

HALAMAN PENGESAHAN

NASKAH PUBLIKASI

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP DAGING SAPI
DI KIOS DAGING SAPI ORICOW KECAMATAN DEPOK
KABUPATEN SLEMAN

Disusun oleh :

Arafahni Kartika Huda

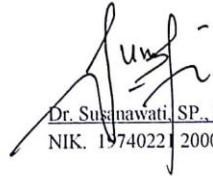
20150220016

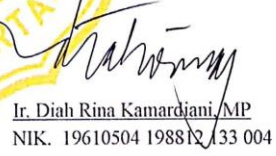
Telah disetujui pada tanggal 25 Juli 2019

Yogyakarta, 25 Juli 2019

Pembimbing Utama,


Pembimbing Pendamping,


Dr. Susnanawati, SP., MP
NIK. 19740221200004133052


Ir. Diah Rina Kamardjani, MP
NIK. 19610504198812133004



Mengetahui
Ketua Program Studi Agribisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,


Ir. Eni Istiyanti, MP
NIK. 19650120198812133003

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP DAGING SAPI DI KIOS
DAGING SAPI ORICOW KECAMATAN DEPOK
KABUPATEN SLEMAN**

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui atribut daging sapi yang menjadi preferensi konsumen dan atribut yang paling di pertimbangkan konsumen dalam membeli daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow. Penentuan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja di Kios Daging Sapi Oricow, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman. Metode dasar yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode deskriptif dengan jumlah responden 100 orang. Analisis *Chi Square* digunakan untuk mengetahui atribut daging sapi segar dan daging sapi beku yang menjadi preferensi konsumen. Analisis multiatribut *fishbein* untuk mengetahui atribut yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dalam pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku. Hasil analisis menunjukkan bahwa atribut yang menjadi preferensi konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku yaitu harga cukup murah, warna merah cerah, serat halus, kemasan menarik, kandungan air sedikit. Untuk atribut kandungan lemak daging sapi segar dengan tanpa lemak dan daging yang sangat segar. Sedangkan atribut kandungan lemak daging sapi beku dengan lemak sedikit, dan daging yang segar. Atribut yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dalam pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow yaitu kesegaran.

Kata kunci: Atribut, Daging Sapi, Preferensi Konsumen

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penduduk di Indonesia dari tahun ketahun semakin meningkat diikuti juga dengan meningkatnya pendapatan dan membaiknya taraf hidup masyarakat baik didesa maupun di perkotaan membuat permintaan bahan pangan seperti daging sapi menjadi meningkat. Menurut Badan Ketahanan Pangan DIY konsumsi daging sapi di Kabupaten Sleman dimana pada tahun 2015 konsumsi daging sapi sebesar 0,61 kg/kapita/tahun dan tahun 2016 sebesar 0,63 kg/kapita/tahun. Produksi daging sapi untuk memenuhi konsumsi masyarakat menurut data yang dikeluarkan oleh Direktur Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian (Kementan), produksi daging sapi didalam negeri periode 2017 tercatat sebesar 354.770 ton, sedangkan perkiraan kebutuhan daging sapi mencapai 604.968 ton. Oleh karena itu diperlukannya kebijakan yang lebih baik agar produksi daging sapi meningkat seperti mensejahterakan peternak sapi lokal agar tidak tergeser oleh impor sapi. Kebijakan ini dapat dilakukan dengan memberikan pembelajaran teknik ternak kepada peternak. Selain itu untuk pedagang diharapkan dapat menjual daging sapi lokal seperti di kios daging sapi Oricow yang menjual daging sapi lokal dengan membuat inovasi daging sapi segar dan daging sapi beku.

Ada beberapa keunggulan dan kekurangan antara daging sapi segar dan daging sapi beku. Daging sapi beku lebih tahan lama dibandingkan daging sapi segar, karena daging dibekukan dalam suhu minimal minus 18°C tujuannya untuk mencegah dan menghindari tumbuhnya bakteri dan jamur pada daging. Dalam berita media Indonesia, menurut Ahli Gizi dari Departemen Gizi Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia Fiastuti menuturkan kekurangan yang ada pada daging sapi beku ialah jika konsumen salah dalam mencairkan daging sapi beku yakni dengan merendamnya di air panas agar dapat diolah sesegera mungkin, maka akan berakibat terbuangnya zat gizi dan vitamin yang ikut larut dalam air panas tersebut.

Sementara itu, kelebihan yang ada pada daging sapi segar yaitu dilihat dari segi kehalalan, masyarakat jauh lebih mempercayai kehalalan daging sapi segar

dibandingkan daging sapi beku. Hal ini dikarenakan cara pemotongannya yang sudah disesuaikan dengan kaidah Islam dan terpantau oleh MUI setempat begitu juga dari segi kesegaran daging. Adapun kekurangan pada daging sapi segar yaitu daging memiliki serat yang teksturnya tidak begitu halus serta daging tidak dapat bertahan lama dan harus segera diolah apabila disimpan dalam suhu ruangan (Tambunan, 2001).

Adanya pilihan jenis daging sapi tersebut kemudian mengantarkan konsumen untuk dapat memilih daging mana yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Seorang konsumen memiliki keinginan terhadap produk yang akan dibeli dan di konsumsi. Konsumen sering memperhatikan berbagai atribut yang ada pada daging sapi sebagai pertimbangan dalam keputusan membeli. Oleh karena itu diperlukannya kajian untuk mengetahui preferensi konsumen daging sapi sehingga konsumen dapat memilih daging segar maupun daging beku sesuai dengan keinginan. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli daging sapi antara lain adalah warna daging, kandungan lemak, kandungan air, serat daging, harga dan kemasan.

Di kios daging sapi salah satunya kios daging Oricow menjual dan menyediakan daging sapi segar dan daging sapi beku. Kios daging Oricow mempunyai sarana dan ruang penyimpanan dimana daging sapi segar maupun daging sapi beku memiliki penanganan yang sesuai. Berdasarkan perumusan permasalahan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah 1) Mendeskripsikan atribut daging sapi yang menjadi preferensi konsumen daging sapi beku dan daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow. 2) Menganalisis atribut yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dalam membeli daging sapi beku dan daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow.

METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian ini mendeskripsikan mengenai preferensi konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow berdasarkan atribut yang dimiliki oleh daging sapi. Alasan pemilihan lokasi untuk penelitian ini yaitu di kios daging sapi Oricow ini menyediakan daging sapi segar dan daging sapi beku, selain itu di kios tersebut memiliki konsep seperti pasar modern dimana

menyediakan berbagai macam varian daging sapi diantaranya daging *slice*, daging giling, daging *steak*, daging rendang, iga sapi dan olahan daging sapi.

Teknik penentuan sampel ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik ini yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di Kios Daging Sapi Oricow dapat digunakan sebagai sampel dan cocok digunakan sebagai sumber data. Sampel yang diambil adalah konsumen wanita yang sudah menikah yang membeli daging segar maupun daging sapi beku yang tidak bertujuan untuk dijual kembali. Untuk keperluan data ini diambil 100 responden yang terbagi sebanyak 50 responden daging sapi segar dan 50 responden daging sapi beku. Waktu penelitian dilaksanakan mulai tanggal 26 Februari-14 Maret 2019.

Data yang di ambil yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu sumber data yang digunakan untuk penelitian ini adalah konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari BPS Kabupaten Sleman, Ditjen Kementan.

Berdasarkan tujuan penelitian pertama analisis data yang digunakan yaitu analisis *Chi Square*. Analisis *Chi Square* digunakan untuk mengetahui atribut yang menjadi preferensi konsumen terhadap daging sapi segar dan daging sapi beku di kios daging Oricow, dengan rumus sebagai berikut:

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \left(\frac{(fo - fh)^2}{fh} \right)$$

Keterangan:

x^2 = *chi square*
fo = frekuensi hasil pengamatan
fh = frekuensi yang diharapkan
i...k = kategori atribut dalam variabel daging sapi di kios daging sapi Oricow

Analisis statistika untuk menguji hipotesis yang digunakan:

a. Formulasi hipotesis

Ho : Tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut yang ada pada daging sapi segar maupun daging sapi beku.

Ha : Terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut yang ada pada daging sapi segar maupun daging sapi beku.

b. Kriteria pengujian

- 1) Jika nilai signifikansi \leq alfa, maka H_0 ditolak, artinya terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap masing-masing atribut yang ada pada daging sapi segar dan daging sapi beku.
- 2) Jika nilai signifikansi \geq alfa, maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap masing-masing atribut yang ada pada daging sapi segar dan daging sapi beku.

c. Untuk mengetahui atribut daging sapi segar dan daging sapi beku yang menjadi preferensi konsumen di Kios Daging Sapi Oricow dapat diketahui dengan melihat seberapa besar proporsi konsumen yang memilih kategori dalam setiap atribut daging sapi segar dan daging sapi beku. Dengan demikian jumlah konsumen yang memilih kategori atribut tertentu dengan nilai yang tertinggi menunjukkan bahwa atribut tersebut menjadi preferensi konsumen.

Berdasarkan tujuan penelitian kedua analisis data yang digunakan yaitu analisis multiatribut *Fishbein*. Analisis ini digunakan untuk mengetahui atribut daging sapi yang paling dipertimbangkan dalam pembelian daging sapi segar dan daging beku di Kios Daging Sapi Oricow dengan rumus sebagai berikut:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan :

- A_0 = Sikap konsumen terhadap daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Oricow.
 b_i = tingkat kepercayaan konsumen bahwa daging sapi yang dibeli memiliki variabel tertentu.
 e_i = evaluasi konsumen terhadap variabel ke-i yang dimiliki daging sapi segar dan daging sapi beku di kios daging Oricow.
 n = jumlah atribut yang dimiliki objek
 i = atribut ($i = 1, 2, 3, \dots, n$)

Langkah-langkah:

1. Menentukan penilaian kepercayaan terhadap atribut daging sapi (b_i) dengan cara menentukan standar penilaian (scoring) dengan menggunakan skala likert, yaitu: (1) untuk sangat tidak baik, (2) tidak baik, (3) netral, (4) baik, (5)

Sangat baik. Untuk mencari nilai kepercayaan terhadap daging sapi dilakukan dengan membagi banyaknya jawaban responden dengan jumlah responden, yaitu:

$$bi = \frac{5a+4b+3c+2d+e}{a+b+c+d+e}$$

Keterangan:

bi : nilai kepercayaan terhadap daging sapi

a : jumlah responden yang memilih sangat baik

b : jumlah responden yang memilih baik

c : jumlah responden yang memilih netral

d : jumlah responden yang memilih tidak baik

e : jumlah responden yang memilih sangat tidak baik

2. Menentukan evaluasi mengenai atribut dengan menentukan standar penilaian (scoring) dengan menggunakan skala likert yaitu: (1) untuk sangat tidak penting, (2) tidak penting, (3) cukup penting, (4) penting, (5) sangat penting. Kemudian skor masing-masing atribut dikalikan dengan frekuensi jawaban responden untuk mengetahui nilai evaluasi konsumen terhadap atribut daging sapi.

Dalam menentukan atribut mana yang dominan dipertimbangkan oleh konsumen adalah dengan mengurutkan indeks sikap konsumen dari nilai yang tertinggi hingga terendah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen daging sapi segar dan beku dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Karakteristik konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow.

Karakteristik konsumen	Daging Sapi Segar		Daging Sapi Beku		Jumlah (orang)
	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Jumlah (orang)	Persentase (%)	
Usia (tahun)					
24-34	22	44	32	64	54
35-44	18	36	18	36	36
45-54	9	18	-	-	9
55-64	1	2	-	-	1
Jumlah	50	100	50	100	100
Tingkat Pendidikan					
SMA	13	26	12	24	25
D1	1	2	1	2	2
D3	3	6	5	10	8
S1	27	54	29	58	56
S2	6	12	3	6	9
Jumlah	50	100	50	100	100
Pekerjaan					
Ibu Rumah Tangga	13	26	14	28	27
Wiraswasta	17	34	13	26	30
Bidan	1	2	-	-	1
Karyawan Swasta	5	10	7	14	12
PNS	6	12	9	18	15
Guru	1	2	3	6	4
Perawat	5	10	2	4	7
Dosen	2	4	1	2	3
Polri	-	-	1	2	1
Jumlah	50	100	50	100	100
Pendapatan (Rp)					
< Rp 1.000.000	1	2	-	-	1
Rp 1.000.000 - Rp 2.999.999	27	54	25	50	52
Rp 3.000.000 - Rp 4.999.999	18	36	23	46	41
Rp 7.000.000 - Rp 8.999.999	4	8	2	4	6
Jumlah	50	100	50	100	100
Jumlah anggota keluarga (orang)					
2-4	35	70	42	84	77
5-7	15	30	8	16	23
Jumlah	50	100	50	100	100

1. Usia

Konsumen pada usia 24 tahun hingga 34 tahun mayoritas membeli daging sapi segar dan daging sapi beku, pada usia tersebut banyak ibu rumah tangga yang masih muda memilih membeli daging sapi segar dan daging sapi beku dikarenakan praktis dan siap diolah.

1. Pendidikan Terakhir

Tingkat pendidikan S1 didominasi konsumen daging sapi segar sebagian beranggapan bahwa daging sapi segar lebih sehat dan daging selalu baru, sedangkan konsumen daging sapi beku beranggapan bahwa daging sapi beku kualitas dagingnya sama seperti daging sapi segar dan daging sapi beku dinilai lebih praktis karena konsumen tinggal mengambil sesuai pilihan yang akan di beli.

2. Jenis pekerjaan

Mayoritas jenis pekerjaan konsumen daging sapi segar yaitu dengan pekerjaan sebagai wiraswasta. Hal ini dikarenakan daging sapi segar lebih banyak stok di pagi hari dan daging selalu baru maka sebelum memulai aktivitas bekerja mereka banyak berbelanja di pagi hari. Konsumen daging sapi beku paling banyak adalah ibu rumah tangga karena biasanya pada pagi hari ibu rumah tangga sibuk dalam mengurus pekerjaan rumah dan selain itu daging sapi beku mulai banyak dijual saat menjelang siang.

3. Pendapatan

Mayoritas konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku memiliki pendapatan pada rentang Rp 1.000.000–Rp 2.999.999. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku memiliki pendapatan keluarga yang cukup tinggi sehingga mendukung untuk melakukan pembelian daging sapi di Kios Daging Sapi Oricow.

4. Jumlah Anggota Keluarga

Keseluruhan konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku paling banyak yaitu pada rentang 2-4 anggota keluarga dengan jumlah 77 orang konsumen. Hal ini disebabkan bahwa keluargalah yang akan menjadi alasan dalam mengkonsumsi daging sapi segar dan daging sapi beku.

B. Perilaku Pembelian Konsumen

Perilaku pembelian konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Perilaku Pembelian konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow.

Perilaku Pembelian	Daging Sapi Segar		Daging Sapi Beku		Total (orang)
	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Jumlah (orang)	Persentase (%)	
Alasan Pembelian					
Daging lebih segar	7	10,8	2	3,4	9
Daging selalu baru	5	7,7	4	6,8	9
Daging berkualitas	6	9,2	4	6,8	10
Kelengkapan varian daging sapi	9	13,8	14	23,7	23
Terjamin kehalalannya	8	12,3	6	10,2	14
Terkonsep seperti supermarket	6	9,2	1	1,7	7
Dekat	4	6,2	5	8,5	9
Bersih	8	12,3	11	18,6	19
Lebih sehat	1	1,5	-	-	1
Karyawan ramah	4	6,2	4	6,8	8
Buka hingga malam	1	1,5	3	5,1	4
Tempatnya ramai	-	-	1	1,7	1
Tempatnya nyaman dan recommended	2	3,1	2	3,4	4
Menarik	2	3,1	-	-	2
Praktis	1	1,5	-	-	1
Kemasan rapi	1	1,5	1	1,7	1
Berlangganan	-	-	1	1,7	1
Jumlah	65	100	59	100	124
Frekuensi Pembelian					
Setiap hari	3	6	1	2	4
Seminggu sekali	12	24	20	40	32
Dua minggu sekali	16	32	11	22	27
Tidak tentu	19	38	18	36	37
Jumlah	50	100	50	100	100
Jumlah Pembelian (kg)					
< 1	38	76	44	88	82
1 - 2	12	24	5	10	17
> 2	-	-	1	2	1
Jumlah	50	100	50	100	100
Pembelian lainnya					
Sosis	5	11,9	5	11,4	10
Bakso	8	19,0	10	22,7	18
Rolade dan Galantin	9	21,4	6	13,6	15
Abon	7	16,7	7	15,9	14
Bakso Karakter (suki)	6	14,3	8	18,2	14
Bumbu instan	7	16,7	8	18,2	15
Jumlah	50	100	50	100	100

1. Alasan pembelian

Dapat diketahui bahwa konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku alasan terbanyak yang disampaikan oleh konsumen yaitu lengkap. Hal tersebut dikarenakan di Kios Daging Sapi Oricow ini menyediakan berbagai jenis pilihan daging sapi segar dan beku sesuai keinginan konsumen untuk pembelian daging sapi segar konsumen bisa meminta untuk daging dipotong menjadi bagian kecil-kecil. Selain itu untuk daging sapi beku, di dapat dari potongan bagian dari daging

sapi dimana daging segar di potong berupa potongan dadu atau slice dan dikemas dengan kemasan sterofoam lalu di tutup dengan plastik wrap dan disimpan dalam *freezer*, daging sapi beku ini di kemas dengan kemasan 250gr.

2. Frekuensi pembelian

Frekuensi pembelian paling banyak yaitu tidak tentu maksudnya konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku karena konsumen tersebut tidak mempunyai jadwal khusus dalam melakukan pembelian daging sapi segar.

3. Jumlah pembelian

Berdasarkan hasil wawancara saat penelitian, konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku yang membeli daging sapi < 1kg menyatakan bahwa pembelian daging sapi tergantung pada tujuan dan menyesuaikan jumlah anggota keluarga.

4. Pembelian lainnya

Konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku yaitu melakukan pembelian paling banyak ialah membeli bakso. Bakso yang dijual di kios daging sapi Oricow memiliki 2 kualitas yaitu kualitas 1 bakso menggunakan campuran sebanyak seperempat kg tepung terigu per 2 kg daging sapi. Sedangkan untuk kualitas 2 menggunakan campuran sebanyak setengah kg tepung terigu per 2 kg daging sapi.

C. Preferensi Konsumen

Berdasarkan penelitian Wijayanti (2011) dengan judul *Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Sapi di Pasar Tradisional Kabupaten Karanganyar*. Daging sapi yang menjadi preferensi konsumen di pasar tradisional Kabupaten Karanganyar adalah daging sapi memiliki warna daging merah cerah, kandungan air sedikit, tanpa kandungan lemak, dan serat daging halus.

Preferensi konsumen terhadap daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow dapat diketahui dari frekuensi konsumen yang memilih kategori atribut daging sapi segar. Atribut daging sapi segar yang menjadi preferensi konsumen di Kios Daging Sapi Oricow dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil analisis atribut daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow.

No	Atribut	Nilai chi square	Signifikasi
1	Harga	17.920***	,000
2	Warna	16.120***	,000
3	Serat	5.120**	,024
4	Kemasan	2.880**	,090
5	Kandungan Air	1.280	,258
6	Kandungan Lemak	7.000**	,030
7	Kesegaran	9.680***	,002

Atribut harga, warna dan kesegaran pada daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow signifikan pada taraf kepercayaan 99%. Artinya terdapat perbedaan preferensi konsumen daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow untuk atribut harga, warna dan kesegaran. Konsumen lebih menyukai dengan harga cukup terjangkau yakni mulai Rp 32.000,- per 250 gr. Akan tetapi, untuk harga daging sapi segar juga di tentukan oleh berapa banyaknya konsumen membeli daging sapi segar tersebut. Konsumen lebih menyukai warna merah cerah karena menunjukkan daging sapi masih segar. Konsumen lebih menyukai oleh kesegaran yaitu sangat segar, alasannya karena daging sapi yang sangat segar menunjukkan bahwa daging tersebut masih baru dan lebih *fresh* sehingga dapat menambah kesegaran tersendiri saat diolah.

Atribut serat, kandungan lemak dan kemasan. Pada daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow signifikan pada taraf kepercayaan 95%. Artinya terdapat perbedaan preferensi konsumen daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow untuk atribut serat, kandungan lemak dan kemasan. Konsumen lebih memilih daging sapi segar yang berserat halus, karena saat diolah daging lebih cepat empuk sehingga memudahkan dalam mengkonsumsinya. Konsumen lebih menyukai daging tanpa lemak karena daging sapi segar tanpa lemak lebih menyehatkan. Konsumen lebih menyukai kemasan praktis, karena kemasan daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow simpel dan ekonomis.

Atribut daging sapi beku yang menjadi preferensi konsumen di Kios Daging Sapi Oricow sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil analisis atribut daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow.

No	Atribut	Nilai chi square	Signifikasi
1	Harga	49.480***	,000
2	Warna	21.200***	,043
3	Serat	6.480**	,011
4	Kemasan	27.160***	,000
5	Kandungan Air	3.920**	,048
6	Kandungan Lemak	15.520***	,000
7	Kesegaran	11.520***	,001

Dapat diketahui bahwa atribut harga, warna, kemasan, kandungan lemak dan kesegaran pada daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow signifikan pada taraf kepercayaan 99%. Artinya terdapat perbedaan preferensi konsumen daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow untuk atribut harga, warna, kemasan, kandungan lemak dan kesegaran. Pada atribut harga daging sapi beku konsumen lebih menyukai dengan harga yang cukup murah mulai Rp 32.000 - Rp 37.000,- kemasan 250gr. Konsumen rela mengeluarkan uang lebih untuk membeli daging sapi beku sebab walaupun daging sapi beku akan tetapi dagingnya tetap segar dan berkualitas. Konsumen lebih menyukai dengan warna merah cerah karena daging terlihat menyegarkan. Konsumen lebih menyukai kemasan yang praktis karena kemasan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow apabila disimpan dalam *freezer* dinilai lebih ekonomis. Konsumen lebih menyukai daging mengandung sedikit lemak karena daging sapi beku dengan kandungan lemak sedikit dapat menambah cita rasa yang lebih gurih pada masakan. Konsumen lebih menyukai daging sapi beku yang segar walaupun daging sapi beku akan tetapi kesegarannya ada karena di Kios Daging Sapi Oricow ini setiap hari memotong sapi sehingga dagingnya selalu baru dan tetap segar.

Atribut serat dan kandungan air pada daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow signifikan pada taraf kepercayaan 95%. Artinya terdapat perbedaan preferensi konsumen daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow untuk atribut serat dan kandungan air. Konsumen lebih menyukai daging berserat halus selain memudahkan dalam mengonsumsi dan cepat meresap saat dimasak. Konsumen lebih menyukai daging sapi beku dengan mengandung sedikit

air karena dinilai rasa dagingnya lebih *juicy* dan apabila disimpan dalam keadaan mentah tidak cepat busuk.

Preferensi konsumen terhadap atribut daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow dapat diketahui dengan melihat kategori yang paling banyak dipilih oleh konsumen. Tabel 3 sebagai berikut ini menunjukkan preferensi konsumen yang memilih kategori setiap atribut daging sapi segar dan daging sapi beku sebagai berikut :

Tabel 5. Preferensi konsumen yang memilih kategori atribut daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow.

No.	Atribut	Kategori (preferensi)	Daging Sapi Segar	Daging Sapi Beku
			Jumlah (orang)	Jumlah (orang)
1.	Harga	Sangat murah	-	-
		Murah	6	3
		Cukup murah	30	40
		Mahal	14	7
		Sangat mahal	-	-
2.	Warna	Merah kecoklatan	-	1
		Merah hati	11	13
		Merah cerah	30	24
		Merah muda	9	12
3.	Serat	Kasar	17	16
		Halus	33	34
4.	Kemasan	Tidak menarik	-	1
		Menarik	31	31
		Sangat menarik	19	18
5.	Kandungan Air	Banyak	-	-
		Sedang	21	18
		Sedikit	29	32
6.	Kandungan Lemak	Banyak	10	4
		Sedikit	15	26
		Tanpa Lemak	25	20
7.	Kesegaran	Tidak segar	-	-
		Segar	14	37
		Sangat segar	36	13

a. Harga

Atribut harga daging sapi segar dan daging sapi beku yang menjadi preferensi konsumen yaitu harga daging cukup murah. Alasan konsumen memilih harga cukup murah yaitu konsumen curiga apabila harga daging sapi segar dan

daging sapi beku yang dijual dibawah harga pasaran sudah campuran dengan daging lain.

b. Warna

Atribut warna daging sapi segar dan daging sapi beku yang menjadi preferensi konsumen yaitu warna merah cerah. Warna merah cerah pada daging sapi lebih disukai karena menurut konsumen warna tersebut menunjukkan bahwa daging sapi tersebut masih segar dan biasanya baru.

c. Serat

Atribut serat daging sapi segar dan daging sapi beku yang menjadi preferensi konsumen yaitu serat halus. Daging sapi segar dan daging sapi beku yang berserat halus lebih disukai karena lebih mudah diolah dan membantu mempercepat proses pemasakan dan tidak membutuhkan waktu lama dalam mengempukkan daging. Selain itu dapat dengan mudah dikonsumsi dan daging tidak keras/alot.

d. Kemasan

Atribut kemasan daging sapi segar dan daging sapi beku yang menjadi preferensi konsumen yaitu kemasan praktis. Daging sapi segar dan daging sapi beku dengan kemasan praktis lebih disukai karena konsumen menyatakan bahwa dengan kemasan tersebut rapi dan ekonomis apabila disimpan dan akan diolah dikemudian hari.

e. Kandungan Air

Daging sapi segar dan daging sapi beku yang disukai konsumen yaitu daging sapi yang mengandung sedikit air. Daging sapi segar dan daging sapi beku yang mengandung sedikit air disukai konsumen karena apabila daging dimasak tidak menyusut dan jika disimpan dalam keadaan mentah tidak cepat busuk.

f. Kandungan lemak

Atribut kandungan lemak daging sapi segar yang disukai konsumen yaitu daging tanpa lemak, alasannya daging tanpa lemak lebih sehat dan rasa dagingnya lebih terasa. Sedangkan daging sapi beku yang disukai konsumen yaitu daging yang mengandung sedikit lemak. Alasannya karena dengan kandungan sedikit lemak tersebut dapat menambah cita rasa gurih pada masakan.

g. Kesegaran

Atribut kesegaran daging sapi segar yang disukai konsumen yaitu sangat segar. Di Kios Daging Sapi Oricow ini setiap harinya memotong sapi sehingga daging selalu baru dan tetap segar. Sedangkan daging sapi beku yang disukai konsumen yaitu segar. Alasannya karena disimpan dan di tangani dengan sesuai sehingga daging beku yang dijual di Kios Daging Sapi Oricow kesegarannya terjaga.

D. Atribut yang paling dipertimbangkan konsumen

Penilaian konsumen terhadap atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen diperoleh dari komponen kepercayaan dan evaluasi. Kepercayaan konsumen terhadap daging sapi segar dan daging sapi beku yaitu sebagai berikut :

Tabel 5.Kepercayaan konsumen terhadap atribut daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow.

Atribut	Daging Sapi Segar		Daging Sapi Beku	
	Kepercayaan	Kategori	Kepercayaan	Kategori
Harga	3,72	Baik	3,64	Baik
Warna	3,80	Baik	3,66	Baik
Serat	3,46	Baik	3,22	Netral
Kemasan	3,52	Baik	3,50	Baik
Kandungan Air	2,96	Netral	3,06	Netral
Kandungan Lemak	3,20	Netral	3,24	Netral
Kesegaran	4,38	Sangat Baik	4,16	Sangat Baik
Jumlah	25,04	Baik	24,48	Baik

Jumlah keseluruhan kepercayaan konsumen terhadap daging sapi segar dan daging sapi beku masuk dalam kategori baik dengan jumlah masing-masing 25,04 dan 24,48. Namun, jika dilihat dari masing-masing atribut, skor yang paling tinggi pada atribut daging sapi segar yaitu atribut kesegaran dan masuk dalam kategori sangat baik artinya konsumen mempunyai tingkat kepercayaan terhadap atribut kesegaran pada daging sapi segar karena menandakan bahwa daging tersebut *fresh* dan baru.

Pada daging sapi beku menunjukkan hal yang sama dimana kesegaran daging sapi beku merupakan atribut yang paling diyakini artinya konsumen mempunyai keyakinan terhadap atribut kesegaran pada daging sapi beku sangat

karena walaupun daging sapi beku akan tetapi kesegaran tetap ada. Akan tetapi jika dibandingkan pada atribut serat terdapat perbedaan kepercayaan konsumen. Pada daging sapi segar untuk atribut serat masuk dalam kategori baik. Hal ini berarti bahwa konsumen mempunyai keyakinan atau tingkat kepercayaan terhadap atribut serat pada daging sapi segar karena di Kios Daging Sapi Oricow konsumen dapat memilih daging dengan serat kasar ataupun halus. Berbeda dengan konsumen daging sapi beku, pada atribut serat masuk dalam kategori netral, artinya konsumen menganggap serat daging sapi beku biasa saja atau konsumen tidak memiliki keyakinan yang tinggi terhadap atribut serat.

Komponen evaluasi merupakan penilaian terhadap pentingnya produk daging sapi segar dan daging sapi beku. Evaluasi terhadap daging sapi segar dan daging sapi beku yaitu sebagai berikut :

Tabel 5. Evaluasi konsumen terhadap atribut daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow.

Atribut	Daging Sapi Segar		Daging Sapi Beku	
	Evaluasi	Kategori	Evaluasi	Kategori
Harga	3,78	Penting	3,66	Penting
Warna	3,92	Penting	3,98	Penting
Serat	3,34	Netral	3,26	Netral
Kemasan	3,54	Penting	3,68	Penting
Kandungan Air	2,74	Netral	2,92	Netral
Kandungan Lemak	3,08	Netral	3,22	Netral
Kesegaran	4,46	Sangat Penting	4,30	Sangat Penting
Jumlah	24,86	Penting	25,02	Penting

Jumlah keseluruhan evaluasi konsumen terhadap daging sapi segar dan daging sapi beku yaitu kategori penting. Namun, jika dilihat dari masing-masing atribut, tingkat kepentingan paling penting pada daging sapi segar dan daging sapi beku ialah kesegaran. Pada daging sapi segar dan daging sapi beku untuk atribut kesegaran memiliki skor tertinggi dan dalam kategori sangat penting yang artinya konsumen sangat mementingkan atribut kesegaran karena menurut konsumen atribut tersebut merupakan atribut yang paling di pertimbangkan pada saat melakukan pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku. Maka dari itu,

konsumen perlu memperhatikan keadaan produk dengan melihat adanya kesegaran dari daging sapi segar dan daging sapi beku.

Sikap konsumen terhadap daging sapi segar dan daging sapi beku didapatkan dengan cara mengalikan skor kepercayaan dengan skor evaluasi. Sikap konsumen terhadap daging sapi segar dan daging sapi beku yaitu sebagai berikut :

Tabel 6. Sikap konsumen terhadap daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow.

Atribut	Daging Sapi Segar		Daging Sapi Beku	
	Sikap	Kategori	Sikap	Kategori
Harga	14,06	Netral	13,32	Netral
Warna	14,90	Netral	14,57	Netral
Serat	11,56	Netral	10,50	Tidak Baik
Kemasan	12,46	Netral	12,88	Netral
Kandungan Air	8,11	Tidak Baik	8,94	Tidak Baik
Kandungan Lemak	9,86	Tidak Baik	10,43	Tidak Baik
Kesegaran	19,53	Baik	17,89	Baik
Jumlah	90,48	Netral	88,52	Netral

Nilai keseluruhan sikap konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku memiliki nilai masing-masing skor 90,48 dan 88,52. Sikap konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku masuk dalam kategori netral. Sikap netral konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku ini menunjukkan respon netral (tidak terlalu bersikap baik dan tidak bersikap buruk).

Untuk atribut serat pada daging sapi segar dan daging sapi beku menunjukkan sikap yang berbeda. Pada daging sapi segar sikap konsumen untuk atribut serat masuk dalam kategori netral, konsumen memberikan sikap netral, karena serat daging sapi segar biasanya terlihat lebih berserat dan konsumen juga beranggapan bahwa daging sapi segar memiliki serat kasar sehingga rasa dagingnya terasa. Sedangkan sikap konsumen daging sapi beku untuk atribut serat menunjukkan sikap tidak baik. Konsumen menilai serat daging sapi beku tidak terlalu terlihat kasat mata sehingga tidak di pertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian.

Untuk atribut kandungan air dan kandungan lemak pada daging sapi segar dan daging sapi beku, sikap konsumen masuk dalam kategori tidak baik. Pada

daging sapi segar dan daging sapi beku untuk atribut kandungan air, konsumen beranggapan bahwa kandungan air itu tidak perlu, karena konsumen merasa takut apabila daging sapi segar dan daging sapi beku merupakan daging sapi glonggongan. Pada atribut kandungan lemak konsumen menunjukkan sikap yang tidak baik maksudnya konsumen tidak terlalu menyukai dengan adanya atribut kandungan lemak tersebut. Konsumen juga beranggapan bahwa terlalu banyak lemak yang terkandung dalam daging sapi segar dan daging sapi beku tidak baik untuk kesehatan, akan tetapi beberapa konsumen lainnya juga beranggapan bahwa dalam membeli daging sapi segar dan daging sapi beku yang mengandung lemak sedikit, banyak atau tanpa lemak tergantung pada tujuan memasak.

Sikap konsumen berdasarkan masing-masing atribut daging sapi segar dan daging sapi beku yang paling dipertimbangkan dalam pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku yaitu atribut kesegaran. Konsumen memiliki kecenderungan memilih kesegaran daging sapi segar sebagai pertimbangan pertama karena kesegaran daging dapat terlihat secara kasat mata secara bagaimana tingkat kesegaran daging sapi tersebut. Dengan demikian sikap konsumen menilai atribut kesegaran merupakan hal utama yang dominan dan sangat penting untuk dipertimbangkan dalam pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Atribut daging sapi segar yang menjadi preferensi konsumen di Kios Daging Sapi Oricow yaitu harga cukup murah, warna merah cerah, serat halus, kemasan praktis, daging sedikit mengandung air, daging tanpa lemak dan daging yang sangat segar. Sedangkan atribut daging sapi beku yang menjadi preferensi konsumen di Kios Daging Sapi Oricow yaitu harga cukup murah, warna merah cerah, berserat halus, kemasan yang praktis, daging sedikit mengandung air, daging lemak sedikit, dan daging yang segar.
2. Atribut harga, warna, serat, kemasan, kandungan air, kandungan lemak, dan kesegaran yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow yaitu kesegaran.

B. Saran

Bagi pemilik Kios Daging Sapi Oricow sebaiknya lebih memperhatikan dan menyediakan daging sapi segar dan daging beku dengan atribut harga cukup murah, warna merah cerah, serat halus, kemasan praktis, daging sedikit mengandung air, daging tanpa lemak dan daging yang sangat segar. Untuk daging sapi beku yang konsumen inginkan dengan atribut harga cukup murah, warna merah cerah, berserat halus, kemasan praktis, daging sedikit mengandung air, daging lemak sedikit, dan daging yang segar. Pemilik juga harus mempertahankan kesegaran baik daging sapi segar dan daging sapi beku agar konsumen tetap menyukai daging yang dijual di Kios Daging Sapi Oricow.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Ketahanan Pangan DIY. 2015. Data Konsumsi bahan pangan Daerah Istimewa Yogyakarta. Badan Ketahanan Pangan DIY
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman. 2018. Kabupaten Sleman Dalam Angka 2018. Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman
- Bisnis.com, 2019. Pemerintah Diminta Pangkas Rantai Distribusi Sapi Lokal. <https://pemerintah-diminta-pangkas-rantai-distribusi-sapi-lokal>. Diakses 09 Juli 2019
- Ditjen Peternakan dan Kesehatan Hewan. *Regulasi Pemerintah Terhadap Rantai Pasok Daging Sapi Beku*. Diakses 10 Januari 2019
- Kompas, 2016. Daging Beku di DIY Ternyata Tidak Terlalu Laku. <http://jogja.tribunnews.com/2016/06/06/daging-beku-didiy-ternyata-tidak-terlalu-laku>. Diakses 21 Maret 2018
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan. U. 2004. *Perilaku Konsumen, Teori, dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Tambunan FMP. 2001. *Preferensi Konsumen Terhadap Kualitas Fisik Daging Sapi Segar di Pasar Swalayan Hero Padjajaran Bogor dan Pasar Bogor* [skripsi]. Bogor: Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor.
- Wijayanti, M. R. (2011). *Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Sapi di Pasar Tradisional Kabupaten Karanganyar* (Doctoral dissertation, Universitas Sebelas Maret).