



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.



Preferensi Kosumen Berdasarkan Kualitas dan Berat Karkas Ayam Beku di Showroom MBC

Abd. Muthalib¹, Sitti Sohrah¹, Rusni Fitri Y. Rusman¹, Ahfandi Ahmad²

¹Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan, Universitas Muslim Maros

²Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sinjai

Email: sittisohrah@umma.ac.id

Corresponding Author: Sitti Sohrah, Universitas Muslim Maros, Email: sittisohrah@umma.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen karkas ayam broiler beku di showroom Maiwa Breeding Center (MBC). Penelitian di laksanakan pada bulan maret sampai dengan april 2021. Penelitian menggunakan teknik sampel jenuh, Populasi pada penelitian ini adalah konsumen karkas ayam broiler beku dengan jumlah 24 konsumen. Teknik analisis data menggunakan skala likert dan metode interval. Hasil penelitian mengenai preferensi konsumen karkas ayam broiler beku di showroom maiwa breeding center (MBC). Indeks peresentase dari dua variabel yang diteliti yaitu kualitas karkas 88,33% dan berat karkas 85,33%. Kedua hasil dari variabel tersebut berada pada interval 80 – 100 % yang menunjukkan bahwa responden penelitian menunjukkan respon sangat suka.

Kata Kunci: Karkas Ayam Beku, MBC, Preferensi

ABSTRACT

This study aims to determine consumer preferences for frozen broiler carcasses at the Maiwa Breeding Center (MBC) showroom. The study was carried out from March to April 2021. The study used a saturated sample technique. The population in this study was frozen broiler carcass consumers with a total of 24 consumers. The data analysis technique used a Likert scale and interval method. The results of the study on consumer preferences for frozen broiler carcasses at the Maiwa Breeding Center (MBC) showroom. The percentage index of the two variables studied were 88.33% carcass quality and 85.33% carcass weight. The two results of these variables are in the 80-100% interval which indicates that the research respondents show a very like response.

Keywords: Frozen Chicken Carcass, MBC, Preference

PENDAHULUAN

Ayam broiler yang di kenal sebagai ayam potong salah satu jenis ras unggulan hasil persilangan bangsa-bangsa ayam yang memiliki produktivitas tinggi yaitu dalam memproduksi daging ayam. Ayam Broiler yang dikenal sebagai ayam potong termasuk jenis ras unggulan hasil persilangan dari bangsa-bangsa ayam yang memiliki produktivitas tinggi, terutama dalam memproduksi daging ayam. Ayam broiler termasuk juga salah satu penyumbang protein hewani bagi masyarakat. Di dalam budidaya Ayam broiler juga memiliki keunggulan dapat menghasilkan daging dengan waktu pemeliharaan yang tidak begitu lama (Jaelani dkk, 2014).

Untuk mencukupi kebutuhan pangan hewani di masa mendatang ini, peternak ataupun pelaku usaha dibidang peternakan mesti dilakukan penambahan produksi. Di samping itu, memberikan inovasi kepada produk peternakan hingga mempunyai nilai tinggi. Salah satunya dengan produk olahan daging ayam yang dapat meningkatkan nilai tambah ekonomi bagi peternak dan nilai guna bagi produsen maupun konsumen. Peningkatan produksi dan konsumsi daging ayam mendorong tumbuhnya usaha pengolahan produk daging ayam. Produk olahan daging ayam semakin mudah disajikan (Rusman 2019; Rusman & Azhar, 2019).

Daging ayam broiler di kenal mempunyai rasa dan aroma enak, tekstur lunak dan harga relatif murah sehingga banyak di sukai oleh orang. Tapi di balik kelebihan ayam broiler juga memiliki beberapa kekurangan yaitu mudah rusak, penyebab kerusakan biasanya di akibatkan oleh penanganan yang kurang baik yang bisa mengakibatkan pertumbuhan mikroba pembusuk yang akan berdampak pada penurunan kualitas dan daya simpan karkas. Oleh karena itu Karkas ayam broiler sebaiknya segera dimasukkan ke dalam lemari es atau freezer untuk mencegah pertumbuhan mikroba pembusuk. Begitupun dengan Karkas yang akan disimpan pada suhu yang dingin sebaiknya dalam keadaan terlindung oleh pembungkus karena perlakuan ini dapat mempengaruhi daya simpan dan mencegah terjadinya penurunan kualitas karkas selama penyimpanan dalam lemari es (Risnajati, 2010).

Pelaku usaha karkas ayam broiler atau yang bergelut di usaha frozen food juga sangat penting untuk mengetahui dan memahami preferensi konsumen di wilayah target pemasaran, pelaku usaha harus mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau menyesuaikan produk yang ada untuk membangun pengalaman yang lebih kuat. Preferensi konsumen merupakan persepsi konsumen pada suatu produk ataupun jasa (Munandar, 2012). Dengan ini konsumen bisa membuat skala prioritas pada suatu kondisi ataupun situasi yang di sukai hingga yang tidak disukai pada produk ataupun jasa. Preferensi konsumen juga bisa di anggap sebagai sikap individu pada satu objek.

Preferensi konsumen akan memberikan gambaran lebih jelas atribut pilihan konsumen sehingga dapat menjadi gambaran produsen untuk menghasilkan suatu produk yang sesuai dengan harapan, keinginan maupun kebutuhan konsumen. Penelitian ini diarahkan untuk menghimpun informasi yang berkaitan dengan preferensi konsumen terhadap karkas ayam broiler beku.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang Teknik pendekatan yang dilakukan guna mendapatkan data penelitian antara lain melalui teknik observasi, wawancara dan penyebaran kuisioner kepada para responden produk. Fokus penelitian ini untuk mengungkapkan preferensi konsumen terhadap keputusan konsumen dalam membeli karkas ayam beku di showroom maiwa breeding center (MBC). Penelitian ini menggunakan metode survei yaitu penelitian yang menggunakan sampel dari suatu populasi. Pendekatan yang dilakukan pada penelitian survei ini dengan menggunakan alat bantu untuk mendapatkan informasi yang terkait topik penelitian.

Penelitian ini di lakukan di showroom (MBC) di laksanakan pada bulan desember 2020 – Januari 2021. *Populasi* dalam penelitian merupakan merupakan wilayah yang ingin di teliti oleh peneliti (Sugiono, 2011). Populasi yang akan menjadi target dari penelitian ini adalah konsumen karkas ayam broiler beku di showroom maiwa breeding center (MBC). Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 24 konsumen.

Melihat populasi yang relatif kecil maka peneliti menggunakan tehnik sampel jenuh dimana semua populasi di jadikan sampel hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2015) sampling jenuh yaitu: “Teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.” Jadi dari penjelasan teknik sampel diatas penulis tidak menentukan sampel, karena seluruh anggota populasi akan diteliti.

Analisis data berdasarkan pengukuran preferensi konsumen terhadap karkas ayam beku di showroom peternakan MBC dengan. Untuk pengukuran variabel, maka skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert dengan penilaian menggunakan rating, rating yang di gunakan di ambil dari atribut kualitas, berat, kemasan dan harga. Penggunaan rating dipercaya lebih mudah diteliti dibandingkan dengan penggunaan rangking (Supranto, 2002). Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini menggunakan rating dalam skala likert yang bertujuan untuk mengukur sikap, pendapat atau persepsi responden terhadap produk yang kemudian dilakukan analisis tingkat evaluasi kepentingan dan kepercayaan pada produk karkas ayam beku. Pada

penelitian ini bobot penilaian menggunakan 5 tingkat *likkert* yaitu:

- Sangat suka (SS) = 5
- Suka (S) = 4
- Biasa (S) = 3
- Kurang suka (KS) = 2
- Sangat tidak suka (STS) = 1

Penilaian untuk setiap item pernyataan komponen preferensi konsumen karkas ayam broiler beku di showroom MBC dilakukan dengan menggunakan sampel dasar interval kelas sebagai berikut :

Skor maksimum = (jumlah responden x skor tertinggi likkert)

Skor minimum = (jumlah responden x skor terendah likkert)

Indeks (%) = (total skor / maksimum) x 100.

Interval penilaian :

Indeks 0% - 19,99% : Sangat Tidak Suka

Indeks 20% - 39,99% : Tidak Suka

Indeks 40% - 59,99% : Biasa

Indeks 60% - 79,99% : Suka

Indeks 80% - 100% : Sangat suka

Tabel 1 : Variabel penelitian

| Variabel | Sub variabel | Indikator |
|--------------------------------------|--------------|-----------------------|
| Preferensi Konsumen Karkas Ayam Beku | Kualitas | Warna daging bersih |
| | | Warna kulit bersih |
| | | Tekstur daging kenyal |
| | Ukuran/berat | 0,8kg-1kg |
| | | 1kg-1,3kg |
| | | 1,3kg-1,5kg |

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Preferensi Konsumen Terhadap Kualitas Karkas Ayam Broiler Beku

Kualitas merupakan salah satu variabel dari penelitian ini dengan beberapa indikator yaitu warna daging bersih, warna kulit bersih, dan warna daging kenyal Untuk melihat hasil dari preferensi konsumen pada Tabel 7 berikut.

Tabel 2. Hasil penilaian konsumen terhadap karkas ayam broiler beku di showroom MBC.

| NO | Pernyataan | Penilaian | | | | | Skor | Indeks(%) |
|----------------------|-----------------------|-----------|----------|----------|-----------|------------|------|-----------|
| | | SS (5) | S (4) | B (3) | TS (2) | STS (1) | | |
| 1 | Warna daging bersih | 12 | 12 | | 0 | 0 | 108 | 90% |
| 2 | Warna kulit bersih | 10 | 14 | | 0 | 0 | 106 | 88% |
| 3 | Tekstur daging kenyal | 9 | 14 | 1 | 0 | 0 | 104 | 87% |
| Indeks(%)Rata – rata | | | | | | | | 88.33% |

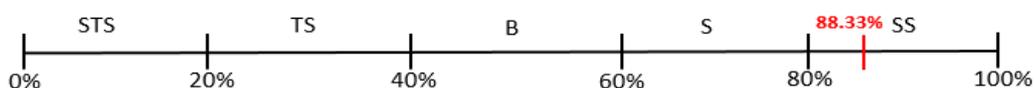
Sumber: Data Primer yang Telah di Olah (2021).

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa 90% persentase responden terhadap atribut kualitas daging ayam bersih. itu artinya konsumen sangat suka dengan kebersihan daging ayam broiler showroom MBC. Hal ini sesuai dengan pendapat Khotimah (2018) bahwa kualitas daging termasuk kebersihan warna daging adalah

salah satu faktor utama yang mempengaruhi suka atau tidak sukanya konsumen terhadap karkas ayam broiler. Berbicara mengenai kebersihan, showroom MBC sebagai produsen sangat memperhatikan kebersihan karkas oleh karena itu proses pembersihan karkas sudah melalui beberapa tahap.

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa 88% persentase responden terhadap atribut warna kulit bersih, yang artinya konsumen sangat suka dengan kebersihan warna kulit karkas ayam broiler di showroom MBC. Hal ini sesuai dengan pendapat Ismanto dkk (2018) bahwa atribut merupakan hal yang paling penting bagi para konsumen dalam membentuk sikap terhadap karkas ayam pedaging. Hal tersebut dikarenakan atribut ini dapat diamati secara langsung sehingga mudah bagi konsumen untuk mempertimbangkan keputusan pembelian dengan atribut ini.

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa 87% persentase responden terhadap atribut tekstur daging kenyal. Oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa konsumen sangat suka dengan tekstur daging yang kenyal. Karkas ayam broiler yang tersedia di showroom MBC sangat di perhatikan terutama dari umur ayam broiler yang di potong karena umur ayam adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kekenyalan daging ayam. ini sesuai dengan pendapat Ayu dkk (2020) Konsumen lebih menyukai tekstur daging yang kenyal. Tekstur daging yang kenyal dapat menunjukkan kualitas dari daging apakah kondisi daging masih dalam keadaan segar atau tidak.



Gambar 1. Garis skala interval

Melihat dari gambar garis interval di atas bahwa variabel kualitas memiliki persentase rata-rata ialah 88.33% yang berarti total rata-rata persentase pada variabel kualitas berada pada garis sangat suka (SS). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas karkas ayam broiler sudah sangat baik dari tiga indikator yaitu warna kulit, warna daging dan tekstur daging. Hal ini bisa menjadi patokan untuk showroom MBC agar bisa mempertahankan kualitas karkas ayam broiler beku yang di pasarkan ke masyarakat umum.

B. Preferensi Terhadap Berat Karkas Ayam Broiler Beku

Berat merupakan salah satu variable dari penelitian ini dengan tiga indikator, untuk melihat hasil dari preferensi konsumen terhadap berat karkas ayam broiler beku dapat di lihat pada tabel. 8 berikut.

Tabel 3. Hasil penilaian konsumen terhadap berat karkas ayam broiler beku di showroom MBC.

| NO | Pernyataan | Penilaian | | | | | STS | Skor | Total Skor |
|------------------|-----------------|-----------|-------|-------|--------|-----|-----|-------|------------|
| | | SS (5) | S (4) | B (3) | TS (2) | (1) | | | |
| 1 | 0,8 kg - 1 kg | 7 | 14 | 3 | 0 | 0 | 100 | 83 | |
| 2 | 1 kg - 1,3 kg | 7 | 15 | 2 | 0 | 0 | 101 | 84 | |
| 3 | 1,3 kg - 1,5 kg | 12 | 11 | 1 | 0 | 0 | 107 | 89 | |
| Skor Rata – rata | | | | | | | | 85.33 | |

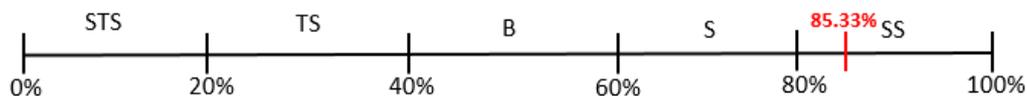
Sumber: Data Prime yang Telah di Olah (2021).

Berdasarkan Tabel 3 di atas bahwa berat 0,8 kg – 1 kg mendapat nilai persentase 83%, yang artinya konsumen sangat suka dengan berat tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ningrum (2011) bahwa konsumen lebih suka dengan berat karkas ayam broiler yang sedang di karenakan berat sedang tersebut sudah cukup umur untuk di sembelih dan daging yang di hasilkan lebih enak dan empuk saat di olah, konsumen karkas ayam broiler beku di showroom MBC juga lebih banyak ibu rumah tangga yang skala kecil atau anggota keluarga belum banyak oleh karena berat 0,8 – 1 kg sangat optimal bagi kebutuhan ibu rumah tangga yang anggota keluarganya masih sedikit.

Berdasarkan tabel 8 bahwa berat 1 kg – 1,3 kg mendapatkan nilai persentase dari responden sebanyak 84%, sedikit lebih banyak dari berat 0,8 kg, oleh karena itu dapat di nyatakan bahwa konsumen sangat suka dengan berat karkas 1 kg-1,3 kg. Berat 1 kg – 1,3 kg tidak jauh beda dari berat 0,8 – 1 kg di sukai oleh

konsumen karna dagingnya lebih empuk saat di olah karna umur ayam saat di panen masih muda.

Berdasarkan tabel 8 bahwa berat 1,3kg - 1,5kg mendapatkan persentase cukup tinggi di dibandingkan dua atribut (berat) sebelumnya yaitu sebanyak 89%, di karenakan di bulan november sampai desember karkas ayam broiler yang masuk di showroom MBC lebih dominan dengan berat tersebut. Berat 1,3-1,5 kg juga adalah berat yang banyak di cari oleh konsumen karna daginnya yang lebih banyak.



Gambar 2. Garis skala interval

Melihat dari gambar garis interval di atas bahwa variabel berat memiliki persentase rata-rata ialah 85.33% yang berarti total rata-rata persentase pada variabel berat berada pada garis sangat suka (SS). Hal ini menunjukkan konsumen karkas ayam broiler beku di showroom MBC sangat suka dengan tiga pilihan berat karkas ayam broiler beku yang di sajikan kepada konsumen. Hal ini bisa menjadi dasar untuk showroom MBC agar bisa memperhatikan berat karkas ayam broiler beku yang di perjual belikan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan jika di rata-ratakan indeks dari kualitas dan berat berada pada interval 80 – 100. Dimana pada variabel kualitas yaitu 88, 3 % dan variabel berat yaitu 85,3 %. Sehingga dapat di simpulkan bahwa preferensi konsumen terhadap karkas ayam broiler beku showroom Maiwa Breeding Center (MBC) berdasarkan kualitas dan berat menunjukkan respon sangat suka.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, K, Setiadi, A, Ekowati, T. 2020. Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Ayam Broiler di Pasar Tradisional Kota Semarang, Jawa Tengah. *Agromedia*, 38 (2), 1-13
- ISMANTO, Arif; JULIANDA, Try; MURSIDAH, .. ANALISIS SIKAP DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK KARKAS AYAM PEDAGING SEGAR DI PASAR TRADISIONAL KOTA SAMARINDA. *Jurnal Ilmu Peternakan dan Veteriner Tropis (Journal of Tropical Animal and Veterinary Science)*, [S.l.], v. 8, n. 2, p. 69 - 82, sep. 2018. ISSN 2620-9403.
- Jaelani, A., Dharmawati, S., & Wanda, W. (2014). Berbagai lama penyimpanan daging ayam broiler segar dalam kemasan plastik pada lemari es (suhu 4°C) dan pengaruhnya terhadap sifat fisik dan organoleptik. *Ziraa'ah Majalah Ilmiah Pertanian*, 39(3), 119-128.
- Khotimah, D W, Mayulu, H. 2018. Preferensi Konsumen Terhadap Karkas Ayam Broiler Segar dan Beku di Kota Samarinda. *Jurnal Peternakan Lingkungan Tropis*, 1 (1)
- Ningrum, S S. 2011. Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Ayam RAs di Pasar Tradisional Kabupaten Karang. Skripsi: Universitas Negeri Surakarta
- Risnajati, D. (2010). Pengaruh lama penyimpanan dalam lemari es terhadap pH, daya ikat air, dan susut masak karkas broiler yang dikemas plastik polyethylen. *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Peternakan*, 309-315.
- Rusman, R. (2019). Analisis Bauran Pemasaran pada Produk Chicken Nugget Merek So Good di Kecamatan Tamalanrea Makassar. *JURNAL PETERNAKAN LOKAL*, 1(2), 1-6.
- Rusman, R. F. Y., & Azhar, M. (2019). KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN DALAM PERSPEKTIF FRANCHISEE PADA WARALABA LOKAL AYAM GORENG DI MAKASSAR. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 16(2), 169-179. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v16i2.7489>
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RAD. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2002). Upaya Memuaskan Pelanggan Agar Menjadi Loyal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1).
- Walpole, R.E. 1995. Pengantar Statistika. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.