

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia nomor 18 tahun 2012, pangan adalah salah satu kebutuhan dasar manusia yang pemenuhannya merupakan bagian dari hak asasi manusia yang sudah terjamin dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 sebagai komponen dasar dalam mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas. Untuk itu, negara wajib mewujudkan ketersediaan, keterjangkauan, dan pemenuhan konsumsi pangan yang cukup, aman, bermutu, dan bergizi seimbang. Ketercukupan manusia dalam mengkonsumsi pangan mampu meningkatkan kualitas baik fisik maupun kecerdasan seseorang, sebaliknya jika konsumsi pangan tidak tercukupi maka kebutuhan secara kuantitas maupun kualitas yang terjadi akan mengakibatkan penurunan *Intelligence Quotient* atau IQ (Hafsah, 2006).

Pangan terdiri dari dua jenis yaitu pangan segar dan pangan olahan. Pangan segar merupakan pangan yang belum mengalami pengolahan yang dapat dikonsumsi langsung atau dapat menjadi bahan baku pengolahan pangan. Berbeda dengan pangan segar, pangan olahan merupakan hasil proses menggunakan suatu metode sehingga menghasilkan olahan pangan yang lebih memiliki cita rasa (UU RI Nomor 18, 2012). Berdasarkan definisi tersebut, salah satu jenis pangan segar yaitu kedelai.

Kedelai (*Glycin max* (L) Merril) merupakan komoditas pertanian yang bernilai ekonomis karena berperan penting untuk manusia sebagai pemenuh

kebutuhan gizi dalam tubuh. Hal ini disebabkan karena kedelai memiliki kandungan gizi tinggi yang diperlukan oleh tubuh, salah satunya protein. Jumlah protein yang terdapat pada kacang-kacangan sekitar 20-25 persen, namun berbeda dengan kandungan yang tersimpan pada biji kedelai. Protein yang dikandung pada biji kedelai cukup tinggi yaitu mencapai 40%. Selain itu, kandungan zat gizi kedelai per 100 gram yaitu 331 kkal kalori; 34,9 gram protein; 18,1 gram lemak; 34,8 gram karbohidrat; 227 mg kalsium; 585 mg fosfor; 8 mg besi; 110 SI vitamin A; 1,1 mg vitamin B1; 7,5 gram air (Cahyadi, 2007). Berdasarkan kandungan gizi yang ada pada kedelai tersebut membuat keinginan orang untuk mengolahnya menjadi berbagai produk olahan yang mampu meningkatkan nilai jual kedelai, salah satunya tempe.

Tempe merupakan salah satu makanan olahan tradisional asli Indonesia memanfaatkan kedelai sebagai bahan bakunya. Pada zaman dahulu, tempe terbilang produk inferior dimana konsumennya adalah kalangan masyarakat menengah ke bawah. Namun, anggapan tersebut mulai terbantahkan seiring dengan perkembangan ilmu dan penelitian yang dilakukan oleh para peneliti sehingga terungkap potensi dan khasiat yang dimiliki tempe untuk kesehatan manusia. Saat ini, produk tempe sudah dikenal hingga ke luar negeri seperti Amerika Serikat dan Jepang. Sejak tahun 1986, sudah ada hasil riset tempe sebagai anti kolesterol yang dipatenkan di Amerika Serikat, sedangkan hak paten yang ada di Jepang yaitu adanya senyawa antioksidan di dalam tempe. Tempe tersebut memiliki kandungan senyawa yang berbeda dengan aslinya sehingga memiliki keunggulan tertentu (Antaraneews, 2008). Proses fermentasi pada tempe mampu menghasilkan asam lemak tak jenuh yang mampu menurunkan

kandungan kolesterol sehingga dapat menetralkan kadar kolesterol pada tubuh manusia.

Saat ini, kemasan tempe yang sering dijumpai dipasaran terdiri dari dua jenis yaitu daun pisang dan plastik. Kemasan daun pisang memberikan kondisi tetap hangat namun lembab sehingga kebutuhan jamur akan oksigen dapat teratasi dengan baik. Selain itu, penggunaan kemasan daun pisang dinilai lebih aman karena menggunakan bahan alami serta mampu membuat tempe terasa lebih lezat. Akan tetapi, penggunaan kemasan dari daun pisang dinilai kurang higienis karena kebersihan daun pisang kurang terjaga. Sementara kemasan tempe dengan plastik dinilai lebih efektif karena lebih ringan, serta dapat diberi cap sebagai label penanda produk. Penggunaan kemasan dari bahan plastik dinilai tidak baik karena plastik mengandung bahan kimia dalam pembuatannya yang dianggap membahayakan tubuh manusia (Astuti, 2009).

Adanya perbedaan kemasan tersebut maka terdapat perbedaan terhadap pembelinya. Perbedaan tersebut dapat kita amati perilaku konsumen saat membeli tempe. Konsumen tempe daun pisang didominasi oleh ibu rumah tangga hal ini dikarenakan jumlah konsumsi yang dibutuhkan tidak terlalu banyak, selain itu ibu rumah tangga lebih mementingkan rasa dan keamanan untuk konsumsi keluarga. Berbeda dengan konsumen tempe kemasan daun pisang, konsumen tempe kemasan plastik didominasi oleh pedagang. Konsumen tersebut membeli tempe kemasan plastik untuk dijual kembali sehingga tidak mementingkan rasa pada produk. Selain itu, pedagang membeli tempe dalam jumlah besar sehingga lebih memilih tempe kemasan plastik karena ketersediaannya yang banyak.

Selain kemasan, terdapat beberapa atribut tempe yang menjadi preferensi konsumen dalam membeli produk tempe seperti harga, bentuk, ukuran, tekstur, dan label. Terdapat berbagai macam bentuk tempe seperti bentuk persegi, persegi panjang, segitiga, dan bulat. Ukuran tempe juga beragam, mulai dari tempe yang berukuran kecil, sedang, hingga besar. Harga yang ditawarkan bervariasi tergantung dengan ukuran tempe, hal ini berkaitan dengan biaya produksi. Selain itu, terdapat pilihan mengenai tekstur tempe yang diberikan berupa tekstur kurang kompak hingga kompak. Atribut label sering ditemui pada tempe kemasan plastik karena sifat plastik yang dapat diberi cap penanda produk atau merek.

Pada saat melakukan pembelian, konsumen akan dihadapkan oleh kedua jenis tempe berdasarkan atribut yang dimiliki. Maka konsumen perlu memilih antara tempe kemasan daun pisang atau tempe kemasan plastik berdasarkan karakteristik konsumen itu sendiri. Perbedaan karakteristik konsumen akan mempengaruhi pemilihan jenis tempe berdasarkan atribut yang dimilikinya. Konsumen akan memilih jenis tempe berdasarkan atribut yang dimiliki sehingga akan didapatkan atribut yang menjadi preferensi konsumen. Dari keseluruhan atribut yang disukai oleh konsumen maka akan didapat atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen pada saat pembelian tempe.

Keberadaan tempe dapat ditemui baik di pasar modern maupun pasar tradisional. Salah satu pasar tradisional yang menjual tempe kemasan daun pisang dan plastik yaitu Pasar Giwangan. Pasar Giwangan terkenal dengan pasar induk buah dan sayur, namun terdapat banyak pedagang yang menjual tempe karena terdapat beberapa pedagang sayur yang selain menjual sayur, mereka juga menjual tempe. Tempe yang ditawarkan di Pasar Giwangan beraneka ragam.

Keberagaman tempe dapat dilihat berdasarkan atribut yang berupa kemasan, bentuk, ukuran, harga, dan tekstur. Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Seperti apa karakteristik konsumen yang membeli produk tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta?
2. Atribut apa saja yang menjadi preferensi konsumen dalam membeli tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta?
3. Atribut apa yang paling dipertimbangkan dalam pembelian tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta?

## **B. Tujuan**

Penelitian tentang preferensi konsumen tempe di Pasar Giwangan memiliki beberapa tujuan, antara lain:

1. Mengetahui karakteristik konsumen tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta.
2. Mengetahui atribut tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta.
3. Mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pembelian tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta.

### **C. Kegunaan**

Kegunaan dari penelitian tentang preferensi konsumen tempe di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta yaitu:

1. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan wawasan bagi para pelaku usaha tempe mengenai preferensi konsumen tempe untuk meningkatkan strategi usahanya.
2. Hasil penelitian diharapkan mampu menambah pengetahuan bagi peneliti mengenai preferensi konsumen tempe di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta.