah harga daging dengan nilai 9,403%. *Importance value* menunjukkan tingkat



kepentingan konsumen, semakin tinggi nilai kepentingannya maka atribut tersebut paling mempengaruhi konsumen dalam membeli daging ayam.

#### **Atribut Ukuran Daging**

Atribut ukuran daging memiliki nilai *importance value* sebesar 26,989%. Nilai tersebut merupakan nilai yang paling tinggi diantara nilai *importance value* atribut lainnya, hal tersebut menunjukkan bahwa atribut ukuran daging merupakan atribut yang diutamakan oleh konsumen ketika membeli daging ayam dibandingkan dengan atribut lainnya. Hal tersebut sesuai dengan pendapat 'Ismanto et al. (2018) yang menyatakan bahwa selain tuntutan daging yang harus memiliki warna yang segar, faktor yang dianggap penting bagi sebagian besar konsumen adalah ukuran bobot daging.

#### **Atribut Warna Daging**

Atribut warna daging merupakan atribut kedua yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli daging ayam dengan nilai *importance value* sebesar 22,091%. Atribut warna daging merupakan salah satu indikator konsumen dalam melihat kualitas daging ayam yang akan dibeli. Hal ini sesuai dengan pendapat (Mayulu et al., 2019) yang mengatakan bahwa warna bahan pangan merupakan atribut yang mempengaruhi kualitas produk. Atribut warna daging sangat penting untuk diperhatikan serta selalu dipertimbangkan karena mempunyai pengaruh langsung terhadap kualitas dan kesegaran produk.

#### **Atribut Tekstur Daging**

Nilai kepentingan relatif atribut tekstur daging berada pada urutan ketiga dalam atribut preferensi pembelian ayam dengan nilai sebesar 20,793%. Tekstur daging dapat menunjukkan kualitas dari

daging apakah kondisi daging masih dalam keadaan segar atau tidak. Hal ini sesuai dengan pendapat 'Prayitno et al. (2010) yang mengatakan bahwa tekstur daging merupakan suatu sifat sensoris pada daging yang berkaitan dengan tingkat kehalusan daging yang berpengaruh terhadap kualitas daging.

#### **Atribut Bagian Daging**

Atribut bagian daging merupakan atribut keempat yang diperhatikan oleh responden dengan nilai kepentingan relatif atribut tersebut sebesar 20,725%. Konsumen sebelum membeli daging ayam memperhatikan bagian daging apa yang akan dibeli karena selera setiap individu berbeda-beda. Bagian daging terdapat tiga taraf, yaitu daging bagian dada, paha dan sayap. Dari ketiga taraf tersebut, daging bagian dada merupakan bagian daging yang disukai oleh konsumen karena mengandung daging yang cukup banyak. Hal ini sesuai dengan pendapat Winda et al. (2016) bahwa daging bagian dada diminati oleh konsumen karena banyak mengandung daging dan empuk, selain bagian dada, bagian paha atas juga diminati oleh konsumen daging ayam karena selain terdapat daging yang cukup banyak juga terdapat kulit yang menempel pada bagian ini. Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kwadzo et al., 2013) yang mengatakan bahwa konsumen lebih menyukai karkas utuh dibandingkan dengan bagian lainnya.

#### **Atribut Harga**

Atribut harga merupakan atribut yang paling terakhir diperhatikan oleh konsumen. Nilai kepentingan relatif atribut harga mendapatkan nilai yang paling kecil yaitu sebesar 9,403%. Harga daging ayam selalu mengalami kenaikan

dan penurunan harga yang tidak menentu, terutama pada hari perayaan besar seperti lebaran, tahun baru dan hari besar lainnya. Konsumen akan tetap membeli daging ayam apabila harga dan kualitas sebanding dengan apa yang didapatkan. Menurut pendapat 'Ismanto et al. (2018) harga merupakan nilai tukar produk untuk manfaat yang diberikan produk itu sendiri. Daging yang segar dan besar akan lebih menarik perhatian konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli daging

tersebut dengan harga yang menurut konsumen wajar dan terjangkau. Atribut harga sering dipentingkan konsumen sebelum pembelian daging ayam dikarenakan harga yang selalu naik turun.

### Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Daging Ayam di Kota Semarang

Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi daging ayam broiler di Kota Semarang dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 9.

**Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	-1,661	0,781	
Pendapatan	0,132	0,037	0,302
Jumlah anggota keluarga	0,103	0,031	0,203
Pendidikan	-0,031	0,036	-0,069
Harga daging ayam	-3,923E-5	0,000	-0,262
Harga daging sapi	3,489E-5	0,000	0,442

Sumber : Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 10. diperoleh persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = -1,661 + 0,132 X_1 + 0,103 X_2 - 0,031 X_3 - 3,923 X_4 + 3,489 X_5 + e$$

Nilai koefisien regresi ( $R^2$ ) sebesar 0,694 atau 69,4% hal ini menunjukkan bahwa nilai Y yang dijelaskan oleh variabel-variabel X dalam penelitian ini (pendapatan (X1), jumlah

anggota keluarga (X2), pendidikan (X3), harga daging ayam broiler (X4) dan harga daging sapi (X5)) adalah sebesar 69,4%. Sedangkan nilai Y yang tidak dijelaskan oleh variabel X dalam penelitian ini adalah sebesar 30,6%, dengan kata lain 30,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

**Tabel 11. Hasil Analisis Uji F**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F.	Sig.
Regression	20,522	5	4,104	45,998	0,000
Residual	8,388	94	0,089		
Total	28,910	99			

Sumber : Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan hasil uji F yang telah dilakukan, diperoleh nilai F hitung sebesar 45,998 kemudian dibandingkan dengan nilai F tabel sebesar 2,47, F hitung > F tabel maka Ho ditolak dan H1 diterima yang berarti bahwa pendapatan (X1), jumlah anggota keluarga (X2), pendidikan (X3), harga daging ayam broiler (X4) dan harga daging sapi (X5) secara serempak berpengaruh nyata terhadap konsumsi daging ayam broiler

(Y). Menurut pendapat Ghozali (2011) jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  atau  $sig \leq 0,05$ , maka Ho ditolak yang berarti masing-masing variabel independent secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Kemudian jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$ , maka Ho diterima yang berarti masing-masing variabel independent secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 12. Hasil Analisis Uji t**

Variabel	Nilai Signifikansi	t hitung
Konstanta	0,036 *	-2,128
Pendapatan	0,001 **	3,541
Jumlah anggota keluarga	0,001 **	3,365
Pendidikan	0,392 ns	-0,859
Harga daging ayam broiler	0,000 **	-4,055
Harga daging sapi	0,000 **	6,248

Sumber : Data Primer diolah (2020)

Keterangan : ns = non signifikan

\* = signifikan pada taraf 1% ( $\alpha = 0,01$ )

\*\* = signifikan pada taraf 5% ( $\alpha = 0,05$ )

## DAFTAR PUSTAKA

- Ary, M. (2015). Menentukan Prioritas Pilihan Mahasiswa Dalam Memilih Kampus Menggunakan Analisis Conjoint. *Jurnal Informatika*, 2(2), 376–384.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Kota Semarang Dalam Angka. *BPS RI*. <https://semarangkota.bps.go.id/publication/2020/02/28/9eebc805c26f562bfc31d1f4/kota-semarang-dalam-angka-2020--penyediaan-data-untuk-perencanaan-pembangunan.html>
- Hadini, H. A., Ode B, L., & Aka, R. (2017). Pengaruh Faktor Sosial Ekonomi Terhadap Konsumsi Pangan Asal Ternak Di Kota Kendari. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Peternakan Tropis*, 4(2), 62–72.
- Ismanto, A., Julianda, T., & Mursidah. (2018). Analisis Sikap Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Produk Karkas Ayam Pedaging Segar Di Pasar Tradisional Kota Samarinda. *Jurnal Ilmu Peternakan Dan Veteriner Tropis*, 8(2), 71–82.
- Jayasena, D. D., Samooel, J., Hyun, J. K., Young S., Bae, H. I. Y., Jun H. L., & Jo, J. G. K. (2013). Comparison of Quality Traits of Meat from Korean Native Chickens and Broilers Used in Two Different Traditional Korean Cuisines. *Asian Australasian Journal of Animal Sciences*, 26(7), 1038–1046.

<https://doi.org/10.5713/ajas.2012.12684>

- Kastalani, Y. & Sularso, H. (2017). Analisis Pendapatan, Pendidikan dan Jumlah Anggota Keluarga Terhadap Pola Konsumsi Daging Ayam Broiler di Desa Sei Asam Kabupaten Kapuas, *Jurnal Ilmu Hewani Tropika*, 6(2), 48–51.
- Kementrian Kesehatan RI. (2019). Komposisi Pangan Indonesia. *Departemen Kesehatan RI*.
- Keputusan Gubernur Jawa Tengah Nomor 560/58 tahun 2019. *Tentang Upah Minimum pada Tiga Puluh Lima Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2020*. [https://www.academia.edu/41272664/SK\\_Gubernur\\_Jawa\\_Tengah\\_Nomor\\_560\\_58\\_Tahun\\_2019\\_tentang\\_Upah\\_Minimum\\_pada\\_35\\_Kabupaten\\_Kota\\_di\\_Provinsi\\_Jawa\\_Tengah\\_tahun\\_2020](https://www.academia.edu/41272664/SK_Gubernur_Jawa_Tengah_Nomor_560_58_Tahun_2019_tentang_Upah_Minimum_pada_35_Kabupaten_Kota_di_Provinsi_Jawa_Tengah_tahun_2020)
- Kurniawati, N., Junianto, J., & Rostini, I. (2017). Penambahan Daging Ikan Asal Waduk Cirata Terhadap Tingkat Kesukaan Kecimpring Singkong. *Jurnal Akuatika Indonesia*, 2(1), 64–70.
- Kwadzo, G. T. M., Dadzie, F., Osei-Asare, Y. B., & Kuwornu, J. K. M. (2013). Consumer Preference for Broiler Meat in Ghana. *International Journal of Marketing Studies*, 5(2), 66–73.
- Kyarisiima, C. C., Nagguja, F. A., Magala, H., Kwizera, H., Jo, D. R. K., & Bonabana, W. (2011). Perceived Tastes and Preferences of Chicken Meat in Uganda. *Livestock Research for Rural Development*, 23(11), 1–7.
- Ary, M. (2015). Menentukan Prioritas Pilihan Mahasiswa Dalam Memilih Kampus Menggunakan Analisis Conjoint. *Jurnal Informatika*, 2(2), 376–384.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Kota Semarang Dalam Angka. *BPS RI*. <https://semarangkota.bps.go.id/publication/2020/02/28/9eebc805c26f562bfc31d1f4/kota-semarang-dalam-angka-2020--penyediaan-data-untuk-perencanaan-pembangunan.html>
- Hadini, H. A., Ode B, L., & Aka, R. (2017). Pengaruh Faktor Sosial Ekonomi Terhadap Konsumsi Pangan Asal Ternak Di Kota Kendari. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Peternakan Tropis*, 4(2), 62–72.
- Ismanto, A., Julianda, T., & Mursidah. (2018). Analisis Sikap Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Produk Karkas Ayam Pedaging Segar Di Pasar Tradisional Kota Samarinda, *Jurnal Ilmu Peternakan Dan Veteriner Tropis*, 8(2), 71–82.

- Jayasena, D. D., Samooel, J., Hyun, J. K., Young S., Bae, H. I. Y., Jun H. L., & Jo, J. G. K. (2013). Comparison of Quality Traits of Meat from Korean Native Chickens and Broilers Used in Two Different Traditional Korean Cuisines. *Asian Australasian Journal of Animal Sciences*, 26(7), 1038–1046. <https://doi.org/10.5713/ajas.2012.12684>
- Kastalani, Y. & Sularso, H. (2017). Analisis Pendapatan, Pendidikan dan Jumlah Anggota Keluarga Terhadap Pola Konsumsi Daging Ayam Broiler di Desa Sei Asam Kabupaten Kapuas, *Jurnal Ilmu Hewani Tropika*, 6(2), 48–51.
- Kementrian Kesehatan RI. (2019). Komposisi Pangan Indonesia. *Departemen Kesehatan RI*.
- Keputusan Gubernur Jawa Tengah Nomor 560/58 tahun 2019. *Tentang Upah Minimum pada Tiga Puluh Lima Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2020*. [https://www.academia.edu/41272664/SK\\_Gubernur\\_Jawa\\_Tengah\\_Nomor\\_560\\_58\\_Tahun\\_2019\\_tentang\\_Upah\\_Minimum\\_pada\\_35\\_Kabupaten\\_Kota\\_di\\_Provinsi\\_Jawa\\_Tengah\\_tahun\\_2020](https://www.academia.edu/41272664/SK_Gubernur_Jawa_Tengah_Nomor_560_58_Tahun_2019_tentang_Upah_Minimum_pada_35_Kabupaten_Kota_di_Provinsi_Jawa_Tengah_tahun_2020)
- Kurniawati, N., Junianto, J., & Rostini, I. (2017). Penambahan Daging Ikan Asal Waduk Cirata Terhadap Tingkat Kesukaan Kecimpring Singkong. *Jurnal Akuatika Indonesia*, 2(1), 64–70.
- Kwadzo, G. T. M., Dadzie, F., Osei-Asare, Y. B., & Kuwornu, J. K. M. (2013). Consumer Preference for Broiler Meat in Ghana. *International Journal of Marketing Studies*, 5(2), 66–73.
- Kyarisiima, C. C., Naggujja, F. A., Magala, H., Kwizera, H., Jo, D. R. K., & Bonabana, W. (2011). Perceived Tastes and Preferences of Chicken Meat in Uganda. *Livestock Research for Rural Development*, 23(11), 1–7.
- Lawendatu, J. R., Kekenusa, J. S. K. & Hatidja, J. (2014). Regresi Linier Berganda Untuk Menganalisis Pendapatan Petani Pala. *Jurnal Matematika dan Aplikasi*, 3(1), 66–72.
- Mamuaja, C. I., Rorimpandey, B., Wantasen, E., & Dalie, S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Buras Di Pasar Tradisional Kota Manado. *Jurnal Zootek*, 40(1), 20–29.
- Marlina, T. E., Balia, R. L., & Yuli Astuti Hidayati. (2012). Uji Organoleptik Daging Ayam yang Diberi Ransum yang Mengandung Lumpur Susu Terfermentasi oleh *Aspergillus niger*. *Jurnal Ilmu Ternak Universitas Padjadjaran*, 12(1), 20–23.
- Mayulu, H., Rahman, A., & Yusuf, R. (2019). Consumer's Preference of Broiler Meat Attributes in Traditional Markets. *Hasanuddin J. Anim. Sci*, 1(2), 28–36. Retrieved from: <https://journal.uhas.ac.id/index.php/hajas/article/view/9877>

- Osak, R. A. F., Paneleween, V. V. J., Pandey, J., & Lumenta, I. D. R. (2014). Pengaruh Pendapatan Rumah Tangga Terhadap Konsumsi Daging (Sapi, Babi Dan Ayam ) Di Desa Sea I Kecamatan Pineleng. *Jurnal Zootek*, 34(2), 10–17.
- Pramudyo, A. (2014). Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 78–93.
- Prayitno, A. H., Suryanto, E., & Zuprizal, Z. (2012). Kualitas Fisik dan Sensoris Daging Ayam Broiler yang Diberi Pakan dengan Penambahan Ampas Virgin Coconut Oil (VCO). *Jurnal Peternakan*, 34(1), 55–63.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. (2019). *Buletin Konsumsi Pangan*. Setjen Pertanian.
- Putong, M. A., Kalangi, J. K. J., Massie, M. T., & Lumi, T. F. D. (2020). Pengaruh Pendapatan Rumah Tangga Terhadap Konsumsi Daging Broiler Di Kelurahan Kleak Kecamatan Malalayang Manado. *Jurnal Zootec*, 40(1), 143–149.
- Ridha, A. (2017). Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Broiler Pada Rumah Tangga Di Kecamatan Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur. *Jurnal Ekonomikawan*, 17(1), 23–31.
- Vidiawan, E. & Tisnawati N. M. (2017). Analisis Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga Dan Pendidikan Terhadap Jumlah Konsumsi Rumah Tangga Miskin Di Desa Batu Kandik Kecamatan Nusa Penida Kabupaten Klungkung. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 4(4), 243–257.
- Winda, A., Tawaf, R. & Sulistyati, M. (2016). Pola Konsumsi Daging Ayam Broiler Berdasarkan Tingkat Pengetahuan Dan Pendapatan Kelompok Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran. *Jurnal Peternakan*, 5(2), 1–16.
- Yasmin, T. R., Prastiwi, W. D., & Handayani, M. (2017). Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Sayuran Hidroponik Agrofarm Bandung Kabupaten Semarang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 1(1), 85–93.