

Preferensi Konsumen terhadap Daging Sapi di Kabupaten Jember: Suatu Analisis Konjoin

Consumer Preferences for Beef in Jember Regency: A Conjoin Analysis

Ahmad Zainuddin, Rena Yunita Rahman, Luh Putu Suciati, Illia Seldon Magfiroh,
dan Intan Kartika Setyawati

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember
Jl. Kalimantan 37 Kampus Tegal Boto Jember, Jawa Timur, Indonesia
E-mail: zainuddin91.faperta@unej.ac.id

Diterima : 19 Januari 2025

Revisi : 28 Februari 2025

Disetujui : 27 April 2025

ABSTRAK

Kebutuhan produk ternak khususnya daging sapi di Kabupaten Jember terus mengalami peningkatan pada beberapa periode terakhir. Dalam memutuskan untuk membeli daging sapi, konsumen mempertimbangkan beberapa atribut yang merupakan ekspresi dari preferensi konsumen. Berdasarkan hal itu, penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap daging sapi di Kabupaten Jember menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini dilaksanakan di pasar tradisional dan pasar modern di Kabupaten Jember. Sampel diambil secara insidental dengan memilih 120 orang responden konsumen daging sapi yang berbelanja di pasar tradisional dan supermarket. Preferensi konsumen daging sapi dianalisis menggunakan analisis konjoin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen daging sapi di Kabupaten Jember menyukai atribut daging sapi yang bertekstur empuk, berwarna merah cerah, tidak berlemak, ukuran potongan daging sapi yang besar, aroma segar, ukuran pembelian 1-2 kg, dan harga daging sapi yang relatif murah yaitu berkisar antara Rp100.000,00 – Rp120.000,00. Atribut yang paling dipertimbangkan dalam mengonsumsi daging sapi adalah harga. Untuk mengakomodasi variasi preferensi konsumen, produsen perlu menawarkan varian produk daging sapi yang berbeda dengan harga yang berbeda. Sebagai regulator, pemerintah perlu menjaga stabilitas harga daging sapi di pasar untuk mengendalikan inflasi.

kata kunci: analisis konjoin, daging sapi, Kabupaten Jember, konsumen, preferensi.

ABSTRACT

The demand for livestock products, especially beef in Jember Regency has continued to increase in recent periods. In deciding to buy beef, consumers consider several attributes that are an expression of consumer preferences. Based on this, research on consumer preferences for beef in Jember Regency is important to conduct. This study was conducted in traditional and modern markets in Jember Regency. Samples were taken incidentally by selecting 120 beef consumer respondents who shopped at traditional markets and supermarkets. Beef consumer preferences were analyzed using conjoint analysis. The results showed that beef consumers in Jember Regency preferred beef attributes that were tender in texture, bright red in color, with no fat, large beef cut size, fresh aroma, purchase size of 1-2 kg, and relatively cheap beef prices ranging from Rp100,000,00 - Rp120,000,00. The most considered attribute in consuming beef was price. To accommodate variations in consumer preferences, producers need to offer different variants of beef products at different prices. As a regulator, the government needs to maintain the stability of beef prices in the market to control inflation.

keywords: conjoint analysis, beef, Jember Regency, consumer, preference.

I. PENDAHULUAN

Pangan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia, sehingga aspek ketersediaannya menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Komoditas pangan juga merupakan komoditas strategis dalam perekonomian di Indonesia karena sumbangan

terhadap PDRB dan menyerap tenaga kerja cukup besar (Wulandani, dkk., 2020). Jumlah penduduk yang terus mengalami peningkatan juga berimplikasi terhadap konsumsi pangan yang mengalami peningkatan tiap tahun.

Salah satu komoditas pangan strategis di Indonesia adalah komoditas daging sapi.

Daging sapi merupakan salah satu komoditas yang digemari karena rasanya dan mengandung protein tinggi. Produksi daging sapi di Indonesia diharapkan mengalami peningkatan seiring dengan peningkatan jumlah penduduk (Setyadi, dkk., 2022; Hidayah, 2023). Produksi daging sapi di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 496.246 ton. Di sisi lain, kebutuhannya mencapai 819.467 ton dan diprediksi terus meningkat setiap tahun (Direktorat Statistik Peternakan Perikanan dan Kehutanan, 2024; Sarabella dkk., 2024). Data tersebut menunjukkan adanya kesenjangan produksi dan konsumsi daging sapi nasional yang perlu diatasi oleh pemerintah.

Kondisi yang serupa juga terjadi di Kabupaten Jember di mana produksi daging sapi berkisar antara 1.900 sampai dengan 2.000 ton pada tahun 2024, sedangkan kebutuhan konsumsinya sebesar 5.850 ton. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan produksi dan konsumsi di Kabupaten Jember, di mana konsumsi daging sapi di Kabupaten Jember tergolong tinggi. Jika dianalisis berdasarkan nilai konsumsi per kapita, diketahui bahwa konsumsi per kapita Kabupaten Jember sebesar 2,91 kg/kapita/tahun, dan diperkirakan naik pada tahun 2025 menjadi 3,00 kg/kapita/tahun (BPS Kabupaten Jember, 2024). Data tersebut menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan protein hewani khususnya daging sapi mengalami peningkatan dan hal ini juga disertai dengan peningkatan terhadap kualitas daging sapi yang dibutuhkan (Ariani, dkk., 2018) Konsumsi pangan sumber protein hewani dalam jumlah cukup diperlukan untuk membantu mengatasi berbagai permasalahan gizi, termasuk *stunting*. Terkait penyediaan pangan sumber protein hewani, Kementerian Pertanian memperluas sasaran swasembada dari hanya daging sapi menjadi protein hewani asal ternak. Sehubungan dengan itu, diperlukan informasi yang akurat terkait pola konsumsi kelompok pangan ini. Tujuan penulisan artikel ini adalah untuk menyajikan hasil analisis berbagai pola konsumsi pangan hewani di tingkat rumah tangga yang dikaji berdasarkan kelas pendapatan dan wilayah tempat tinggal. Sumber data yang digunakan adalah hasil Susenas tahun 2014 dari BPS dengan cakupan nasional. Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat partisipasi dan besaran konsumsi pangan

hewani tinggi pada rumah tangga di perkotaan dan pada rumah tangga berpendapatan tinggi. (Ariani dkk., 2018).

Kebutuhan daging sapi di Kabupaten Jember yang semakin meningkat juga dibarengi dengan preferensi konsumen yang semakin tinggi (Utami, dkk., 2019). Salah satu yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengonsumsi daging sapi adalah harga, sifat fisik dan *eating quality*. *Eating quality* merupakan penilaian kualitas yang melibatkan kepekaan terhadap indera penglihatan, penciuman, pencicipan, dan sentuhan terhadap sebuah produk sehingga akan berkorelasi dengan atribut produk daging sapi seperti warna, bau, rasa, tekstur, dan penerimaan terhadap atribut daging sapi secara menyeluruh (Makkar, 2018; Ayu, dkk., 2020). Konsumen daging sapi pasti akan melakukan pengecekan terhadap penilaian *eating quality* tersebut.

Konsumen daging sapi di Kabupaten Jember biasanya tidak hanya melihat dari atribut fisik saja, namun juga akan melihat aspek lain seperti harga daging sapi, dan ukuran kebutuhan/pembelian (Utami, dkk., 2019). Sesuai dengan hukum permintaan, harga akan menentukan jumlah permintaan daging sapi. Konsumen tentunya akan lebih memilih produk daging sapi yang harganya relatif lebih murah (Setyadi, dkk., 2022). Penilaian dan pertimbangan konsumen dalam pembelian daging sapi tersebut dikenal dengan preferensi konsumen. Preferensi konsumen adalah tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk yang dinilai berdasarkan atribut yang melekat pada produk tersebut (Firnanda, dkk., 2023; Hidayah, 2023; Hidayati & Gusteti, 2016). Analisis preferensi ini biasanya akan menguntungkan bagi produsen dalam menyediakan produk sesuai dengan keinginan konsumen. Dengan mengetahui preferensi konsumen, maka produsen bisa menyesuaikan produk dan strategi pemasaran sesuai keinginan pasar (Setyadi, dkk., 2022). Berdasarkan hal tersebut, penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap daging sapi di Kabupaten Jember menjadi penting untuk dilakukan.

Beberapa penelitian yang berkaitan dengan preferensi konsumen adalah penelitian Firnanda, dkk., (2023); Hidayah, (2023); serta Hidayati

dan Gusteti (2016). Penelitian sebelumnya banyak yang berfokus pada atribut fisik daging sapi saja tanpa spesifik mempertimbangkan atribut harga daging sapi. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya berfokus pada preferensi konsumen dalam hal fisik daging sapi, namun juga mengonfirmasi terkait harga yang diinginkan konsumen untuk 1 kg daging sapi yang akan dibeli dengan menggunakan analisis konjoin. Selain itu, penelitian ini juga spesifik dilakukan di Kabupaten Jember dengan karakteristik konsumen yang berbeda dari penelitian sebelumnya yaitu konsumen yang berbelanja di pasar tradisional dan modern. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas, peneliti bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen daging sapi di Kabupaten Jember dengan pendekatan analisis konjoin.

II. METODOLOGI

Kabupaten Jember dipilih karena Jember merupakan salah satu daerah dengan jumlah penduduk terbesar di Jawa Timur dengan pangsa pasar sebesar 5,52 persen dan menempati urutan kelima di Jawa Timur. Penelitian ini dilakukan di pasar tradisional dan supermarket di Kabupaten Jember dari April sampai dengan Agustus 2024. Pasar tradisional diharapkan dapat mewakili konsumen yang menghendaki daging segar (*hot meat*) dan supermarket mewakili konsumen yang tidak mengharuskan daging segar tetapi daging dingin (*chilled*). Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*). Pemilihan pasar dan supermarket dipilih berdasarkan lokasi yang mewakili Kabupaten Jember (Kabupaten Jember bagian utara, bagian kota, dan bagian selatan). Pasar tradisional yang disurvei yaitu Pasar Tanjung dan Pasar Kepatihan (pasar di wilayah kota), Pasar Balung dan Pasar Mangli (pasar wilayah bagian selatan), serta Pasar Arjasa (Pasar mewakili bagian utara). Adapun supermarket yang dijadikan sebagai lokasi penelitian adalah Transmart Jember, Hypermart Lippo Plaza, dan Prima Fresh Mart (yang tersebar di bagian utara dan selatan Kabupaten Jember).

Responden yang disertakan dalam penelitian ini berjumlah 120 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *incidental sampling*. Penentuan responden dilakukan insidental berdasarkan kepentingan

mengakomodasi berbagai atribut yang diperlukan untuk pengambilan keputusan konsumen (Duli, 2019). Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner terstruktur (*structured questioner*). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *cross section* berupa data preferensi dan kesediaan membayar konsumen untuk produk daging sapi di Jember.

- a. Analisis preferensi konsumen terhadap atribut produk daging sapi menggunakan analisis Konjoin. Adapun tahapan analisis konjoin antara lain (Malhotra, 2019):

Perumusan Masalah, yaitu menentukan atribut yang memengaruhi preferensi beserta skala pengukurannya. Atribut produk daging sapi yang diteliti antara lain ukuran pembelian, tekstur, warna, lemak, ukuran potongan daging, aroma, dan harga daging per kg. Dari tujuh atribut tersebut, akan dipilih atribut seperti apa yang diinginkan oleh konsumen. Indikator pengukuran level atribut dapat dilihat pada Tabel 1.

- b. Perancangan kombinasi atribut (stimuli), yaitu kombinasi taraf antar atribut. Pada tahapan ini akan dipilih kombinasi berpasangan atau evaluasi dua faktor. Responden diminta untuk mengevaluasi pasangan-pasangan atribut secara bersamaan.
- c. Penentuan jenis data yaitu menggunakan skala metrik atau menggunakan nilai skala likert.
- d. Menghitung Nilai Relatif Penting (NRP) dapat dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$NRP_i = \frac{UT_i - UR_i}{\sum_{i=1}^m (UT_i - UR_i)} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

- NRP_i = NRP atribut ke-i
- UT_i = NKT (Nilai Kegunaan Taraf) tertinggi atribut ke-i
- UR_i = NKT (Nilai Kegunaan Taraf) terendah atribut ke-i
- m = Jumlah atribut
- e. = Interpretasi hasil

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Atribut Analisis Konjoin

Atribut	Level Atribut
Ukuran Pembelian	< 1kg, 1-2 kg, > 2kg
Tekstur	Empuk/kenyal, padat
Warna	Merah cerah, merah kecoklatan
Lemak	Banyak, sedikit
Potongan daging	Besar, sedang, kecil
Aroma	Khas daging, aroma tidak segar
Harga daging per kg	Rp100.000,00 - Rp120.000,00 > Rp120.000,00

Sumber: Firnanda dkk, (2023)

3.1. Karakteristik Konsumen Daging Sapi di Kabupaten Jember

Perilaku konsumsi rumah tangga sangat dipengaruhi oleh kondisi sosial ekonomi rumah tangga atau karakteristik rumah tangga yang menjadi responden. Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebagian besar merupakan ibu rumah tangga yang berperan penting dalam keputusan konsumsi rumah tangga. Adapun karakteristik yang memengaruhi keputusan dan konsumsi rumah tangga adalah umur, pendidikan, jumlah anggota keluarga,

dan tingkat pendapatan. Adapun karakteristik konsumen yang menjadi responden pada penelitian ini dapat di lihat pada Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa rata-rata usia konsumen produk daging sapi di Jember berada pada usia produktif. Sekitar 46 persen konsumen yang menjadi responden berusia 46 tahun ke atas. Sebagian besar responden (54 persen) yang diwawancarai berada pada usia muda (< 46 tahun). Usia muda tentunya akan menentukan konsumsi produk daging sapi, di mana usia muda cenderung memiliki konsumsi produk daging sapi yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan konsumen yang telah memasuki usia tua. Hal ini karena kebutuhan protein konsumen usia muda biasanya lebih tinggi dibandingkan dengan konsumen usia tua.

Sebagian besar responden berpendidikan rata-rata SD sebesar 39,17 persen, diikuti oleh masyarakat yang berpendidikan SMA sebesar 32,5 persen, dan masyarakat yang berpendidikan SMP sebesar 20 persen. Responden yang berpendidikan Sarjana hanya sebesar 8,33 persen. Semakin tinggi pendidikan tentunya akan menentukan jumlah konsumsi produk daging sapi. Masyarakat yang berpendidikan tinggi akan mengkonsumsi produk peternakan lebih tinggi dibandingkan dengan masyarakat yang berpendidikan rendah. Hal ini disebabkan

Tabel 2. Karakteristik Konsumen Daging Sapi di Kabupaten Jember tahun 2024

Karakteristik	Variabel	Jumlah (Orang)	Persentase (Persen)
Umur	25-30	21	17,50
	31-35	13	10,83
	36-40	15	12,50
	41-45	15	12,50
	>46	76	46,67
	Total	120	100,00
Pendapatan	< Rp1,5 juta	36	30,00
	Rp1,5 – 2,5 juta	49	40,83
	> Rp2,5 Juta	35	29,17
	Total	120	100,00
Tingkat Pendidikan	SD	47	39,17
	SMP	24	20,00
	SMA	39	32,50
	Sarjana	10	8,33
	Total	120	100,00

oleh masyarakat dengan pendidikan yang lebih tinggi akan memikirkan kecukupan gizi pada makanan yang dikonsumsi, salah satunya adalah kebutuhan protein hewani.

Sebagian besar konsumen produk daging sapi (40,83 persen) memiliki pendapatan sebesar Rp1,5 juta hingga Rp2,5 juta. Sebanyak 29,17 persen responden memiliki pendapatan di atas Rp2,5 juta, dan 30 persen berpendapatan rendah atau kurang dari Rp1,5 juta. Besarnya pendapatan konsumen akan menentukan jumlah konsumsi produk daging sapi. Semakin besar pendapatan, maka semakin besar pula konsumsi produk daging sapi.

3.2. Preferensi Konsumen terhadap Produk Daging Sapi

Preferensi konsumen terhadap produk daging sapi di Kabupaten Jember dianalisis dengan menggunakan analisis konjoin. Adapun atribut yang digunakan untuk melihat preferensi konsumen adalah ukuran pembelian, tekstur, warna, lemak, ukuran potongan daging, aroma, dan harga daging sapi. Hasil analisis konjoin dapat dilihat pada Tabel 3.

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa konsumen di Kabupaten Jember lebih menyukai

membeli daging sapi dalam ukuran yang kurang dari 1 kg. Hal ini karena sebagian besar konsumen pasar tradisional dan supermarket lebih banyak yang berpenghasilan kurang dari Rp2,5 juta per bulan yang menyebabkan konsumen hanya mengonsumsi daging sapi dalam jumlah sedikit dan itu pun tidak terlalu sering. Konsumsi daging sapi dalam ukuran yang lebih banyak akan dilakukan pada saat perayaan hari besar keagamaan tertentu saja seperti hari raya Idul Fitri dan Idul Adha atau perayaan keagamaan lainnya yang biasanya akan ada pembuatan nasi tumpeng dengan lauk daging. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Setyadi, dkk. (2022) yang menjelaskan bahwa konsumen menyukai ukuran antara 1-2 kg dalam sekali pembelian. Jika dilihat dari segi tekstur, konsumen lebih menyukai daging sapi yang memiliki tekstur yang empuk dibandingkan dengan yang padat. Tekstur yang padat biasanya dianggap oleh konsumen memiliki serat yang tinggi dan biasanya jika dimasak menghasilkan daging olahan yang keras. Hal ini sesuai dengan penelitian Firnanda, dkk. (2023) menunjukkan bahwa konsumen menyukai tekstur daging dengan tingkat kehalusan yang berpengaruh terhadap kualitas daging.

Tabel 3. Preferensi Konsumen Daging Sapi di Kabupaten Jember berdasarkan Analisis Konjoin, 2024

Karakteristik	Variabel	Utility Estimate (Estimasi Utilitas)
Ukuran Pembelian	< 1 kg	0,052
	1-2 kg	0,221
	> 2 kg	-0,373
Tekstur	Empuk/kenyal	0,338
	Padat	-0,338
Warna	Merah cerah	0,542
	Merah kecoklatan	-0,542
Lemak	Banyak	-0,766
	Sedikit	0,036
	Tidak ada	0,730
Ukuran potongan daging	Besar	0,455
	Sedang	-0,065
	Kecil	-0,390
Aroma	Khas daging	0,106
	Aroma tidak segar	-0,106
Harga daging per kg	Rp100.000,00 – Rp120.000,00	0,791
	> Rp120.000,00	-0,791

Warna juga menjadi perhatian jika seorang konsumen membeli daging sapi. Warna yang menurut konsumen aman untuk dibeli dan disukai oleh konsumen adalah daging yang berwarna merah cerah dibandingkan dengan merah kecokelatan. Indikasi merah cerah menunjukkan bahwa daging yang dibeli oleh konsumen merupakan daging yang segar dan masih baru. Hasil ini sesuai dengan penelitian Adiyoga (2016), Paludi dan Nurchorimah (2021), serta Ayunani, dkk. (2023) yang menyatakan bahwa warna suatu produk menjadi perhatian konsumen dalam membeli sebuah produk dan memengaruhi kualitas dan kesegaran produk daging. Oleh karena itu, konsumen di Kabupaten Jember lebih menyukai daging sapi dengan warna yang cerah dan segar. Jika dilihat dari komposisi lemaknya, konsumen daging sapi lebih menyukai daging sapi yang tidak memiliki lemak. Lemak pada daging sapi biasanya terlihat berwarna putih yang melekat pada daging. Konsumen lebih menyukai daging sapi yang tidak ada lemaknya dikarenakan pengolahannya lebih mudah dan dianggap lebih sehat jika dikonsumsi. Hasil ini searah dengan penelitian Setyadi, dkk. (2022) yang menyatakan bahwa konsumen lebih menyukai daging sapi yang tidak ada lemaknya dibandingkan daging sapi yang memiliki lemak.

Atribut lain yang dipertimbangkan oleh konsumen adalah irisan atau ukuran potongan daging. Konsumen lebih suka ukuran daging yang besar. Dengan ukuran yang besar atau utuh, konsumen lebih bebas untuk mengirisnya menjadi ukuran yang sesuai dengan yang diinginkan. Adapun ukuran yang sedang atau kecil kurang disukai oleh konsumen karena biasanya daging yang berukuran kecil lebih banyak mengandung campuran lemak dibandingkan dengan daging sapi yang dijual dengan potongan yang besar. Hal ini sesuai dengan penelitian Hidayah (2023) serta Setyadi, dkk. (2022) yang menunjukkan bahwa konsumen menghendaki ukuran potongan yang relatif besar dibandingkan dengan ukuran potongan yang kecil. Berdasarkan aroma, konsumen lebih menyukai daging sapi yang memiliki aroma khas daging di mana aroma khas daging dapat dirasakan lebih khas dan menunjukkan bahwa daging tersebut baru saja diproses (bukan daging hasil penyimpanan).

Hasil ini sesuai dengan penelitian Ayu, dkk. (2020) yang menyatakan bahwa aroma daging yang dipilih oleh konsumen adalah aroma khas daging.

Indikator terakhir yang menjadi pertimbangan konsumen di Kabupaten Jember dalam mengonsumsi daging sapi adalah harga. Harga menjadi elemen paling menjadi pertimbangan. Harga yang diinginkan oleh konsumen berkisar antara Rp100.000,00 – Rp120.000,00 per kg. Harga tersebut merupakan harga pasaran yang sesuai dengan kemampuan membayar konsumen. Adapun harga lebih tinggi dari Rp120.000,00 per kg dianggap mahal oleh konsumen. Harga di atas Rp120.000,00 per kg biasanya akan terjadi ketika hari besar keagamaan, di mana pada saat hari besar keagamaan harga akan meningkat dan konsumen akan membeli dalam jumlah yang besar. Namun dalam kondisi sehari-hari, harga di atas Rp120.000,00 dianggap mahal oleh konsumen di Kabupaten Jember. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ismanto, dkk. (2018), Ayu, dkk. (2020), Irona, dkk. (2022), Della, dkk. (2022) serta Adwimurti dan Sumarhadi (2023) yang menyatakan bahwa konsumen menyukai harga yang murah dan harga menjadi daya tarik konsumen dalam membeli daging sapi. Selain itu, preferensi konsumen juga dilihat dari nilai *importance valuenya* yang dapat dilihat pada Tabel 4.

Berdasarkan Tabel 4 dapat dijelaskan bahwa atribut yang paling penting dengan urutan pertama adalah harga daging dengan nilai sebesar 23,46 persen. Atribut harga menjadi perhatian konsumen yang paling utama. Harga daging sapi menjadi indikator penentuan keputusan konsumen dalam membeli daging. Jika harga daging meningkat, maka konsumsi daging sapi menurun, sedangkan jika harga menurun jumlah konsumsi daging akan meningkat.

Atribut kedua yang dianggap penting adalah lemak dengan nilai kepentingan sebesar 22,72 persen. Kandungan lemak pada daging sapi menjadi perhatian dalam pembelian daging sapi. Adanya penampakan lemak pada daging sapi akan mengurangi jumlah pembelian daging sapi. Atribut yang menempati urutan terpenting ketiga yaitu warna daging sapi. Warna menjadi

pertimbangan konsumen dalam membeli daging sapi dengan nilai kepentingan 16,08 persen. Warna daging sapi menjadi indikator konsumen dalam menentukan kualitas daging sapi. Hasil ini sesuai dengan penelitian Mayulu, dkk. (2019) yang menyatakan bahwa warna pangan akan menjadi pertimbangan konsumen yang menentukan kualitas produk. Warna daging sapi juga menentukan kesegaran dan kualitas daging sapi, di mana daging yang berwarna merah cerah menunjukkan daging sapi yang segar dan memiliki kualitas yang baik.

Tabel 4. Nilai Kepentingan Atribut Daging Sapi di Kabupaten Jember, 2024

Atribut	Persentase Kepentingan (Persen)
Ukuran Pembelian	11,07
Tekstur	10,03
Warna	16,08
Lemak	22,72
Ukuran potongan daging	13,50
Aroma	3,14
Harga daging per kg	23,46

Tabel 4 juga menunjukkan bahwa atribut yang menempati urutan keempat adalah ukuran potongan daging sapi. Potongan daging sapi memiliki nilai kepentingan sebesar 13,50 persen. Potongan daging menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli daging sapi. Konsumen sebelum membeli daging sapi memiliki selera yang berbeda-beda. Konsumen lebih menyukai ukuran daging sapi yang besar dibandingkan dengan ukuran sedang dan kecil. Potongan yang besar membuat konsumen lebih leluasa untuk memotong kembali sesuai dengan keinginan konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Kwadzo, dkk. (2013) serta Woolverton dan Frimpong (2013) yang menunjukkan bahwa konsumen menyukai pembelian dalam bentuk yang lebih besar dibandingkan dengan ukuran daging yang terbagi kecil-kecil.

Atribut terpenting kelima adalah ukuran pembelian dengan tingkat kepentingan sebesar 11,07 persen. Ukuran pembelian yang sesuai dengan konsumen adalah dengan ukuran kurang dari 1 kg. Pembelian dengan ukuran

kurang dari 1 kg umumnya dilakukan oleh konsumen untuk kebutuhan konsumsi sehari-hari, di mana konsumen mengonsumsi daging sapi dalam jumlah yang sedikit. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ismanto, dkk. (2018) yang menyatakan bahwa konsumen membeli daging sapi berdasarkan ukuran bobot daging. Atribut dengan urutan keenam adalah atribut tekstur daging sapi dengan nilai kepentingan sebesar 10,03 persen. Tekstur daging sapi biasanya menunjukkan kualitas dari daging. Tekstur yang diharapkan oleh konsumen adalah yang empuk dan tidak memiliki kandungan serat yang tinggi. Hal ini sesuai dengan penelitian Setyadi, dkk., (2022) yang menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan tekstur yang empuk dalam membeli daging sapi. Atribut terakhir yang menjadi pertimbangan konsumen di Kabupaten Jember adalah aroma dengan tingkat kepentingan sebesar 3,14 persen. Aroma daging sapi dipilih konsumen yang memiliki aroma khas daging yang menunjukkan bahwa aroma sesuai kualitas daging sapi segar (*hot meat*). Hasil ini sejalan dengan penelitian Adiyoga (2016) serta Setyadi, dkk. (2022) yang menunjukkan bahwa aroma menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen dalam membeli daging sapi.

IV. KESIMPULAN

Konsumen daging sapi di Kabupaten Jember lebih menyukai daging sapi yang bertekstur empuk, berwarna merah cerah, dengan tidak ada lemak, ukuran potongan daging sapi yang besar, aroma khas daging sapi, ukuran pembelian 1-2 kg, dan harga daging sapi yang relatif murah yaitu berkisar antara Rp100.000,00 – Rp120.000,00. Adapun atribut yang paling dipertimbangkan dalam membeli daging sapi oleh konsumen adalah harga daging sapi. Oleh karena itu, produsen perlu menawarkan berbagai varian produk daging sapi dengan harga yang berbeda-beda untuk konsumen yang berbeda seperti varian daging sapi premium dan ekonomis untuk memenuhi kebutuhan segmen konsumen, dan produsen perlu melakukan promosi atau program diskon secara berkala untuk menarik minat konsumen yang sangat sensitif terhadap harga. Selain itu, pemerintah perlu menjaga stabilitas harga daging sapi di pasaran untuk mengendalikan inflasi dan pemerintah dapat

melakukan intervensi harga jika terjadi kenaikan harga yang tidak wajar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Jember yang telah memberikan pendanaan penelitian ini melalui skema Hibah Penelitian Kelompok Riset (KeRis) tahun 2024 yang tertuang dalam Surat Keputusan Rektor Universitas Jember No. 7554/UN25/KP/2024 dan kontrak penelitian No. 2888/UN25.3.1/LT/2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoga, W. (2016). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku dan keputusan konsumen untuk membeli kentang, bawang merah, dan cabai merah. *Jurnal Hortikultura*, 21(3):280. doi: 10.21082/jhort.v21n3.2011.p280-294.
- Adwimurti, Y., & Sumarhadi. (2023). pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian dengan kualitas produk sebagai variabel moderasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1):74–90. doi: 10.32509/jmb.v3i1.3070.
- Ariani, M., Suryana, A., Suhartini, S.H & Saliem, H.P. (2018). Keragaan konsumsi pangan hewani berdasarkan wilayah dan pendapatan di tingkat rumah tangga. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 16(2):147. doi: 10.21082/akp.v16n2.2018.147-163.
- 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):78–89.
- Ayunani, N. A., Varadina, Y., & Octavia, A.N. (2023). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(3):290–99. doi: 10.58217/joce-ip.v15i1.226.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember. (2024). *Kabupaten Jember Dalam Angka 2024*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember.
- Dewi W., Rani, B., & Anggraini, W. (2020). Food estate sebagai ketahanan pangan di tengah pandemi covid-19 di Desa Wanasaba. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1):386. doi: 10.31764/jpmb.v4i1.3062.
- Direktorat Statistik Peternakan Perikanan dan Kehutanan. (2024). *Peternakan Dalam Angka 2024*. Badan Pusat Statistik.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Deepublish Publisher.
- Firnanda, Y.A, Ibrahim, & Anindiyasari, D. (2023). Analisis preferensi konsumen terhadap pembelian daging sapi di perumahan bumi sambutan asri Kota Samarinda. *Jurnal Peternakan Lingkungan Tropis*, 6(1):44. doi: 10.30872/jpltrop.v6i1.11921.
- Hidayah, L. (2023). *Preferensi konsumen terhadap pembelian daging sapi di Pasar Tradisional Kota Magelang*. Universitas Tidar.
- Hidayati, F & Gusteti, Y. (2016). Analisis preferensi konsumen dalam membeli daging sapi di Pasar Ternak Gunung Medan, Kabupaten Dharmasraya, Sumatera Barat. *AGRIMETA: Jurnal Pertanian Berbasis Keseimbangan Ekosistem*, 6(12):93–103.
- Della I., Vitra, & Triyani, M. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen: Kualitas produk, harga dan promosi. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1):174–85.
- Ismanto, A. Julianda, & Mursidah, T. (2018). 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)*, 8(2):69. doi: 10.30862/jipvet.v8i2.34.
- Kwadzo, G. T., Dadzie, F., Osei-Asare, Y.B., & Kuworno, J.K. (2013). Consumer preference for broiler meat in Ghana: A conjoint analysis approach. *International Journal of Marketing Studies*, 5(2):66–73.
- Makkar, H.P.S. (2018). Review: Feed demand landscape and implications of food-Not feed strategy for food security and climate change. *Animal*, 12(8):1744–54. doi: 10.1017/S175173111700324X.
- Malhotra, N. (2019). *Marketing research an applied orientation global edition*. Pearson Education.
- Mayulu, H., Rahman, A., & Yusuf, R. (2019). Consumer preference of broiler meat attributes in traditional markets. *Hasanuddin Journal of Animal Science (HAJAS)*, 1(2):28–36. doi: 10.20956/hajas.v1i2.9877.
- Paludi, S. & Nurchorimah, S. (2021). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening. *JKMB (Jurnal Kajian Manajemen Bisnis)*, 10(2):144–60. doi: 10.33087/jmas.v8i1.750.
- Sarabella, S., Komalasari, W.B., Manurung, M., Saida, M.D.N., Seran, K., & Suptiyati, Y. (2024). Konsumsi dan neraca penyediaan - penggunaan daging sapi. *Buletin Konsumsi Pangan*, 15(1).
- Setyadi, A. F., Dolorosa, E., & Aritonang, M. (2022). Preferensi konsumsi daging sapi oleh masyarakat tionghoa di Kota Pontianak. *Jurnal*

Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA),
6(1):293–303.

Utami, N.W., Prayuginingsih, H., & Aulia, A.N. (2019). Analisis permintaan daging sapi di Kabupaten Jember. *Jurnal Agribes*, 3(2): 125-133.

Woolverton, A.E., & Frimpong, S. (2013). Consumer demand for domestic and imported broiler meat in urban Ghana: Bringing non-price effects into the equation. *British Journal of Marketing Studies*, 1(3):16–31.

BIODATA PENULIS:

Ahmad Zainuddin, dilahirkan di Jember pada 26 Februari 1991. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 di Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jember pada tahun 2003 dan pendidikan S2 di Program Studi Ilmu Ekonomi Pertanian, Institut Pertanian Bogor pada tahun 2015.

Rena Yunita Rahman, dilahirkan di Jember pada tahun 1988. Penulis menyelesaikan Pendidikan S1 di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian/Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember pada tahun 2010 dan melanjutkan S2 pada Ilmu Ekonomi Pertanian IPB hingga tahun 2013.

Luh Putu Suciati, dilahirkan di Jember pada 15 Oktober 1973. Penulis menyelesaikan pendidikan sarjana di Program Studi Sosial-Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Jember tahun 1996, sedangkan pendidikan magister dan doktoral diselesaikan di Program Studi Ilmu Perencanaan tahun 2005 dan program doctor diselesaikan di Program Studi Pengembangan Wilayah dan Perdesaan (PWD) Institut Pertanian Bogor (IPB) tahun 2014.

Illia Seldon Magfiroh, dilahirkan di Malang pada tahun 1981. Penulis menyelesaikan Pendidikan S1 di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas EKonomi Universitas Jember pada tahun 2004, serta menyelesaikan studi S2 Manajemen Agribisnis di Universitas Jember tahun 2009.

Intan Kartika Setyawati dilahirkan di Tuban (Jawa Timur) pada tahun 1986, penulis menyelesaikan Pendidikan sarjana di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya pada tahun 2010. Penulis merupakan lulusan pascasarjana Double Degree Ekonomi Pertanian di Universitas Brawijaya dan *Agribusiness Management* di *National Pingtung University of Science and Technology* (NPUST) Taiwan tahun 2013.

Halaman ini sengaja dikosongkan