

Analisis Perilaku Konsumen dalam Membeli Daging Sapi di Kota Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara (Studi Kasus RPH dan Pasar Baru)

Resty Maria Bainhana^a, Stefanus Sio^b dan Kristoforus Wilson Kia^c

^aFakultas Pertanian, Universitas Timor, Kefamenanu, TTU – NTT, Indonesia, email: restybainhana060@gmail.com

^bFakultas Pertanian, Universitas Timor, Kefamenanu, TTU – NTT, Indonesia, email: stefio67@gmail.com

^cFakultas Pertanian, Universitas Timor, Kefamenanu, TTU – NTT, Indonesia, email: willyamkia10@gmail.com

Article Info

Article history:

Received 05 Oktober 2019

Received in revised form 01 Juli 2020

Accepted 27 Januari 2021

DOI:

<https://doi.org/10.32938/ja.v5i1.672>

Keywords:

Kualitas daging sapi

Selera konsumen

Harga

Abstrak

Penelitian telah dilaksanakan di Rumah Potong Hewan (RPH) Kabupaten TTU dan Pasar Baru Kota Kefamenanu terhitung bulan Oktober sampai dengan November 2018. Penelitian ini bertujuan untuk melihat perilaku konsumen dalam membeli daging, baik itu dari segi kualitas daging, selera konsumen dalam memilih daging dan juga harga. Metode yang digunakan adalah metode survey dengan pendekatan deskriptif dan metode korelasional. Metode deskriptif bertujuan membuat deskripsi atau gambaran mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan dari fenomena yang diselidiki pada suatu populasi atau daerah tertentu secara sistematis, faktual, dan akurat. Metode korelasional merupakan kelanjutan dari metode deskriptif yang bertujuan mempelajari hubungan secara statistik antara variabel-variabel yang diteliti. Variabel yang diamati yaitu selera konsumen dimana pembeli daging sapi baik di pasar baru maupun di Rumah Potong Hewan (RPH) Kota Kefamenanu lebih memilih daging sapi segar berwarna merah sedikit kecoklatan dengan warna lemak yang melekat pada daging putih, berlemak daging sedikit, beraroma khas daging atau tidak berbau dan tekstur daging halus. Sebagian besar konsumen memilih daging sapi bagian has karena tekstur yang lembut berisi padat sedikit lemak, dan kebanyakan konsumen yang membeli daging sapi untuk usaha baik itu untuk warung, menjual bakso atau salome dengan kisaran pembelian daging antara 1 sampai 4 kg keatas setiap hari. Untuk alasan harga konsumen merasa tidak berpengaruh dalam membeli daging sapi akan tetapi sistem penawaran merupakan hal penting dalam pembelian daging dan kepuasan akan harga dirasakan sudah cukup oleh konsumen saat ini dikarenakan ketersediaan daging sapi yang cukup dengan harga yang terjangkau.

1. Pendahuluan

Daging adalah semua jaringan hewan dan semua produk hasil pengolahan jaringan-jaringan tersebut yang sesuai untuk dimakan serta tidak menimbulkan gangguan kesehatan bagi yang memakannya (Aberle *et al.*, 2001). Menurut Lawrie (2003), daya terima konsumen terhadap daging dipengaruhi oleh keempukan, *juiciness*, dan selera. Keempukan merupakan salah satu indikator dan faktor utama pertimbangan bagi konsumen dalam memilih daging yang berkualitas baik.

Salah satu kebutuhan pangan yang mampu menunjang gizi yaitu daging sapi. Sapi merupakan penghasil daging utama di Indonesia. Kesadaran masyarakat akan pentingnya memenuhi kebutuhan gizi yang berasal dari daging hewani khususnya daging sapi meningkat, hal ini dipicu oleh tingkat kesejahteraan hidup masyarakat yang meningkat sesuai dengan pendapatan dan pendidikannya. Hal ini sesuai dengan pendapat Ilham (2001), bahwa pola konsumsi masyarakat terhadap daging sapi tidak hanya ditentukan oleh pendapatan, tetapi juga ditentukan tingkat pendidikan dan aksesibilitas terhadap fasilitas social ekonomi yang ada. Hal ini dapat dilihat dari perilaku konsumen dalam membeli daging sapi.

Menurut Pramono (2001), beberapa faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam memilih daging di pasaran diantaranya bentuk daging segar, daging dingin, daging beku, daging olahan, dan daging yang sudah masak, bagian daging yang dikelompokkan berdasarkan harga, pertama adalah daging has dalam, kemudian daging has luar, daging paha, daging iga, daging kepala, jeroan serta tetelan dan cara memilih daging, biasanya konsumen memilih daging dengan menggunakan indera penglihatan, penciuman dan indera peraba. Selain itu ada juga konsumen yang memilih daging dengan melihat ada atau tidaknya lemak atau darah dan ada juga yang mempercayakan pilihannya pada penjual daging. Ditinjau dari segi kesehatan cara pemilihan daging yang paling baik adalah dengan melihat warna dan tekstur daging serta dengan melakukan penciuman, tanpa melakukan perabaan. Astawan (2007) mengemukakan bahwa ciri-ciri kualitas daging sapi yang baik adalah warna merah cerah, serabut daging halus tetapi tidak mudah hancur dan sedikit berlemak, tekstur daging yang masih segar terasa masih kenyal, bau dan rasa.

Penyediaan daging sapi di Pasar Baru dan RPH Kabupaten TTU dengan berbagai macam atribut akan mempengaruhi keputusan beli konsumen. Konsumen menginginkan daging sapi sesuai dengan preferensinya. Dalam melakukan pembelian daging sapi, konsumen akan selalu memperhatikan atribut-atribut yang melekat pada daging sapi. Oleh karena itu, produsen atau pemasar daging sapi di Kabupaten TTU dituntut untuk mengetahui apa yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen dan memberikan yang terbaik sesuai dengan preferensi konsumen terhadap daging sapi.

2. Metode

2.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Baru dan RPH Kota Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara, selama 1 bulan dari bulan September 2018 sampai dengan Oktober 2018.

2.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan pendekatan deskriptif dan metode korelasional. Metode deskriptif bertujuan membuat deskripsi atau gambaran mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan dari fenomena yang diselidiki pada suatu populasi atau daerah tertentu secara sistematis, faktual, dan akurat. Metode korelasional merupakan kelanjutan dari metode deskriptif yang bertujuan mempelajari hubungan secara statistik antara variabel-variabel yang diteliti (Nazir, 2003).

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Convenience Sampling*. Wibisono (2003) mendefinisikan dalam teknik ini, yang diambil sebagai anggota sampel adalah orang-orang yang mudah ditemui atau yang berada pada waktu yang tepat, mudah ditemui dan dijangkau. Cara pengambilan sampel adalah dengan mendapatkan informasi dari anggota populasi yang sewaktu-waktu bersedia untuk memberikan informasi yang dibutuhkan. Pengambilan sampel untuk mengetahui perilaku konsumen dengan menggunakan formulasi: $n = 5 K$. Keterangan: n = jumlah sampel, K = variabel

Berdasarkan formulasi tersebut dapat ditentukan bahwa variabel yang telah diteliti berjumlah 3 variabel, sehingga jumlah sampel yang digunakan untuk analisis sebanyak 50 sampel. Adapun kriteria yang digunakan untuk menjadi responden agar data yang didapat lebih akurat, yaitu responden sedang membeli atau pernah melakukan pembelian daging sapi. Variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah kualitas daging sapi, selera konsumen terhadap daging sapi dan harga.

2.3 Variabel Penelitian

Variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah kualitas daging sapi, selera konsumen terhadap daging sapi dan harga.

2.4 Analisis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini ditabulasi dan di analisis untuk nilai rata-rata simpangan baku dan standar deviasi menurut (Sudjana, 2005). Rata-rata

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{X} = Nilai pengamatan atau rata-rata sampel

$\sum_{i=1}^n x_i$ = Jumlah pengamatan ke-i

N = Jumlah sampel

Simpangan baku atau standar deviasi

$$S = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{X})^2}{n-1}}$$

Keterangan

S = Standar Deviasi atau Simpangan Baku

Σ = Penjumlahan

X_i = Nilai pengamatan ke-i

n = Jumlah sampel

Analisis data yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen daging sapi di kota Kefamenanu meliputi: Kualitas daging sapi (x_1), selera konsumen (x_2) dan pengaruh harga (x_3).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu karakteristik yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap suatu produk (Dasipah, 2010). Penelitian ini menggunakan 50 responden sebagai sampel. Tabel 1 menyajikan karakteristik responden daging sapi menurut jenis kelamin.

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah responden perempuan sebanyak 31 orang, sedangkan 19 orang responden berjenis kelamin laki-laki. Hal ini sangat berkaitan dengan budaya di Kabupaten TTU bahwa

pada umumnya perempuanlah yang biasanya berbelanja (Studi kasus pasar baru dan RPH kefarmenan) karena perempuan mempunyai peran penting dalam mengatur konsumsi rumah tangga. Selain itu, perempuan cenderung lebih memperhatikan kebutuhan dan kesehatan anggota keluarganya serta lebih peka terhadap stimulasi (stimulus) baik yang berupa informasi maupun promosi terkait dengan penawaran daging sapi di pasar tradisional. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa peran perempuan dalam pembuatan suatu keputusan pembelian daging sapi sangat besar. Meskipun demikian, tidak menutup kemungkinan bagi laki-laki untuk memperhatikan konsumsi rumah tangga termasuk dalam menjaga kesehatan keluarga.

Tabel 1. Karakteristik responden menurut jenis kelamin di kabupaten Timor Tengah Utara

Keterangan	Jumlah (Orang)
Laki-laki	19
Perempuan	31
Total	50

3.2 Karakteristik Responden Menurut Kelompok Umur

Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan umur (Simamora, 2004). Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik responden di Kabupaten TTU (studi kasus RPH dan Pasar Baru) menurut umur

No	Kelompok Umur (tahun)	Jumlah (orang)
1	25-34	15
2	35-44	17
3	45-54	11
4	55-65	7
Total		50

Responden yang membeli daging sapi juga lebih banyak antara umur 25-34 tahun. Kelompok umur tersebut merupakan kelompok umur yang sudah dewasa, sehingga cenderung berpikir rasional dalam mengambil keputusan pembelian daging sapi. Menurut Dasipah (2010), usia dapat mempengaruhi perilaku konsumen, semakin bertambah usia seseorang kondisi fisiknya akan semakin menurun, tetapi kesadaran pentingnya arti kesehatan akan semakin meningkat. Karakteristik responden berdasarkan umur tersebut dapat membantu produsen atau pemasar dalam mengetahui golongan umur responden yang terbanyak mengkonsumsi daging sapi. Hal tersebut dapat menjadi pertimbangan dalam menentukan pasar sasaran dan strategi dalam memasarkan daging sapi.

3.3 Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan selain menentukan seseorang dalam menerima pengetahuan dan informasi juga dapat mempengaruhi nilai-nilai yang dianutnya, cara berpikir, cara pandang bahkan persepsinya terhadap suatu masalah. Responden yang memiliki pendidikan yang lebih baik akan sanga responsif terhadap informasi. Selain itu, pendidikan juga mempengaruhi responden dalam menentukan pilihan produk maupun merek (Sumarwan, 2003). Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan tersaji pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik responden di Kabupaten TTU (studi kasus RPH dan Pasar Baru) menurut tingkat pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)
1	SD	5
2	SMP	7
3	SLTA	24
4	S1	14
Total		50

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden berpendidikan S1 sebanyak 14 responden, sedangkan yang berpendidikan SLTA sebanyak 24 responden. Dengan pengetahuan yang luas, maka responden lebih memperhatikan factor gizi dan pentingnya kesehatan yang salah satunya dengan penambahan protein, vitamin, dan mineral termasuk pemilihan daging sapi dalam menu konsumsi. Selain itu, dengan luasnya pengetahuan yang dimiliki, responden akan lebih teliti dalam memilih daging sapi yang masih segar maupun yang sudah tidak segar sehingga sangat penting bagi produsen untuk memperhatikan apa yang menjadi kesukaan responden dalam membeli daging sapi kaitannya dengan pengetahuan yang dimiliki responden.

3.4 Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden daging sapi di Kabupaten TTU memiliki pekerjaan yang beragam. Selengkapnya terlihat pada Tabel 4.

Responden yang memiliki latar belakang pekerjaan yang cukup beragam ini akan memunculkan perilaku dalam kaitannya dengan preferensi mereka dalam mengambil keputusan membeli daging sapi. Hal ini terjadi karena daging

sapi merupakan salah satu pangan yang memiliki protein tinggi sehingga baik untuk kesehatan anggota keluarga.

Tabel 4. Karakteristik Responden di Kabupaten TTU (studi kasus RPH dan Pasar Baru) menurut status pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)
1	Wirusaha (penjual salome, warung, penjual dendeng dan penjual bakso)	15
2	Wiraswasta	8
3	Ibu rumah tangga	13
4	PNS	4
5	Petani	3
6	Pegawai kantoran	4
7	Guru	3
Total		

3.5 Karakteristik Responden Menurut Pendapatan Rumah Tangga

Pendapatan merupakan imbalan yang diterima oleh seseorang dari pekerjaan yang dilakukannya untuk mencari nafkah. Pendapatan biasanya diterima dalam bentuk uang. Pendapatan adalah sumberdaya material yang sangat penting bagi responden karena dengan pendapatan itulah responden dapat membiayai konsumsinya termasuk konsumsi terhadap daging sapi. Tabel 5 menunjukkan karakteristik responden menurut tingkat pendapatan per kapita rumah tangga.

Tabel 5. Karakteristik responden di Kabupaten TTU (studi kasus RPH dan Pasar Baru) menurut tingkat pendapatan per kapita rumahtangganya

No	Pendapatan (Rp)	Jumlah (orang)
1	500.000 - 1.000.000	23
2	1.100.000 - 2.000.000	19
3	2.100.000 - 4.000.000	8
Total		50

Tabel 5 menunjukkan bahwa minat akan konsumsi daging sapi yang tinggi tidak berpengaruh pada pendapatan rumah tangga, hal ini terlihat jelas bahwa pendapatan rumah tangga dengan kisaran Rp 500.000 - Rp 1.000.000 berbeda nyata dengan pendapatan keluarga antara Rp 1.100.000 - Rp 2.000.000.

3.6 Karakteristik Responden Menurut Jumlah Anggota Keluarga

Anggota keluarga pembeli dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembelian. Anggota keluarga saling mempengaruhi dalam keputusan pembelian dan konsumsi, dalam hal ini konsumsi daging sapi.

Tabel 6. Karakteristik responden di Kabupaten TTU (studi kasus RPH dan Pasar Baru) menurut Jumlah anggota rumah tangga

No	Jumlah anggota rumah tangga (orang)	Jumlah (jiwa)
1	2	5
2	3	11
3	4	13
4	5	12
5	6	7
6	7	11
7	8	1
Total		50

Tabel 6 menunjukkan bahwa responden daging sapi di Kabupaten TTU yang jumlahnya paling banyak memiliki anggota rumah tangga sejumlah 3 orang yaitu sebanyak 8 responden. Jumlah anggota rumah tangga biasanya menjadi pertimbangan dalam melakukan pembelian daging sapi terutama banyaknya daging sapi yang dibeli. Semakin banyak jumlah anggota keluarga, maka kemungkinan pengambilan keputusan dipengaruhi oleh anggota keluarga tersebut akan semakin besar sehingga karakteristik responden ini perlu diperhatikan agar dapat mengetahui proses pengambilan keputusan dalam mengkonsumsi daging sapi.

3.7 Kualitas daging sapi

Faktor utama perilaku konsumen dalam membeli daging sapi adalah kualitas daging sapi. Kualitas daging sapi selalu menjadi pertimbangan penting untuk pengambilan keputusan dalam membeli daging sapi. Kualitas daging sapi yang sering menjadi pertimbangan para konsumen terlihat pada Tabel 7.

3.7.1 Warna Daging

Warna daging yang baik untuk daging sapi adalah jika daging tersebut berasal dari sapi dewasa dengan warna daging merah terang. Sedangkan untuk daging sapi muda, warna daging yang baik adalah kecokelatan merah muda. Beberapa faktor tersebut adalah spesies, usia, jenis kelamin hewan, cara memotong daging, water holding (air yang dikandung) kapasitas daging, pengeringan pada permukaan daging, pembusukan pada permukaan daging, dan cahaya yang mengenai permukaan daging. Warna daging bervariasi tergantung dari jenis hewan secara genetik dan usia, seperti daging sapi potong lebih gelap

daripada daging sapi perah, daging sapi muda lebih pucat dari daging sapi dewasa. Perlakuan yang kasar dalam penanganan pemotongan hewan juga akan menyebabkan stres pada hewan dan menghasilkan kualitas daging yang rendah terutama warna daging. Dari **Tabel 7**, warna daging terlihat jelas akan rendahnya pemahaman konsumen dalam memilih warna daging. Hal ini dikarenakan perubahan warna daging menjadi merah muda tidak semata-mata tentang lama pengawetan atau daging tidak segar lagi akan tetapi lewat umur juga merupakan salah satu penentu warna daging.

Tabel 7. Kualitas daging sapi di Kabupaten TTU (studi kasus RPH dan Pasar Baru) menurut pendapat responden

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Warna daging		
	Buruk(1-3)	1	2%
	Baik (4-6)	24	48%
2	Sangat baik (7-9)	25	50%
	Warna lemak daging		
	Sangat baik (1-3)	50	100%
3	Baik (4-6)	0	0%
	Buruk (7-9)	0	0%
	Kandungan lemak daging		
4	Banyak	1	2%
	Sedikit	41	82%
	Tidak ada	8	16%
5	Aroma		
	Berbau khas daging	50	100%
	Tidak berbau khas daging	0	0%
6	Tekstur		
	Halus	25	50%
	Sedang	15	30%
	Kasar	10	20%

3.7.2 Warna lemak sapi

Lemak daging yang berasal dari sapi muda akan berwarna putih kekuningan, sedangkan lemak yang berasal dari sapi tua akan berwarna kekuningan. Pemilihan warna lemak daging oleh konsumen adalah warna putih sampai sedikit kekuningan dan sebagian dari konsumen menyesuaikan warna lemak dengan yang sudah tersedia di pasar.

3.7.3 Kandungan lemak dalam daging

Kandungan lemak daging sapi yang disukai responden yaitu daging sapi yang mempunyai kandungan lemak sedikit. Responden memilih kandungan lemak sedikit karena alasan kesehatan juga sebagian besar dari responden mengatakan bahwa daging sapi yang terlalu banyak lemak cukup membosankan. Kebutuhan lemak dalam daging juga hanya untuk menambah rasa gurih dan khas yang keluar dari daging sapi.

Lemak daging sangat diperlukan untuk membantu mempengaruhi rasa dan tekstur daging sapi. Lemak daging sapi yang ideal adalah berwarna putih dan dapat membantu meningkatkan kelembutan daging, juiciness, dan tastiness karena lemak akan meleleh di dalam daging ketika proses pemasakan. Hal ini sesuai **Merthayasa et al. (2015)**, marbling memiliki efek yang kuat pada juiciness daging, rasa, dan memiliki efek positif pada kelembutan daging.

Kandungan lemak daging sapi yang disukai responden di Kabupaten TTU (studi kasus RPH dan Pasar Baru) yaitu daging sapi yang mempunyai kandungan lemak sedikit. Alasan responden memilih kandungan lemak sedikit karena apabila daging tersebut dimasak akan lebih gurih bila dibandingkan daging sapi tanpa lemak dan lebih baik untuk kesehatan daripada daging sapi dengan kandungan lemak banyak.

3.7.4 Aroma

Faktor yang mempengaruhi rasa adalah aroma yang terdeteksi oleh hidung. Aroma yang tidak normal biasanya akan segera tercium sesudah hewan dipotong. Hal itu dapat disebabkan oleh adanya kelainan antara lain hewan sakit dan hewan dalam pengobatan. Hewan yang sakit, terutama yang menderita radang bersifat akut pada organ dalam, akan menghasilkan daging yang berbau seperti mentega tengik. Sedangkan hewan dalam masa pengobatan terutama dengan pemberian antibiotik, akan menghasilkan daging yang berbau obat-obatan. Aroma daging sapi sangat berpengaruh terhadap keputusan responden dalam membeli daging sapi. Sebanyak 50 responden yang ditanyai berpendapat bahwa daging yang sudah berbau tidak wajar seperti bau daging pada umumnya membuat responden tidak membeli karena akan mengurangi kualitas juga rasa dari daging yang nantinya akan masak. Responden juga berpenapat bahwa daging yang sudah berbau anyir atau busuk menandakan bahwa daging tersebut sudah lama atau basi dan tidak layak dikonsumsi lagi.

3.7.5 Tekstur

Standar tekstur daging terdiri atas tiga skor yaitu halus, sedang dan kasar (**SNI, 2008**). Ditinjau dari tekstur yang ideal adalah berserat kecil dan halus, serta daging tersebut ketika tersentuh oleh tangan dapat kembali lagi ke bentuk semula (firmly). Daging dengan ciri-ciri tersebut menandakan bahwa daging empuk dan berkualitas baik serta ditunjukkan oleh tekstur pada daging sapi impor. Hal ini sesuai dengan **Soeparno (2005)**, faktor lain yang mempengaruhi kelembutan daging adalah umur ternak, jumlah jaringan ikat, cara penanganan

daging sebelum dan setelah penyembelihan, serta cara pemasakan daging. Tekstur daging sapi yang berserat banyak, kasar, dan persentase uratnya lebih banyak dibandingkan lemak, menandakan bahwa daging tersebut kurang baik kualitasnya untuk dikonsumsi karena berasal dari sapi pekerja atau sapi yang tua. Dari penelitian ini sebagian besar pembeli daging sapi lebih memilih tekstur daging halus karena selain kualitas dagingnya baik juga lebih mempermudah saat pengunyahan dan ketika dimasak lebih cepat matang.

3.8 Selera Konsumen

Selain kualitas daging sapi salah satu factor penentu konsumen membeli daging sapi adalah selera. Di dalam selera konsumen terdapat banyak motivasi dalam membeli daging sapi baik itu motivasi membeli daging karena kebiasaan dalam rumah ataupun untuk usaha. **Tabel 8** memperlihatkan berbagai pendapat konsumen sesuai motivasi dalam membeli daging sapi.

Tabel 8. Selera konsumen di Kabupaten TTU (studi kasus RPH dan Pasar Baru) menurut pendapat responden

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Bagian daging sapi		
	Paha	12	24
	Tulang	15	30
	Has	34	68
2	Jeroan	4	8
	Motivasi beli daging		
	Budaya daerah	0	0
	Kebiasaan	3	6
3	Pesta	1	2
	Konsumsi rumah tangga	30	60
	Usaha	12	24
	Kesengajaan	3	6
4	Kebutuhan	1	2
	Kebutuhan daging/bulan		
	<1 kg	21	42
	1-2 kg	19	38
5	3-4 kg	6	12
	>4 kg	4	8
	Frekuensi beli daging		
	Setiap hari	6	12
6	Seminggu sekali	10	20
	2 minggu sekali	5	10
	Tidak tentu	29	58

3.8.1 Bagian daging sapi

Bagian daging sapi dapat dibedakan menjadi daging sapi bagian atas (terdiri dari paha depan, daging iga, has dalam, has luar, tanjung, lamosir, penutup/paha belakang, punuk, T-Bone, hidung sapi, lidah sapi, buntut sapi, leher sapi, kepala) dan daging sapi bagian bawah (terdiri dari sanding lamur, sancan, sengkeng, gandik, kelapa, kaki sapi, tetelan). Dalam penelitian ini konsumen lebih banyak membeli daging bagian has karena bagi responden bagian tersebut berisi padat, tekstur daging yang lembut tidak berurat dan lemak yang terkandung dalam daging bagian has sedikit. Bagian tulang biasa di gunakan konsumen untuk membuat sup sedangkan bagian bagian paha tidak terlalu banyak peminat seperti bagian has Karena tekstur daging yang berurat dan keras, sedangkan bagian jeroan hanya digunakan sebagai lawar (sebutan lokal) untuk konsumen.

3.8.2 Motivasi membeli daging

Setiadi (2003) mendefinisikan, motivasi konsumen adalah keadaan didalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai suatu tujuan. Adanya motivasi pada diri seseorang akan menunjukkan perilaku yang diarahkan pada suatu tujuan untuk mencapai sasaran kepuasan. Perilaku konsumen ketika membeli daging tergantung pada situasi saat termotivasi untuk membeli daging baik itu untuk usaha, konsumsi dalam rumah atau bertepatan dengan acara pesta. Akan tetapi penentuan motivasi dalam membeli daging dari penelitian ini lebih banyak mengarah kepada konsumsi dalam rumah. Hal ini di karenakan minat konsumsi daging dalam rumah yang tinggi.

3.8.3 Kebutuhan daging per bulan

Tabel 8 menunjukkan bahwa responden daging sapi di Kabupaten TTU sebagian besar membeli daging sapi sebesar kurang dari 1 kilogram (rata-rata 500 gram) karena jumlah tersebut sudah dapat mencukupi kebutuhan keluarga yang rata-rata memiliki 4-5 anggota keluarga, lalu diikuti dengan pembelian daging antara 1-2 kg sebanyak 19 orang yang sebagian besar adalah para pengusaha kecil sedangkan pembelian daging kisaran 3-4 kg dan >4 kg keatas adalah para pengusaha besar yang membutuhkan daging dalam jumlah banyak.

3.8.4 Frekuensi beli daging per bulan

Daging sapi terdiri dari 75% air, 19% protein, 3,5% substansi non protein yang larut, dan 2,5% lemak (**Lawrie, 2003**). Dari keterangan ini membuktikan bahwa daging sapi sangat baik untuk dikonsumsi oleh semua kalangan umur dan baik untuk tubuh manusia. **Tabel 8** menunjukkan bahwa frekuensi membeli daging sapi oleh responden Kabupaten TTU sangat

beragam. Sebagian besar responden daging sapi frekuensi pembeliannya adalah tidak tentu sebanyak 29 orang, seminggu sekali 10 orang, 2 minggu sekali 5 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden tidak terlalu sering atau hanya kadang-kadang dalam mengkonsumsi daging sapi.

Responden yang melakukan pembelian tidak tentu berarti responden tersebut tidak mempunyai jadwal-jadwal khusus dalam melakukan pembelian daging sapi, selain itu juga tergantung dari kondisi keuangan yang dimiliki responden. Namun sebagian dari itu adalah para pengusaha yang membeli daging dengan waktu tidak tentu, tergantung dari banyaknya minat beli konsumen pada usaha yang dijalankan baik itu dalam bentuk olahan bakso, salome atau usaha warung. Pembelian daging sapi setiap hari sebanyak 6 orang adalah pengusaha yang dalam usahanya membutuhkan daging sapi setiap hari demi kelancaran usaha yang dijalankan responden.

3.9. Harga

Harga daging sapi didalam negeri yang terus meningkat dari tahun ke tahun terkait meningkatnya permintaan yang tidak sebanding dengan penawaran. Selain itu faktor-faktor yang menentukan perubahan harga adalah impor daging sapi terkait dengan harga daging sapi dunia, inflasi, nilai tukar. Harga daging sapi nasional dipengaruhi oleh harga yang berlaku di beberapa kota besar dalam negeri, setiap menjelang lebaran terjadi kenaikan permintaan sehingga menyebabkan harga juga meningkat (Nugrayasa, 2013 dikutip Rusdianto dan Mayang, 2014).

Tabel 9. Pengaruh harga di Kabupaten TTU (studi kasus RPH dan Pasar Baru) menurut pendapat responden

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pengaruh harga terhadap volume daging dan kepuasan pembeli		
	Berpengaruh	27	54
2	Tidak berpengaruh	23	46
	Pengaruh penawaran		
3	Berpengaruh	37	74
	Tidak berpengaruh	13	26

3.9.1 Pengaruh harga terhadap volume daging dan kepuasan

Harga daging di pasaran mulai dari harga Rp10.000-Rp 85.000, dengan pembagian daging per kg seharga Rp 85.000 dan harga daging sapi Rp 10.000 adalah harga eceran di mana bagian daging sapi sudah dikurangi volumenya. Hal ini dilakukan para penjual daging agar para pembeli yang tidak mempunyai cukup uang untuk membeli daging per kg dapat membeli dengan harga yang lebih terjangkau. Sebagian besar dari responden berpendapat bahwa harga tidak berpengaruh terhadap banyaknya volume daging yang akan dibeli. Hal ini karena ketersediaan daging oleh pedagang yang sesuai dengan pendapatan dan sejauh ini masih relative murah juga mudah dijangkau oleh responden. Untuk kepuasan harga, konsumen daging merasa puas dengan harga daging sapi. Hal ini disebabkan oleh ketersediaan daging sapi oleh pedagang dengan harga yang relative murah dan bisa di jangkau oleh semua kalangan masyarakat.

3.9.2 Pengaruh penawaran

Penawaran harga sangat berpengaruh besar terhadap keputusan responden dalam membeli daging. Bagi responden, adanya penawaran dapat memperoleh harga yang lebih pas juga penawaran adalah hal penting dalam membeli suatu barang. Dalam pemasaran, system tawar-menawar adalah hal yang wajib dilakukan saat berbelanja, juga ada kepuasan tersendiri bagi responden saat menawar daging sapi untuk di beli. Bagi konsumen lebih memilih membeli daging di pasar ketimbang membeli di RPH karena jika membeli daging di pasar maka harga daging masih dapat ditawar sedangkan harga daging di RPH sudah tidak dapat di tawar lagi.

4. Simpulan

Dapat disimpulkan bahwa daging sapi yang menjadi preferensikonsumen di pasar Baru Kota Kefamenanu dan RPH Kabupaten TTU adalah daging sapi segar yang berwarna merah sedikit kecoklatan, warna lemak putih, mempunyai kandungan lemak sedikit, beraroma khas daging dan tidak berbau busuk atau anyir serta bertekstur daging halus. Sebagian besar konsumen memilih daging sapi bagian has karena tekstur yang lembut berisi padat, sedikit lemak, dan kebanyakan konsumen yang membeli daging sapi adalah para ibu-ibu. Untuk alas an harga konsumen merasa tidak berpengaruh dalam membeli daging sapi akan tetapi system penawaran merupakan hal penting dalam pembelian daging dan kepuasan akan harga dirasakan sudah cukup oleh konsumen saat ini dikarenakan ketersediaan daging sapi yang cukup dengan harga yang terjangkau. Atribut daging sapi yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian daging sapi di pasar baru dan RPH Kabupaten TTU berturut-turut dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah warna daging, warna lemak, bagian daging, dan kandungan lemak, bagian tubuh ternak, aroma, tekstur, motivasi dalam membeli daging dan harga.

Pustaka

- Aberle, H.B., J.C. Forrest, E.D. Gerrad, dan R.A Merkel. 2001. *Principles of MeatScience*. Kendall/ Hunt Publishing Company. United States of America.
<https://lifestyle.kompas.com/read/2020/07/30/092143620/mengapa-remaja-perlu-makan-daging?page=all>
- Badan Standar Nasional. 2008. (SNI) 3932:2008. Mutu Karkas dan Daging Sapi. Jakarta.
- Dasipah, E. 2010. Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Sayuran di Pasar Modern Kota Bekasi. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, 1 (2) : 24-37.
- Ilham, N. 2001. Analisis Penawaran dan Permintaan Daging Sapi di Indonesia. Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Departemen Pertanian, Bogor
- Lawrie, R.A. 2003. Ilmu Daging. Edisi Kelima. Penerbit Universitas Indonesia. Jakarta.
- Merthayasa, J.D., I.K. Suada., K.K. Agustina. 2015. Daya ikat air, pH, warna, bau dan tekstur daging sapi bali dan daging wahyu. *Indonesia medicus veterinus*. 4 (1) : 16-24.
- Nazir, M. 2003. Metode Penelitian. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Pramono, A. 2001. Perilaku Konsumen Rumah Tangga Dalam Memilih Daging Sapi di Perumahan Bumi Indra Prasta Bogor. Fakultas Kedokteran Hewan IPB, Bogor.
- Rusdianto, S.W dan F.S. Mayang. 2014. Peramalan harga ternak sapi berdasarkan indeks perubahan harga. *Informatika pertanian*, 23 (2) : 169-174.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenada Media.
- Simamora, B. 2004. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Soeparno. 2005. Ilmu dan teknologi daging. Gajah Mada University press. Yogyakarta
- Sumarwan. 2003. Perilaku Konsumen,Teori,dan Aplikasinya. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Sudjana. 2005. Metode Statiska. Bandung: Tarsito.
- Wibisono, D. 2003. Riset Bisnis Panduan bagi Praktisi dan Akademis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.