

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN DAGING AYAM BROILER

(Studi Kasus di Desa Tarajusari Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung)

Lily Sumarti^{1*}, Wini Fetia Wardhiani², Burhanudin³, Adi Setia Purwanto⁴

^{1,2,3}Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Bale Bandung.

⁴Alumni Fakultas Pertanian, Universitas Bale Bandung.

Jl. R.A.A Wiranata Kusumah, Baleendah, Kec. Baleendah, Bandung, Jawa Barat 40375, Indonesia.

Korespondensi:

lilymadjid11@gmail.com

Submit:

21 Januari 2025

Direvisi:

15 Mei 2025

Diterima:

04 Juni 2025

Abstract. The consumption of chicken meat, which continues to increase rapidly compared to beef and mutton, opens up business opportunities in this sector. The coronavirus pandemic in early 2020 and massive layoffs have made people think about increasing their income by opening UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). One of the UMKM run by traders in Tarajusari Village, Banjaran Subdistrict, Bandung Regency is selling broiler meat at kiosks/carts in front of their houses. This study aims to determine the factors that influence consumer behavior in purchasing broiler chicken meat in Tarajusari Village, Banjaran District, Bandung Regency. The research location was chosen purposively (intentionally) in Tarajusari Village, Banjaran District, Bandung Regency. The data collection method is obtained from primary and secondary data. Primary data were obtained from direct interviews with broiler chicken consumers with the help of questionnaires. Secondary data were obtained from various sources (books, scientific journals, internet, theses, and data from government agencies). The data analysis method used regression analysis and fishbein multi-attribute analysis using SPSS version 25. The analysis showed that the factors that influence consumer behavior in purchasing broiler chicken meat are price, location, income, number of family members and meat quality. Broiler meat prices, location, and income have a significant effect with a confidence level of 95%. Consumer attitudes towards broiler chicken meat attributes are in the "Good" or "Positive" category.

Keywords: Attributes, Broiler meat, Consumer behavior, Influence, Purchase.

Abstrak. Konsumsi daging ayam yang terus meningkat dengan pesat dibanding daging sapi maupun kambing, membuka peluang usaha di sektor ini. Adanya pandemi virus corona pada awal tahun 2020 dan terjadinya PHK besar-besaran membuat masyarakat berpikir untuk menambah penghasilan dengan membuka UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Salah satu UMKM yang dijalankan pedagang di Desa Tarajusari Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung adalah menjual daging ayam broiler di kios/gerobak depan rumah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam broiler di Desa Tarajusari Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung. Lokasi penelitian dipilih secara purposive (sengaja) di Desa Tarajusari Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung. Metode pengambilan data diperoleh dari data primer dan sekunder. Data primer di peroleh dari wawancara langsung dengan konsumen daging ayam broiler dengan bantuan kuesioner. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber (buku, jurnal ilmiah, internet, skripsi, dan data dari Instansi Pemerintah). Metode analisis data menggunakan analisis regresi dan analisis multiatribut fishbein. Hasil analisis menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam broiler adalah harga, lokasi, pendapatan, jumlah anggota keluarga dan kualitas daging. Harga daging ayam broiler, lokasi, pendapatan berpengaruh nyata dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Sikap konsumen terhadap atribut daging ayam broiler dalam kategori "Baik" atau "Positif".

Kata kunci: Atribut, Daging ayam broiler, Perilaku konsumen, Pengaruh, Pembelian.

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan sektor yang mempunyai peranan strategis dalam mendukung pembangunan perekonomian nasional khususnya di daerah-daerah. Salah satu subsektor pertanian yang mempunyai peranan cukup besar dalam menunjang perekonomian di Indonesia adalah peternakan. Seiring dengan meningkatnya laju pertumbuhan penduduk dan semakin membaiknya tingkat pendapatan yang ditunjang dengan meningkatnya taraf pendidikan masyarakat, sehingga konsumsi penduduk terhadap produk peternakan mengalami peningkatan.

Menurut Priyatno (2003) konsumsi daging ayam meningkat paling pesat dibandingkan daging sapi maupun kambing, hal tersebut menyebabkan kebutuhan daging ayam meningkat. Penyebab peningkatan permintaan daging ayam antara lain: 1) harganya relatif murah, 2) dari segi kesehatan lebih baik karena mengandung sedikit lemak dan kaya protein dibandingkan daging sapi dan kambing, 3) tidak ada agama yang melarang umatnya untuk mengkonsumsi daging ayam, 4) mempunyai rasa yang dapat diterima semua golongan masyarakat dan semua umur, 5) cukup mudah diolah menjadi produk olahan yang bernilai tinggi, mudah disimpan dan dikonsumsi.

Ayam broiler merupakan salah satu ternak penghasil daging yang cukup potensial untuk memenuhi kebutuhan protein hewani masyarakat (Mangisah, 2003). Ayam Ras Pedaging (Broiler) merupakan jenis ras unggulan hasil persilangan dari bangsa-bangsa ayam yang memiliki daya produktivitas tinggi, terutama dalam produksi daging ayam, dengan waktu pemeliharaan relatif singkat dan menguntungkan, sehingga banyak peternak baru serta peternak musiman yang muncul di berbagai wilayah Indonesia (Rasyaf, 2005).

Kabupaten Bandung merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi tinggi dalam peternakan ayam broiler selain pengkonsumsinya. Menurut data Dinas Peternakan Provinsi Jawa Barat (2018) populasi unggas di daerah Kabupaten Bandung khususnya ayam ras pedaging (broiler) sebesar 3,847,576 juta/tahun sedangkan untuk populasi jenis unggas lainnya di daerah Kabupaten Bandung masih dibawah populasi ayam pedaging (broiler).

Kabupaten Bandung memiliki beberapa kecamatan, salah satunya yaitu Kecamatan Banjaran. Di Kecamatan Banjaran ada pasar tradisional, kios-kios, pedagang keliling dan pasar modern yang menjual daging ayam broiler. Konsumen biasanya membeli daging ayam broiler langsung ke pasar modern atau tradisional atau ke kios-kios penjual daging ayam dan pedagang keliling.

Banyaknya konsumsi ayam ras pedaging (broiler), para pelaku usaha kecil melihat peluang usaha untuk menjual daging ayam broiler pada kios-kios didepan rumah. Para pelaku usaha kecil biasanya langsung membeli di kandang peternak ayam broiler dan menjual di kios dan gerobak depan rumah. Walaupun sama menjual daging ayam broiler tetapi terdapat perbedaan dalam tata cara menawarkan daging ayam broiler tersebut. Perbedaan segmentasi pasar membuat cara penjualan daging ayam broiler menjadi bervariasi. Pandemi virus corona pada awal tahun 2020 mengakibatkan terjadinya PHK besar-besaran, memaksa masyarakat menambah penghasilan dengan membuka UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Salah satu UMKM di Desa Tarajusari Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung adalah menjual daging ayam broiler di kios/gerobak depan rumah.

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai perilaku yang ditunjukkan oleh orang-orang guna merencanakan, membeli, serta menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa. Perilaku konsumen terdiri atas aktivitas-aktivitas yang melibatkan orang-orang ketika menyeleksi, membeli dan menggunakan produk-produk dan jasa sedemikian rupa, sehingga hal tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Winardi, 1991). Sebelum melakukan pembelian daging ayam, seorang konsumen biasanya memiliki harapan atau keinginan yang ingin diperoleh jika mengkonsumsi daging ayam. Atribut yang melekat pada daging ayam

akan mempengaruhi sikap konsumen baik positif maupun negatif dalam perilaku pembelian daging ayam. Konsumen rasional tentu akan memiliki sikap yang positif terhadap atribut daging ayam broiler dengan warna daging yang cerah, bau daging yang tidak amis, tekstur tidak lembek dan masih segar. Selain itu pertimbangan keluarga, kelompok acuan, pengalaman masa lalu terhadap produk, kepribadian dan gaya hidup konsumen (Setiadi, 2003).

Konsumen mempunyai karakteristik berbeda-beda, sehingga membuat pengambilan keputusan melakukan pembelian daging ayam broiler menjadi bervariasi, ada yang membeli di pasar tradisional/modern ada yang membeli di kios-kios di tempat tinggal mereka.

Banyak faktor dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan pembelian. Belum banyak diketahui faktor-faktor apa saja mendorong konsumen untuk tetap loyal membeli daging ayam broiler. Atas dasar latar belakang tersebut menarik perhatian peneliti untuk mengetahui lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam broiler dan sikap konsumen terhadap atribut daging di Desa Tarajusari Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode survey di Desa Tarajusari Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung. pada bulan Juni 2020. Desa ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012) Pertimbangan tersebut berdasarkan pada usaha penjualan daging ayam broiler mempunyai peluang yang menguntungkan. Waktu pengambilan data dilakukan selama satu bulan. Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen daging ayam ras (broiler) baik yang datang secara langsung maupun tidak langsung ke lokasi. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *Accidental Sampling*. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Prosedur pengumpulan data primer dan sekunder. Metode analisis datanya Regresi Linier Berganda dan Multiatribut Fishbein dan pengolahan data menggunakan alat bantu Microsoft Excel 2013 dan SPSS versi 25 (Statistikal Package for the Social Sciens).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi hasil data penelitian adalah tanggapan responden yang mengisi kuesioner faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam broiler (Harga, Lokasi, Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga, dan Kualitas Daging). Kecenderungan jawaban responden atas masing-masing variabel dapat dilihat dari analisis statistik deskriptif dengan Rentang Skala :

$$Rs = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan :

Rs = Rentang Skala

m = Jumlah skor tertinggi pada skala

n = Jumlah skor terendah pada skala

b = Jumlah kategori

$$Rs = \frac{5 - 1}{5} \\ = 0,8$$

Dengan rentang skala 0,8 maka ditentukan kategori sebagai berikut :

- 1,00 – 1,80 = Sangat Rendah (SR)
 1,80 – 2,60 = Rendah (R)
 2,60 – 3,40 = Sedang (S)
 3,40 – 4,20 = Tinggi Sekali (TS)
 4,20 – 5,00 = Sangat Tinggi Sekali (STS)

Tabel 1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga Ayam Broiler di Desa Tarajusari Tahun 2020

Indikator	STS	TS	S	R	SR	Skor	Rata ²
Item 1	0	0	14	6	0	66	3,30
Item 2	0	9	9	2	0	53	2,65
Item 3	0	10	10	0	0	50	2,50
Rata² nilai variabel Harga							2,81

Berdasarkan Tabel 1 yang diperoleh dari kuesioner secara keseluruhan persepsi responden terhadap harga termasuk dalam kategori sedang yaitu sebesar 2,81.

Tabel 2 Tanggapan Responden Terhadap Lokasi Pembelian Ayam Broiler di Desa Tarajusari Tahun 2020

Indikator	STS	TS	S	R	SR	Skor	Rata ²
Item 1	0	0	0	15	5	85	4,25
Item 2	0	0	0	11	9	89	4,45
Item 3	0	11	9	0	0	49	2,45
Item 4	0	0	0	13	7	87	4,35
Rata² nilai variabel Lokasi							3,87

Berdasarkan Tabel.2 terlihat bahwa persepsi responden terhadap lokasi termasuk dalam kategori tinggi yaitu sebesar 3,87. Artinya lokasi pedagang daging ayam broiler sudah sangat baik karena berada pada tempat yang strategis, dekat dan mudah di akses.

Tabel 3 Tanggapan Responden Terhadap Pendapatan untuk Mengkonsumsi Ayam Broiler di Des Tarajusari Tahun 2020

Indikator	STS	TS	S	R	SR	Skor	Rata ²
Item 1	0	0	3	17	0	77	3,85
Item 2	0	0	3	17	0	77	3,85
Item 3	0	0	3	17	0	77	3,85
Item 4	0	1	0	15	4	82	4,10
Rata² nilai variabel Pendapatan							3,91

Berdasarkan data Tabel.3 tentang tanggapan responden terhadap pendapatan mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,91 termasuk dalam kategori tinggi. Artinya pendapatan mereka dikategorikan mampu untuk membeli daging ayam broiler guna dikonsumsi bersama keluarga dan responden setuju pendapatan mempengaruhi pola konsumsi, semakin tinggi pendapatan semakin tinggi juga daya beli responden.

Tabel 4 Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Anggota Keluarga dalam Kaitannya Melakukan Pembelian Ayam Broiler di desa Tarajusari Tahun 2020

Indikator	STS	TS	S	R	SR	Skor	Rata ²
Item 1	0	0	1	13	6	85	4,25
Item 2	1	12	5	1	1	49	2,45
Item 3	1	1	16	1	1	60	3,00
Item 4	0	0	1	17	2	81	4,05
Rata² nilai variabel Jumlah Anggota Keluarga							3,43

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden terhadap kuesioner penelitian jumlah anggota keluarga secara keseluruhan memiliki nilai rata-rata sebesar 3,43. Jumlah anggota keluarga tidak mempengaruhi pola konsumsi keluarga.

Tabel 5 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Daging Ayam Broiler di Desa Tarajusari Tahun 2020

Indikator	STS	TS	S	R	SR	Skor	Rata ²
Item 1	0	0	0	11	9	89	4,45
Item 2	0	0	0	12	8	88	4,40
Item 3	0	0	1	17	2	81	4,05
Item 4	0	0	0	13	7	87	4,35
Rata² nilai variabel Kualitas Daging							4,31

Berdasarkan data diatas secara keseluruhan tanggapan responden terhadap kualitas daging ayam broiler dalam kategori sangat baik karena memiliki nilai rata-rata sebesar 4,31.

Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov*, titik-titik residual yang ada menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dan nilai P-value = 0,200 yang lebih besar dari $\alpha = 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperoleh nilai masing-masing variabel bebas (X) $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser. Berdasarkan analisis data untuk setiap variabel bebas (X) lebih besar dari pada $\alpha = 0,05$ sehingga dapat disimpulkan pada model regresi tidak terjadi gejala heteroskedasitas.

Persamaan Regresi Linier Berganda

Hasil regresi linier diketahui bahwa nilai konstanta sebesar -17,539, koefisien regresi untuk variabel harga daging ayam (X1) sebesar -0,753, variabel lokasi (X2) sebesar 0,802, variabel pendapatan (X3) sebesar 1,475, variabel jumlah anggota keluarga (X4) sebesar 0,235 dan variabel kualitas daging (X5) sebesar 0,267. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -17,539 - 0,753X_1 + 0,802X_2 + 1,475X_3 + 0,235X_4 + 0,267X_5 + e$$

dimana,

Y = Perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam broiler

X1 = Harga daging ayam broiler

X2 = Lokasi penjualan

X3 = Pendapatan konsumen

X4 = Jumlah anggota keluarga

X5 = Kualitas daging ayam broiler

Hasil persamaan diatas, disimpulkan bahwa jika nilai konstanta (α) bernilai negatif yaitu -17,539 artinya apabila variabel-variabel bebas (X) yang terdiri dari harga daging, lokasi, pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan kualitas daging ayam broiler bernilai 0 (nol), maka perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam broiler bernilai -17,539.

Nilai koefisien regresi variabel harga daging ayam broiler (X1) sebesar -0,753 dengan nilai negatif, artinya apabila harga daging ayam broiler mengalami kenaikan satu satuan maka menurunkan pembelian daging ayam broiler sebesar 0,753 dengan asumsi variabel-variabel bebas lainnya tetap sama (tidak berubah).

Nilai koefisien regresi variabel lokasi (X2) sebesar 0,802 dengan nilai positif, artinya apabila lokasi mengalami kenaikan satu satuan maka akan meningkatkan pembelian daging

ayam broiler sebesar 0,802 dengan asumsi variabel-variabel bebas lainnya tetap sama (tidak berubah).

Nilai koefisien regresi variabel pendapatan konsumen (X3) sebesar 1,475 dengan nilai positif, artinya apabila pendapatan konsumen mengalami kenaikan satu satuan maka meningkatkan pembelian daging ayam broiler sebesar 1,475 dengan asumsi variabel-variabel lainnya tetap sama (tidak berubah).

Nilai koefisien regresi variabel jumlah anggota keluarga (X4) sebesar 0,235 dengan nilai positif, artinya apabila jumlah anggota keluarga mengalami kenaikan satu satuan maka meningkatkan pembelian daging ayam broiler sebesar 0,235 dengan asumsi variabel-variabel lainnya tetap sama (tidak berubah).

Nilai koefisien regresi variabel kualitas daging (X5) sebesar 0,267 dengan nilai positif, artinya kualitas daging mengalami kenaikan satu satuan maka meningkatkan pembelian daging ayam broiler sebesar 0,267 satuan dengan asumsi variabel-variabel lainnya tetap sama (tidak berubah).

Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

Berdasarkan hasil data didapat nilai F_{hitung} sebesar 8,997 dengan nilai F_{tabel} adalah 2,96 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $8,997 > 2,96$ dan tingkat signifikan $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa harga daging ayam broiler, lokasi, pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga dan kualitas daging ayam broiler secara signifikan bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam broiler.

Uji t (Parsial)

Variabel bebas (X) dapat dikatakan berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai mutlak $T_{hitung} > T_{tabel}$. Berdasarkan hasil analisis data regresi dapat dijelaskan sebagai berikut : Harga daging ayam (X1) secara individu (parsial) berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam broiler (Y) karena memiliki nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,811 > 2,145$) dan nilai signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$. Lokasi (X2) secara individu (parsial) berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam broiler (Y) karena memiliki nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,316 > 2,145$) dan nilai signifikansi sebesar $0,036 < 0,05$. Pendapatan (X3) secara individu (parsial) berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam broiler (Y) karena memiliki nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($4,298 > 2,145$) dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Jumlah anggota keluarga (X4) secara individu (parsial) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam broiler (Y) karena memiliki nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($1,336 < 2,145$) dan nilai signifikansi sebesar $0,203 > 0,05$. Kualitas daging (X5) secara individu (parsial) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam broiler (Y) karena memiliki nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($1,103 < 2,145$) dan nilai signifikansi sebesar $0,289 > 0,05$.

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R Square adalah 0,763 atau 76,3% artinya harga daging ayam, lokasi, pendapatan, jumlah anggota keluarga, kualitas daging secara simultan mempengaruhi perilaku pembelian daging ayam broiler. Sedangkan sisanya sebesar 23,7% merupakan faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian.

Analisis Multiatribut Fishbein

Metode analisis Fishbein secara singkat menyatakan bahwa sikap seseorang konsumen terhadap suatu objek ditentukan oleh sikapnya terhadap berbagai atribut yang dimiliki oleh objek tersebut. Komponen evaluasi (e_i) mengukur evaluasi konsumen

terhadap atribut daging ayam broiler, sedangkan komponen (bi) mengukur keyakinan/kepercayaan konsumen terhadap atribut daging ayam broiler. Dalam penelitian atribut yang di analisis adalah atribut daging ayam broiler yang terdiri dari warna daging, bau, tekstur dan kesegaran daging.

Komponen Evaluasi Atribut Daging Ayam Broiler

Komponen evaluasi (ei) terhadap atribut daging ayam broiler menjelaskan tentang seberapa penting tingkat atribut daging ayam broiler terhadap konsumen saat membeli daging ayam broiler di Desa Tarajusari Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung. Tabel 6 menjelaskan penilaian responden untuk atribut evaluasi (ei) terhadap atribut daging ayam broiler.

Tabel 6 Penilaian Evaluasi Atribut Daging Ayam Broiler di Desa Tarajusari Tahun 2020

Atribut	STS	TS	S	R	SR	Skor
Warna	0	0	6	8	6	4,00
Bau	0	0	1	14	5	4,20
Tekstur	0	0	1	17	2	4,05
Kesegaran	0	0	0	7	13	4,65

Berdasarkan Tabel 6. menunjukkan skor tertinggi terdapat pada atribut kesegaran sebesar 4,65. Daging ayam broiler yang masih segar pasti memiliki keunggulan dan nilai yang lebih, baik rasa maupun kandungan gizinya sehingga menimbulkan kenikmatan saat dikonsumsi (Arfiansyah, 2015). Kedua bau daging dengan skor 4,20. Konsumen cenderung merasakan kepuasan saat daging ayam yang dikonsumsi memberikan kenikmatan pada indera penciumannya (Arfiansyah, 2015). Ketiga tekstur daging sebesar 4,05. Tekstur merupakan kualitas yang berkaitan erat dengan keempukan daging (Purwati, 2007). Keempat adalah warna daging sebesar 4,00. Sifat produk pangan yang paling menarik perhatian pada konsumen dan paling cepat pula memberikan kesan disukai atau tidak disukai adalah warna (Purwati, 2007).

Komponen Kepercayaan Atribut Daging Ayam Broiler

Tabel 7 menjelaskan tingkat kepercayaan responden terhadap atribut daging ayam broiler di Desa Tarajusari Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung.

Tabel 7 Penilaian Kepercayaan Atribut Daging Ayam Broiler di Desa Tarajusari Tahun 2020

Atribut	STS	TS	S	R	SR	Skor
Warna	0	0	6	10	4	3,90
Bau	0	0	1	14	5	4,20
Tekstur	0	0	2	15	3	4,05
Kesegaran	0	0	0	9	11	4,55

Berdasarkan Tabel 7. Pertama atribut kesegaran dengan nilai skor sebesar 4,55. kemudian atribut bau mendapatkan nilai skor sebesar 4,20. Menurut Ningrum (2011) aroma daging ayam dapat mengindikasikan baik atau tidaknya kualitas daging ayam.

Selanjutnya tekstur daging ayam dengan skor 4,05. Terakhir adalah atribut warna dengan nilai kepercayaan sebesar 3,90.

Sikap Konsumen Terhadap Atribut Daging Ayam Broiler

Sikap konsumen (Ao) didapatkan dengan mengalikan skor nilai kepercayaan (bi) dan nilai skor evaluasi (ei) terhadap atribut daging ayam broiler. Apabila nilai hasil skor perkalian dijumlahkan secara keseluruhan maka mendapatkan nilai total skor secara keseluruhan.

Tabel 8 Hasil Analisis Sikap Multiatribut Fishbein di Desa Tarajusari Tahun 2020

Atribut	Skor Kepercayaan (bi)	Skor evaluasi (ei)	Total Skor
Warna	3,90	4,00	15,60
Bau	4,20	4,20	17,64

Tekstur	4,05	4,05	16,40
Kesegaran	4,55	4,65	21,15
Sikap (Ao) = $\sum$ (bi).(ei)			70,79

Berdasarkan Tabel 8. hasil perhitungan nilai total skor sikap konsumen terhadap atribut daging ayam broiler adalah 70,79 dengan kategori “Baik”. Hal ini dapat dilihat dari rentang skala sebagai berikut :

4	$\leq Ao \leq 23,2$	Sangat tidak baik
23,2	$\leq Ao \leq 42,4$	Tidak baik
42,4	$\leq Ao \leq 61,6$	Biasa saja
61,6	$\leq Ao \leq 80,8$	Baik
80,8	$\leq Ao \leq 100$	Sangat baik

Dalam penelitian terlihat jelas sikap konsumen secara keseluruhan terhadap atribut daging ayam broiler di Desa Tarajusari Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung adalah baik karena berada di rentang skala 61,6 – 80,8 atau bisa diartikan sebagai sikap positif.

SIMPULAN

Faktor- faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam broiler secara nyata adalah harga daging ayam, lokasi dan pendapatan. Sedangkan jumlah anggota keluarga dan kualitas daging tidak mempengaruhi secara nyata dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam broiler. Sikap konsumen terhadap atribut- atribut daging ayam broiler di Desa Tarajusari Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung adalah kategori “Baik” atau “Positif” dalam arti lain konsumen menerima dengan baik terhadap atribut daging ayam broiler yang dijual oleh pedagang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Bale Bandung dan Dekan Fakultas Pertanian yang telah memfasilitasi penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfiansyah, C. 2015. *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Nilai Atribut Daging Ayam Pedaging Di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember*. Skripsi. Manajemen Bisnis Unggas. Fakultas Peternakan. Polekteknik Negeri Jember. Jember.
- Dinas Peternakan Provinsi Jawa Barat. 2018 [Online]. (Diakses tanggal 20 Maret 2020).
- Mangisah, I. 2003. *Pemanfaatan Kunyit (Curcuma Domestica) dan Temulawak (Curcuma Xanthorrhiza Roxb) Upaya Menurunkan Kadar Kolesterol Daging Ayam Broiler*. Jateng : Balitbang.
- Ningrum, Serafina. 2011. *Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Ayam Ras di Pasar Tradisional Kabupaten Karanganyar*. Skripsi. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Univeristas Sebelas Maret.
- Priyatno, M. A. 2003. *Mendirikan Usaha Pemotongan Ayam*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Purwati. 2007. *The Effectivity of Polypropylene Rigid Air-Tight Films In Inhibiting Quality Changes of Chicken and Beef During Frozen Storage*. Skripsi. IPB Bogor.
- Rasyaf, M. 2005. *Pengelolaan Usaha Peternakan Ayam Kampung*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- _____. 2007. *Beternak Ayam Broiler*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Setiadi, J. Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kulitatif, Kunatitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Winardi. 1991. *Marketing dan Perilaku Konsumen*. Bandung: Mandar Maju.