

**ANALISIS PERSEPSI DAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN AYAM BROILER ORGANIK
DI KOTA PEKANBARU**

Indah Adelia Manik^{1*}, Ir. Yusmini, M.Si², dan Ir. Eliza, M.Si³

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Riau, Pekanbaru, Riau^{1,2,3}

e-mail: yusmini@lecturer.unri.ac.id

ABSTRACT

The livestock sub-sector is an integral part of the broad development of the agricultural sector as a source of animal protein that has the potential to be developed is broilers. Given the trend of healthy living among the community by consuming organic food such as organic broiler chicken. This study aims to: 1. determine the characteristics of consumers who buy organic broiler chicken in the city of Pekanbaru 2. analyze consumer perceptions in purchasing organic broiler chicken in the city of Pekanbaru. 3. Analyze the level of consumer satisfaction in purchasing organic broiler chickens in Pekanbaru City. This study uses a survey method through questionnaires with sampling using the proportional random sampling. The results of the research on the characteristics of consumers of organic chicken meat, namely female sex as many as 69 people (86.25%) with ages 30-49 years as many as 57 people (71.25%) with a bachelor's degree (S1) education as many as 52 people (65%), income > 5,000. 000,- as many as 33 people (51.25%), the type of work of housewives as many as 41 people (51.25%), the frequency of purchasing 2-3 times a month as many as 38 people (47.5%) with the weight of meat in each purchase of 1-1.5 kg as much as 66 people (82.5%), with an expenditure of IDR 200,000 - < IDR 300,000, - for each purchase of 43 people (53.75%), the nutritional content of organic chicken meat is the reason for purchasing 38 people (47.5%) with consideration of the place purchase due to the quality of the product at that place as many as 33 people (41.25%). The consumer's perception with the highest score on the variable benefits of meat is 4.68. The CSI value is 84.44% with the purchase category being very satisfied, while the IPA analysis obtained is the intended location and stock of chicken meat.

Keywords: *Organic Broiler Chicken, Consumer Perception, Consumer Satisfaction Level*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara agraris yang memiliki potensi besar dalam pembangunan pertanian. Subsektor peternakan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pembangunan sektor pertanian secara luas, yang diutamakan untuk memenuhi kebutuhan gizi dan pangan. Kesadaran akan pentingnya kebutuhan pangan yang bernilai gizi tinggi, merupakan salah satu indikator dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan dapat dipenuhi dari protein hewani seperti daging, telur dan susu. Sumber protein hewani yang berpotensi untuk dikembangkan adalah ayam pedaging. Meningkatnya jumlah penduduk dan kesadaran masyarakat, akan menyebabkan peningkatan permintaan produk hewani sebagai sumber protein berasal dari ayam yang berupa daging, sehingga perlu adanya peningkatan produksi untuk memenuhi permintaan tersebut. Daging ayam yang erat disebut dengan ayam broiler menjadi salah satu sumber protein yang banyak

digerhari kalangan masyarakat. Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS), dapat dibuktikan dengan konsumsi ayam broiler masyarakat Indonesia pada periode 2021 melebihi ayam kampung sebesar 0,213 kg/kapita/minggu, sedangkan ayam kampung sebesar 0,007 kg/kapita/minggu. Rata-rata masyarakat Indonesia mengkonsumsi daging ayam broiler pada tahun 2017-2021 sebesar 5,68 kg per kapita/tahun. Ramalan konsumsi daging ayam broiler luar rumah tangga nasional/horeka/industri tahun 2017 sebesar 410,45 ribu ton dan pada tahun 2021 meningkat menjadi 1,23 juta ton.

Menurut Badan Pusat Statistik (2021), menyatakan tingginya konsumsi ayam broiler maka semakin banyak pula pedagang atau pengusaha yang memproduksi ayam broiler. Kota Pekanbaru merupakan daerah dengan produksi ayam broiler tertinggi, yakni sebesar 17.317.530 kg pada tahun 2021, yang sebelumnya sebesar 16.977.970 kg pada tahun 2020. Tingginya produksi daging ayam di Kota Pekanbaru terlihat bahwa permintaan masyarakat terhadap daging ayam juga tinggi menjadikan Kota Pekanbaru sebagai pasar yang potensial untuk pemasaran daging ayam dan menciptakan peluang bagi para pedagang dan pengusaha untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen ayam broiler.

Konsumen juga kini mulai memikirkan dampak negatif akibat mengkonsumsi produk ayam hasil budidaya konvensional. Terdapat beberapa hal yang menjadi perhatian publik antara lain, penggunaan antibiotik dalam pakan, penggunaan desinfektan yang tidak ramah lingkungan, penggunaan obat-obatan sintesis dan hal lainnya yang dapat membawa dampak negatif bagi kesehatan manusia dan memicu berbagai penyakit. Daging pada ayam broiler memiliki kandungan kolesterol tinggi, terutama pada bagian kulit yang berlemak, penumpukan kolesterol ini bisa menyebabkan seseorang mengalami serangan jantung (USDA, 2018). Menyimak dampak negatif tersebut, kini mulai berkembang suatu produk daging ayam broiler organik. Ayam broiler organik adalah ayam broiler yang pemeliharaannya tidak menggunakan produk kimia, seperti obat-obatan, antibiotik dan vitamin buatan pabrik, sebagai penggantinya, digunakan bahan alami dan organik yang tidak menimbulkan residu bahan kimia pada ayam dengan menggunakan probiotik herbal.

Kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat semakin meningkat, sehingga kebutuhan masyarakat akan produk organik juga semakin tinggi. Menyikapi hal tersebut, dunia usaha mulai menyediakan berbagai modifikasi dalam pemenuhan 4 protein hewani, seperti pengolahan daging ayam organik, pengolahan daging ayam organik, dapat memberikan nilai tambah dan keuntungan yang meningkat bagi pengusaha pengolahan makanan serta memenuhi kebutuhan akan makanan organik.

Usaha kecil atau kaki lima saat ini sudah merambah dalam bentuk waralaba dengan kerja sama dan perjanjian salah satunya yaitu *franchise O'Chicken*. *franchise O'Chicken*, merupakan usaha yang bergerak dibidang usaha pengolahan makanan dengan bahan dasar daging ayam organik. Pengembangan usaha *franchise O'Chicken* yang begitu cepat, membuat pengusaha memperluas usaha yang dilakukan dengan membuka beberapa cabang usaha di Kota Pekanbaru, dengan gaya hidup sehat masyarakat Kota Pekanbaru maka beberapa peternakan ayam organik mulai mengembangkannya. Peternak ayam organik di Kota Pekanbaru yaitu UD Rahayu AK, AK Superior Ramling, *Farmers Living World*, Pasar Buah (Dinas Pertanian dan Perikanan Kota Pekanbaru, 2021). Konsumen mengandalkan informasi yang mereka terima tentang produk dan memperhatikan serta mempertimbangkan karakteristik fisik (atribut) produk sebelum membeli, jika kenyataan yang didapatkan konsumen ternyata berbeda dari yang diharapkan, maka konsumen tidak akan merasa puas, sebaliknya, apabila produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan merasa puas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi dan tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian ayam broiler organik di Kota Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Menurut Neuman, W. Lawrence (2018) menyatakan bahwa penelitian ini dilakukan dengan metode survei melalui kuisisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen yang

menjadi konsumen dalam pembelian ayam organik yang terjual di Kota Pekanbaru. Pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Proportionate Random Sampling. Adapun cara pengambilannya dapat dilakukan secara undian (Riduwan, 2012):

$$Ni = \frac{Ni \times n}{N}$$

Dimana:

ni = Jumlah sampel menurut stratum

n = Jumlah sampel seluruhnya

Ni = Jumlah populasi menurut stratum

N = Jumlah populasi seluruhnya

Rumus populasi sudah diketahui sebesar = 412 konsumen, kemudian ditentukan tingkat presisi yang ditetapkan yaitu sebesar = 10%

$$n = \frac{N}{N \times d^2 + 1}$$

$$n = \frac{412}{412 \times 0,1^2 + 1} = 80,4$$

Jadi jumlah sampel sebesar 80 responden.

Data-data yang dikumpulkan dari setiap sampel akan diolah dan dianalisis secara kuantitatif serta digambarkan secara deskriptif. Penelitian dianalisis dengan menggunakan bantuan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 16 for windows dan *Microsoft Excel* 2019. Dalam pengolahan ini mencakup tabulasi data dan uji statistik bila diperlukan. Dalam penelitian ini data yang diperoleh di analisis dengan cara:

Analisis deskriptif untuk menjawab tujuan pertama yaitu untuk mengetahui karakteristik konsumen seperti jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, jenis pekerjaan, frekuensi pembelian ayam broiler organik, bobot daging pada setiap pembelian ayam broiler, pengeluaran konsumen setiap pembelian, alasan pembelian ayam broiler organik, dan pertimbangan dalam tempat pembelian ayam broiler organik.

Analisis Skala Likert's Summated Rating (SLR) untuk menjawab tujuan kedua yaitu mengetahui persepsi konsumen dalam pembelian ayam broiler organik. Adapun atribut yang akan diperhitungkan adalah warna daging, rasa daging, kualitas daging, aroma daging, harga daging, manfaat kesehatan dan kemudahan memperoleh daging.

Tujuan ketiga mengetahui tingkat kepuasan konsumen ayam broiler dan ayam broiler organik menggunakan analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen terbanyak pada pembelian daging ayam organik yaitu pada jenis kelamin perempuan sebanyak 69 orang (86.25%) dengan rata-rata usia dalam kategori produktif 30 – 49 tahun sebanyak 57 orang (71.25%) dengan pendidikan rata-rata Srata Satu (S1) sebanyak 52 orang (65%), memiliki pendapatan > 5.000.000,- sebanyak 33 orang (51.25%), dengan rata-rata jenis pekerjaan Ibu Rumah Tangga sebanyak 41 orang (51.25%), frekuensi pembelian ayam broiler organik ini rata-rata 2 – 3 kali dalam sebulan sebanyak 38 orang (47.5%) dengan bobot daging dalam setiap pembelian 1 – 1.5 kg sebanyak 66 orang (82.5%), dengan pengeluaran Rp200.000,- – < Rp300.000,- setiap pembelian sebanyak 43 orang (53.75%), kandungan gizi pada daging ayam organik merupakan alasan melakukan pembelian yaitu sebanyak 38 orang (47.5%) dengan pertimbangan tempat pembelian dikarenakan kualitas produk pada tempat tersebut sebanyak 33 orang (41.25%).

Persepsi Konsumen

1. Persepsi Konsumen terhadap Warna Daging

Persepsi konsumen mengenai warna daging ayam organik di Kota Pekanbaru memiliki rata-rata skor 3,78 dan termasuk ke dalam kategori berpengaruh. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Persepsi konsumen mengenai warna daging

No	Indikator	Skala					Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
1.	Warna daging ayam yang menarik	0	0	35	35	10	3,69	Berpengaruh
		(0)	(0)	(43,75)	(43,75)	(12,5)	(100)	
2.	Memahami ciri-ciri daging ayam organik yang baik	0	0	27	37	16	3,86	Berpengaruh
		0	0	(33,75)	(46,25)	(20)	(100)	
Rata-rata Indikator						3,78	Berpengaruh	

Sumber: Data olahan, 2021

Catatan: Tanda kurung () menandakan dalam bentuk persentase

Berdasarkan Tabel 1 diatas, menunjukkan persepsi konsumen mengenai warna daging pada ayam broiler organik skor tertinggi ada pada indikator memahami ciri-ciri daging ayam organik yang baik dengan skor 3,86 dengan kategori berpengaruh. Mengindikasikan bahwa memahami ciri-ciri daging ayam organik yang baik merupakan tolak ukur utama bagi konsumen. Artinya konsumen sudah memahami dengan jelas pemilihan daging ayam organik yang baik, seperti warna daging ayam organik dimana daging ayam berwarna merah mudah sedikit lebih pucat dengan serat daging lebih berserat ketimbang ayam biasa, tidak ada sisa darah dan bau tidak amis serta kandungan lemak sangat sedikit, kandungan lemak pada daging ayam organik 9,15% sedangkan daging ayam biasa mencapai 21-25%. Selaras dengan penelitian Serafina Setia Ningrum, dkk. (2011), menyatakan bahwa konsumen saat ini mengambil keputusan secara mandiri, bukan berdasarkan pengaruh dari orang lain, tetapi konsumen memilih produk yang paling sesuai dengan dirinya (*best fit*), dengan kata lain, konsumen akan memilih produk yang menawarkan nilai tertinggi bagi mereka, konsumen akan mempertimbangkan atribut-atribut yang terdapat pada daging ayam broiler.

2. Persepsi Konsumen terhadap Rasa Daging

Melihat tanggapan konsumen berdasarkan persepsi konsumen terhadap rasa daging dapat di lihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Persepsi konsumen mengenai rasa daging

No	Indikator	Skala					Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
1.	Rasa daging ayam sebelum disimpan di freezer	0	0	10	25	45	4,44	Sangat Berpengaruh
		(0)	(0)	(12,5)	(31,25)	(56,25)	(100)	
2.	Rasa daging ayam sesudah disimpan di freezer	0	0	35	40	5	3,63	Berpengaruh
		(0)	(0)	(43,75)	(50)	(6,25)	(100)	
Rata-rata Indikator						4,03	Berpengaruh	

Sumber: Data olahan, 2021

Catatan: Tanda kurung () menandakan dalam bentuk persentase

Berdasarkan Tabel 2 diatas, menunjukkan persepsi konsumen mengenai rasa daging pada ayam broiler organik skor tertinggi ada pada rasa daging sebelum disimpan di freezer dengan skor

4,44 dengan kategori sangat berpengaruh. Rasa dapat menentukan penerimaan konsumen terhadap suatu produk, termasuk daging ayam organik memiliki rasa yang khas yang berbeda dengan jenis ayam lainnya, khususnya rasa daging ayam yang diolah sebelum dan sesudah disimpan di dalam lemari pendingin (*freezer*).

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen, konsumen lebih menyukai rasa daging ayam sebelum disimpan di dalam lemari pendingin atau setelah dipotong langsung dan diolah dalam bentuk lauk pauk, dikarenakan kualitas yang dihasilkan daging ayam tersebut masih dalam keadaan *fresh* dan tidak menimbulkan waktu yang lama untuk menunggu daging tersebut tidak beku. Perbedaan rasa pada daging ayam organik memiliki rasa khas tersendiri dari lidah konsumen, karena daging ayam organik tidak menggunakan bahan penyedap, sehingga konsumen memiliki keinginan untuk membeli dan mencoba kembali. Selaras dengan penelitian Serafina Setia Ningrum, dkk. (2011), menyatakan bahwa variabel citarasa mempengaruhi perilaku konsumen saat membeli daging ayam broiler, hal ini dikarenakan terdapat beberapa jenis daging ayam yang beredar luas dengan mudah untuk dikonsumsi oleh masyarakat, sehingga variabel cita rasa dan kualitas sangat berperan disini.

3. Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Daging

Melihat tanggapan konsumen berdasarkan persepsi konsumen terhadap kualitas daging dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Persepsi konsumen mengenai kualitas daging

Tim	Indikator	Skala					Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
1.	Tekstur daging ayam organik	0	0	27	38	15	3,85	Berpengaruh
		0	0	(33,75)	(47,5)	(18,75)	(100)	
2.	Tingkat kesegaran	0	0	0	58	22	4,28	Sangat Berpengaruh
		0	8	0	(72,5)	(27,5)	(100)	
3.	Kebersihan daging ayam	0	0	4	56	20	4,20	Sangat Berpengaruh
		(0)	(0)	(5)	(70)	(25)	(100)	
4.	Daya tahan	0	0	16	43	21	4,06	Berpengaruh
		(0)	(0)	(20)	(53,75)	(17,5)	(100)	
5.	Bobot daging ayam sesuai dengan kebutuhan/ spesifikasi konsumen	0	0	22	44	14	3,90	Berpengaruh
		(0)	(0)	(27,5)	(55)	(17,5)	(100)	
Rata-rata Indikator							4,06	Berpengaruh

Sumber: Data olahan, 2021

Catatan: Tanda kurung () menandakan dalam bentuk persentase

Berdasarkan Tabel 3 diatas, menunjukkan persepsi konsumen mengenai kualitas daging pada ayam broiler organik skor tertinggi ada pada indikator tingkat kesegaran dengan skor 4,28 dengan kategori sangat berpengaruh. Artinya persepsi konsumen tingkat kesegaran pada daging

segar (*fresh*) dapat dilihat pada warna daging ayam broiler organik yaitu bewarna merah muda beserat dan alasan lain dikarenakan daging ayam organik melewati beberapa proses *packaging* setelah dipanen, dipotong dan dibersihkan, kemudian dikemas menggunakan plastik *vaccum* setelah itu dimasukkan kedalam *freezer*, oleh karena itu terjamin kesegaran dari daging ayam organik tersebut. Selaras dengan penelitian Burhanudin, Abdilah (2011), bahwa sebelum melakukan suatu pembelian konsumen akan terlebih dahulu melakukan evaluasi terhadap produk yang akan dibeli, dalam mengevaluasi produk yang konsumen lihat adalah kondisi produk, daging ayam broiler yang akan dibeli konsumen harus memenuhi kriteria persyaratan yang diantaranya kualitas yang baik, segar, harga terjangkau dan informasi paling baru dari daging ayam broiler.

4. Persepsi Konsumen Terhadap Aroma Daging

Melihat tanggapan konsumen berdasarkan persepsi konsumen terhadap aroma daging dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Persepsi konsumen mengenai aroma daging

No	Indikator	Skala					Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
1.	Aroma menggugah selera	0	0	0	37	43	4,54	Sangat Berpengaruh
		(0)	(0)	(0)	(46,25)	(53,75)	(100)	
2.	Memiliki aroma daging ayam yang khas, tidak menyengat/ anyir	0	0	0	35	45	4,56	Sangat Berpengaruh
		(0)	(0)	(0)	(43,75)	(56,25)	(100)	
Rata-rata Indikator							4,55	Sangat Berpengaruh

Sumber: Data olahan, 2021

Catatan: Tanda kurung () menandakan dalam bentuk persentase

Berdasarkan Tabel 4 diatas, menunjukkan persepsi konsumen mengenai aroma daging pada ayam broiler organik skor tertinggi ada pada indikator memiliki aroma daging ayam yang khas, tidak menyengat/ anyir dengan skor 4,56 dengan kategori sangat berpengaruh. Artinya persepsi konsumen mengenai aroma daging ayam organik memiliki bau yang tidak menyengat/anyir atau memiliki aroma daging yang segar, berbeda pada jenis ayam pada umumnya yang memiliki bau, dikarenakan ayam broiler organik menggunakan pakan jamu-jamuan tanpa adanya penggunaan produk yang mengandung bahan kimia seperti obat-obatan, antibiotik maupun vitamin buatan pabrik. Tampilan fisik ayam organik tampak lebih ramping warna lebih segar dan cerah, serta lebih padat, lemak lebih sedikit dan beraroma lebih segar, sementara ayam broiler biasa berwarna kekuning-kuningan, serta serat lebih kendor, lemak lebih banyak serta aroma agak manis. Selaras dengan penelitian Serafina Setia Ningrum, dkk. (2011), menyatakan bahwa alasan konsumen memilih daging yang berbau segar karena dagingnya baru disembelih, tidak mengalami pengawetan dan kualitasnya bagus. Aroma daging ayam juga penting untuk diperhatikan karena berkaitan dengan kesegaran dan kesehatan dagingnya.

5. Persepsi Konsumen Terhadap Harga Daging

Melihat tanggapan konsumen berdasarkan persepsi konsumen terhadap aroma daging dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Persepsi konsumen mengenai harga daging

No	Indikator	Skala					Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
1.	Harga yang dijual sesuai dengan kualitas daging ayam	0	0	0	28	52	4,65	Sangat Berpengaruh

		(0)	(0)	(0)	(35)	(65)	(100)	
2.	Harga jual daging ayam	0	0	8	35	37	4,36	Sangat Berpengaruh
		(0)	(0)	(10)	(43,75)	(46,25)	(100)	
Rata-rata Indikator							4,59	Sangat Berpengaruh

Sumber: Data olahan, 2021

Catatan: Tanda kurung () menandakan dalam bentuk persentase

Berdasarkan Tabel 5 diatas, menunjukkan persepsi konsumen mengenai harga daging pada ayam broiler organik skor tertinggi ada pada indikator harga yang dijual sesuai dengan kualitas daging ayam dengan skor 4,65 dengan kategori sangat berpengaruh. Artinya persepsi konsumen mengenai harga yang dijual sangatlah sebanding dengan harga ayam organik yang sesuai dengan kualitas yang dibeli oleh konsumen. Harga ayam broiler organik yang ditawarkan ±Rp47.000,-/kg dengan manfaat yang sudah diberikan dengan mengkonsumsi daging ayam tersebut sudah sesuai. Alasan lain yaitu dimana responden memutuskan untuk membeli atau memesan dari para pedagang/tempat yang sama atau berlangganan karena daging ayam broiler organik yang dijual oleh pedagang/tempat tersebut sudah terjamin kualitas dan kesegarannya serta memiliki harga yang sesuai dengan keinginan responden sehingga responden sudah terbiasa untuk membeli pada pedagang yang sama atau sudah menjadi langganannya. Selaras dengan penelitian Serafina Setia Ningrum, dkk. (2011), menyatakan bahwa konsumen cenderung selektif dalam memilih makanan yang dikonsumsi, faktor keamanan dan kesehatan menjadi perhatian umum dalam menentukan setiap makanan yang dikonsumsi, sehingga harga pada produk jika kualitas sangat terjamin, konsumen cenderung membelinya.

6. Persepsi Konsumen Terhadap Manfaat Kesehatan

Melihat tanggapan konsumen berdasarkan persepsi konsumen terhadap manfaat kesehatan dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Persepsi konsumen mengenai manfaat kesehatan

No	Indikator	Skala					Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
1.	Bebas dari kandungan zat kimia tambahan	0	0	0	24	56	4,70	Sangat Berpengaruh
		(0)	(0)	(0)	(30)	(70)	(100)	
2.	Manfaat pada daging ayam organik lebih tinggi dibanding jenis ayam lainnya	0	0	0	29	51	4,64	Sangat Berpengaruh
		0	0	0	(36,3)	(63,8)	(100)	
3.	Konsumen tidak pernah kecewa membeli daging ayam organik	0	0	0	25	55	4,69	Sangat Berpengaruh
		0	0	0	(31,25)	(68,75)	(100)	
Rata-rata Indikator							4,68	Sangat Berpengaruh

Sumber: Data olahan, 2021

Catatan: Tanda kurung () menandakan dalam bentuk persentase

Berdasarkan Tabel 6 diatas, menunjukkan persepsi konsumen mengenai manfaat kesehatan pada ayam broiler organik skor tertinggi ada pada indikator bebas dari kandungan zat kimia tambahan dengan skor 4,70 dengan kategori sangat berpengaruh. Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen, konsumen yang melakukan pembelian daging ayam organik memiliki latar belakang pendidikan yang tinggi, jadi lebih mempertimbangkan segala aspek yang berkaitan untuk dirinya, salah satunya dengan memprioritaskan kesehatannya. Artinya persepsi konsumen mengenai manfaat kesehatan adalah mengkonsumsi daging ayam organik sangat aman dikarenakan daging

ayam tersebut tidak terdeteksi atau terbebasnya daging ayam dari kandungan zat kimia tambahan dikarenakan ayam broiler tersebut dipelihara tanpa adanya penggunaan zat kimia sintesis ataupun vitamin buatan pabrik, serta pakan yang diberikan pada ayam broiler ini adalah berasal dari bahan-bahan organik yaitu jamu-jamuan, hal ini memberikan poin plus dikarenakan pada umumnya selain daging ayam memiliki kandungan protein yang cukup tinggi, dengan terbebasnya dari kandungan kimia sangat bagus untuk kesehatan. Selaras dengan penelitian Serafina Setia Ningrum, dkk. (2011), bahwa tingkat pendidikan responden juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian daging ayam broiler. Penelitian ini responden sudah cukup terdidik karena tingkat pendidikan yang cukup tinggi, sehingga memperhatikan kualitas daging dan manfaat daging ayam bagi kesehatan.

7. Persepsi Konsumen Terhadap Kemudahan Memperoleh Daging Ayam Broiler Organik

Melihat tanggapan konsumen berdasarkan persepsi konsumen terhadap kemudahan memperoleh daging dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Persepsi konsumen mengenai kemudahan memperoleh daging

No	Item Pertanyaan	Skala					Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
1.	Lokasi yang sulit dijangkau atau ditemui	0	5	34	28	13	3,61	Berpengaruh
		0	(6,25)	(42,5)	(35)	(16,25)	(100)	
2.	Produksi/ persediaan daging ayam organik	0	6	36	33	5	3,46	Berpengaruh
		0	(7,5)	(45)	(41,25)	(6,25)	(100)	
Rata-rata Indikator							3,54	Berpengaruh

Sumber: Data olahan, 2021

Catatan: Tanda kurung () menandakan dalam bentuk persentase

Berdasarkan Tabel 7 diatas, menunjukkan persepsi konsumen mengenai kemudahan memperoleh daging pada ayam broiler organik skor tertinggi ada pada lokasi yang sulit dijangkau atau ditemui dengan skor 3,61 dengan kategori berpengaruh. Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen menyatakan bahwa lokasi penjualan cukup sulit dijangkau (ditemui), alasannya dikarenakan ada beberapa konsumen tidak mengetahui dimana lokasi penjualan daging ayam organik tersebut, dikarenakan lokasi tersebut tidak strategis, masuk ke dalam jalan/gang yang konsumen tidak pernah lalui, oleh karena itu konsumen banyak menggunakan sistem *delivery*. Kesimpulannya, lokasi sangat dipertimbangkan agar konsumen dapat terpuaskan. Selaras dengan penelitian Burhanudin, Abdilah (2011), menyatakan bahwa tempat atau lokasi berpengaruh nyata terhadap perilaku konsumen. Umumnya konsumen memilih lokasi terdekat dengan tempat tinggal mereka. Penelitian keputusan perilaku konsumen dapat menjawab pertanyaan tentang produk yang dibeli konsumen, dimana produk dibeli, dan alasan pembelian. Konsumen pada umumnya menginginkan produk yang memenuhi kebutuhan mereka dan dapat dijangkau.

3. Analisis CSI dan IPA

1. Customer Satisfaction Index (CSI)

Tabel 8. Hasil perhitungan *customer satisfaction index* responden ayam organik

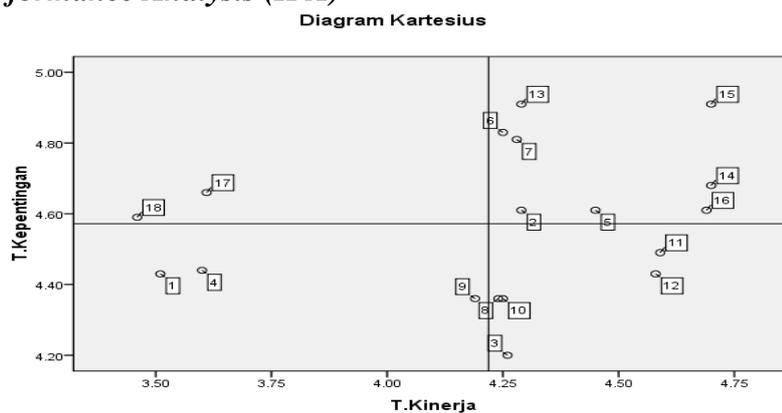
Indikator	Rata-rata Skor T.Kepentingan (harapan)	WF	Rata-rata Skor T.Kinerja (kepuasan)	WS
1	4.43	5.38	3.51	18.89
2	4.61	5.61	4.29	24.03
3	4.20	5.10	4.26	21.76
4	4.44	5.39	3.60	19.41
5	4.61	5.61	4.45	24.94

6	4.83	5.86	4.25	24.92
7	4.81	5.85	4.28	25.00
8	4.36	5.30	4.24	22.47
9	4.36	5.30	4.19	22.20
10	4.36	5.30	4.25	22.53
11	4.49	5.45	4.59	25.02
12	4.43	5.38	4.58	24.60
13	4.91	5.97	4.29	25.60
14	4.68	5.68	4.70	26.70
15	4.91	5.97	4.70	28.06
16	4.61	5.61	4.69	26.28
17	4.66	5.67	3.61	20.47
18	4.59	5.57	3.46	19.30
Jumlah	82.29		75.93	
WT				Σ 422.18
CSI (%)				84.44

Sumber: Data olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 8 diatas. CSI atau yang disebut indeks kepuasan konsumen adalah suatu ukuran keterkaitan konsumen kepada suatu merek atau produk. Berdasarkan tabel tersebut dilakukan pengukuran dengan menilai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pada indikator daging ayam organik. Kesimpulannya, berdasarkan hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* responden pembelian ayam organik nilai CSI daging ayam organik adalah sebesar 84,44% yang berarti kriteria tingkat kepuasan konsumen yaitu sangat puas.

2. Importance Performance Analysis (IPA)



Gambar 1. Analisis Diagram Kartesius terhadap Pembelian Daging Ayam Organik

Keterangan:

- 1 : tampilan warna daging ayam
- 2 : ciri-ciri daging ayam organik yang sehat
- 3 : rasa daging ayam sebelum di freezer
- 4 : rasa daging ayam sesudah di freezer
- 5 : tekstur daging ayam
- 6 : kesegaran daging ayam
- 7 : kebersihan daging ayam
- 8 : daya tahan daging ayam
- 9 : sesuai dengan kebutuhan konsumen
- 10 : aroma menggugah selera
- 11 : aroma/bau yang kas, tidak menyengat/anyir
- 12 : harga sesuai dengan manfaat
- 13 : harga jual daging ayam
- 14 : terhindar dari zat kimia tambahan
- 15 : lebih unggul daging ayam organik dibanding jenis ayam lainnya

- 16 : produk yang dijual tidak mengecewakan
- 17 : lokasi yang dituju
- 18 : stok daging ayam

Berdasarkan Gambar 1 diatas, menunjukkan analisis diagram kartesius pada pembelian daging ayam organik. Kuadran pertama (I) memuat indikator yang dianggap penting oleh konsumen tetapi pada kenyataannya atribut-atribut pada indikator tersebut belum sesuai dengan harapan konsumen dan pihak produsen belum melaksanakannya dengan baik, atau dengan kata lain, menunjukkan atribut yang tingkat harapan (kepentingan) diatas rata-rata (tinggi) akan tetapi tingkat kinerja (kepuasan) dibawah rata-rata (rendah). Terdapat dua indikator yang tergolong ke dalam kuadran I yakni atribut lokasi yang dituju dan stok daging ayam. Kedua indikator ini dianggap sangat penting bagi konsumen daging ayam organik namun produsen daging ayam organik belum melaksanakan sesuai dengan keinginan konsumen.

Kuadran kedua (II) atribut-atribut ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang tinggi. Kuadran menunjukkan bahwa atribut tersebut penting dan memiliki kinerja yang tinggi dan wajib dipertahankan oleh produsen dan hasilnya yang memuaskan. Terdapat delapan indikator yang menjadi pertimbangan dalam pembelian daging ayam organik yaitu memahami ciri-ciri daging ayam organik yang sehat, tekstur daging ayam, kesegaran daging ayam, kebersihan daging ayam, harga yang dijual terhindar dari zat kimia tambahan, lebih unggul daging ayam organik dibanding jenis ayam lainnya, produk yang dijual tidak mengecewakan dan lokasi yang dituju. Indikator pada atribut ini dapat dijadikan sebagai kelebihan dan keunggulan produsen (pengusaha) sehingga mampu menjadi seorang pengusaha yang baik dan menjadi pilihan konsumen untuk menjual hasil produksi ayam organik.

Kuadran ketiga (III) menunjukkan atribut dengan tingkat harapan tingkat harapan (kepentingan) dibawah rata-rata (rendah) dan tingkat kinerja (kepuasan) diatas rata-rata (tinggi). Posisi ini memuat atribut yang dianggap kurang penting pengaruhnya oleh konsumen, dan pada kenyataannya kinerjanya juga tidak terlalu istimewa. Atribut produk ayam organik yang termasuk ke dalam kuadran ini ada tiga indikator yaitu tampilan warna daging ayam, rasa daging ayam sesudah di freezer dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Kuadran keempat (IV) Atribut pada kuadran ini memiliki tingkat harapan rendah menurut konsumen namun memiliki kinerja yang baik oleh produsen, sehingga dianggap berlebihan oleh konsumen. Terdapat lima indikator daging ayam organik yang berada dalam kuadran ini yaitu mengetahui rasa daging ayam sebelum di freezer, daya tahan daging ayam, aroma menggugah selera, aroma/bau yang kas, tidak menyengat/anyir, harga sesuai dengan manfaat tersebut mendapatkan skor kinerja melebihi capaian skor evaluasi kepentingan. Menunjukkan atribut-atribut tersebut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, dikarenakan konsumen menganggap tidak terlalu penting diharapkan tetapi pelaksanaannya dilakukan baik sekali oleh produsen.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Karakteristik konsumen terbanyak pada pembelian daging ayam organik yaitu pada jenis kelamin perempuan sebanyak 69 orang (86.25%) dengan rata-rata usia dalam kategori produktif 30 – 49 tahun sebanyak 57 orang (71.25%) dengan pendidikan rata-rata Srata Satu (S1) sebanyak 52 orang (65%), memiliki pendapatan > 5.000.000,- sebanyak 33 orang (51.25%), dengan rata-rata jenis pekerjaan Ibu Rumah Tangga sebanyak 41 orang (51.25%), frekuensi pembelian ayam broiler organik ini rata-rata 2 – 3 kali dalam sebulan sebanyak 38 orang (47.5%) dengan bobot daging dalam setiap pembelian 1 – 1.5 kg sebanyak 66 orang (82.5%), dengan pengeluaran Rp200.000,- – < Rp300.000,- setiap pembelian sebanyak 43 orang (53.75%), kandungan gizi pada daging ayam organik merupakan alasan melakukan pembelian yaitu sebanyak 38 orang (47.5%) dengan

pertimbangan tempat pembelian dikarenakan kualitas produk pada tempat tersebut sebanyak 33 orang (41.25%).

Mengetahui persepsi konsumen dianalisis dengan menggunakan Skala Likert's Summated Rating (SLR) dalam pembelian ayam broiler organik dipengaruhi oleh tujuh variabel yaitu warna daging, rasa daging, kualitas daging, aroma daging, harga daging, manfaat kesehatan dan kemudahan memperoleh daging). Mendapat skor rata-rata tertinggi pada variabel manfaat daging sebesar 4.68. Variabel warna daging dengan rata-rata skor 3.78 berkategori berpengaruh, indikator warna daging yang mendapat skor tertinggi adalah memahami ciri-ciri daging ayam organik yang baik dengan skor 3.86 dengan kategori berpengaruh. Variabel rasa daging dengan rata-rata skor 4.03 berkategori berpengaruh, indikator rasa daging yang mendapat skor tertinggi rasa daging ayam sebelum disimpan di freezer dengan skor 4.44 dengan kategori sangat berpengaruh. Variabel kualitas daging dengan rata-rata skor 4.06 berkategori berpengaruh, indikator kualitas daging yang mendapat skor tertinggi tingkat kesegaran dengan skor 4.28 dengan kategori sangat berpengaruh. Variabel aroma daging dengan rata-rata skor 4.55 berkategori sangat berpengaruh, indikator aroma daging yang mendapat skor tertinggi memiliki aroma daging ayam yang khas, tidak menyengat/ anyir dengan skor 4.56 dengan kategori sangat berpengaruh. Variabel harga daging dengan rata-rata skor 4.59 berkategori sangat berpengaruh, indikator harga daging yang mendapat skor tertinggi harga yang dijual sesuai dengan kualitas daging ayam dengan skor 4.65 dengan kategori sangat berpengaruh. Variabel manfaat kesehatan dengan rata-rata skor 4.68 berkategori sangat berpengaruh, indikator harga daging yang mendapat skor tertinggi bebas dari kandungan zat kimia tambahan dengan skor 4.70 dengan kategori sangat berpengaruh. Variabel kemudahan memperoleh daging dengan rata-rata skor 3.54 berkategori berpengaruh, indikator kemudahan memperoleh daging yang mendapat skor tertinggi lokasi yang sulit dijangkau atau ditemui dengan skor 3.61 dengan kategori berpengaruh.

Produk ayam broiler organik yang dijual memiliki nilai CSI pada sebesar 84.44% dengan kategori pembelian sangat puas. Berdasarkan analisis IPA produsen sudah melaksanakan tingkat harapan yang sesuai dengan keinginan konsumen akan tetapi dua indikator yaitu lokasi yang dituju dan stok daging ayam.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. Badan Pusat Statistik. SUSENAS, 2021. Konsumsi Produk Peternakan Per Kapita Per Tahun 2017-2021: Indonesia.
- BPS. Badan Pusat Statistik. 2021. Produksi Daging Unggas di Provinsi Riau: Indonesia.
- [USDA] United State Department of Agriculture. 2018. USDA National Nutrient Database for Standard Reference. www.nal.usda.gov/fnic/foodcomp/search/ (15 Juni 2019).
- Dinas Pertanian dan Perikanan Kota Pekanbaru. 2021. Data Peternak Ayam Organik. Kota Pekanbaru: Dinas Pertanian Kota Pekanbaru.
- Neuman, W. Lawrence. 2018. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* 7th edition. London: Pearson Education Limited.
- Serafina Setia Ningrum, dkk. 2011. Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Ayam Ras di Pasar Tradisional Kabupaten Karanganyar. Skripsi Universitas Sebelas Maret. Jawa Tengah.

Burhanudin, Abdilah. 2011. Analisis Perilaku Konsumen pada Pembelian Daging Ayam Ras (Broiler Chicken) di Pasar Tradisional dan Pasar Modern Kota Jember. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Jember.