

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DEWASA TERHADAP PRODUK AYAM
OLAHAN RESTORAN *FAST FOOD* DAN TRADISIONAL DI KOTA SEMARANG**

**STUDIES ON THE PREFERENCES OF ADULTS CONSUMERS ON CHICKEN
PRODUCTS PROCESSED BY FAST FOOD AND TRADISIONAL RESTAURANT
IN SEMARANG**

Oleh :

NAMA : FR. ASTITI KUSMANINGRUM
NIM : 00.70.0055

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan
sidang penguji pada tanggal : 2 Juli 2004

Semarang, Juli 2004

Fakultas Teknologi Pertanian

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

Pembimbing I

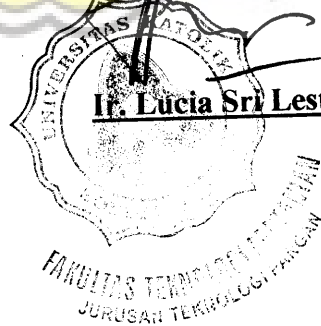

Ir. Sumardi, MSc.

Dekan


Ir. Lucia Sri Lestari, MSc.

Pembimbing II


Ir. Soedarini, MP.





*Bangun di fajar subuh,
dengan hati selirny swan.*

Mensyukuri hari baru penuh kecintaan



RINGKASAN

Meningkatnya peran daging ayam dalam memenuhi kecukupan gizi dan memenuhi tuntutan kemampuan daya beli masyarakat, telah menjadi faktor pendorong meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk daging ayam. Salah satunya adalah produk ayam olahan restoran *fast food* yang sekarang semakin digemari, sehingga dapat mendukung perubahan pola konsumsi dari ayam olahan restoran tradisional ke ayam olahan restoran *fast food*. Preferensi konsumen merupakan ukuran tentang suka atau tidak sukanya konsumen terhadap produk yang dikonsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen dewasa terhadap produk ayam olahan restoran *fast food* dan tradisional, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian ini dilakukan terhadap 150 konsumen dewasa awal (21-39 tahun), dewasa tengah (40-60 tahun), dan dewasa akhir (>60 tahun), yang diambil dari masing-masing 75 konsumen dewasa yang sedang mengonsumsi produk ayam di restoran *fast food* (Restoran *Kentucky Fried Chicken* dan *California Fried Chicken*), dan di restoran tradisional (Restoran Wong Solo, Ny. Suharti, dan Kampung Kali) dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*, dan teknik *Convenience Sampling*. Data diperoleh melalui pengisian kuesioner. Hasil survei menunjukkan bahwa dari 150 konsumen dewasa 37,33% menyukai jenis produk ayam bakar; 57,33% menyukai rasa gurih untuk produk ayam, 84% menyukai produk ayam dengan bahan baku ayam kampung, dan 76,67% konsumen dewasa menyukai ayam olahan restoran tradisional. Kesukaan konsumen dewasa terhadap jenis produk ayam olahan dipengaruhi oleh tingkatan usia konsumen, semakin tinggi pendapatan per bulan konsumen dewasa semakin tinggi pula frekuensi konsumsinya terhadap produk ayam olahan. Sebanyak 24,67% konsumen dewasa restoran *fast food* dan 21,33% konsumen dewasa restoran tradisional merupakan konsumen dengan frekuensi konsumsi kadang-kadang (3-4 kali/bulan). Penilaian konsumen dewasa terhadap organoleptik rasa produk ayam dan tingkat kematapan bumbu antara restoran *fast food* dan tradisional berbeda, sedangkan penilaian terhadap tingkat ketajaman aroma, daya tarik penyajian, dan tingkat kepraktisan penyajian produk ayam kedua restoran sama. Konsumen dewasa menilai restoran tradisional lebih memiliki rasa produk ayam yang sesuai dengan selera mereka, bumbu yang meresap, dan aroma produk ayam yang sedap. Sedangkan restoran *fast food* lebih memiliki kepastian harga. Sebanyak 33,33% konsumen dewasa menilai atribut yang paling penting dimiliki oleh sebuah restoran adalah rasa produknya sesuai dengan selera konsumennya. Penilaian konsumen dewasa terhadap atribut yang paling penting dimiliki oleh restoran dipengaruhi oleh tingkatan usia konsumen.

SUMMARY

The increase of the chicken meat in fulfilling the nutrition demand of the purchasing power have increased the need of the chicken meat. Fast food restaurants that are now spreading out across the country, are ones those demanding the chicken meat, and the need is increasing from time to time. This type of restaurants have significantly providing an alternative of consumption pattern to society. At the same time some traditional restaurants also increasing profitably to meet the different market need on processed chicken meat. The consumers preference on the food plays vital role in the business prospect of the chicken products for both processed by fast food and traditional restaurants. This research aimed to find out adult consumers preference to the chicken products processed by fast food and traditional restaurant, and the related factors. The studies conducted to 150 adult consumers, composed of 75 adult consumers each, this consuming chicken products in fast food restaurant (Kentucky Fried Chicken and California Fried Chicken), and in traditional restaurant (Wong Solo, Ny. Suharti, and Kampung kali restaurant), the sampling technique employed was a combination of Purposive Sampling and Convenience Sampling explored using questionnaires. The studies resulted that among 150 adult consumers 37,33% prefer to consume grilled chicken; 57,33% prefer to umami taste, 84% prefer to domestic chicken as the raw material for chicken products compared to 16% who prefer broiler chicken, some 76,67% adult consumers prefer to chicken product produced by traditional restaurant compared to 23,33% prefer to fast food processed chicken product. Adult consumers preference on the processed chicken product significantly influenced by consumer age, whereas consumers income significantly influenced the consumption frequency. Some 24,67% adult consumers of fast food restaurant and 21,33% adult consumers of traditional restaurant were both having frequency of consumption at the level of "sometime" (3-4 times/month). The organoleptic evaluation of the spices taste in the products were documented significantly different between fast food and traditional restaurants. However evaluation of the strength of product aroma, serving fascination, and practical aspect of the service amongst both restaurant were not significantly different. Adult consumers claim that the taste of traditional restaurant chicken product matching with their appetitedue to the deep taste of the spices, and more delicate chicken product aroma. However the fixed prices employed by fast food restaurant have attracted consumers. Some 33,33% claimed that products taste is the most important factor in consuming the chicken products. This evaluation on the most important factor in consuming the chicken products influenced by consumers age.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas semua berkat dan rahmatNya yang telah diberikan sehingga dapat tersusun skripsi ini dengan judul *“Analisa Preferensi Konsumen Dewasa Terhadap Produk Ayam Olahan Restoran Fast Food dan Restoran Tradisional di Kota Semarang”*

Maksud dari penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi tugas sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Strata 1 Jurusan Teknologi Pangan pada Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Terselesainya skripsi ini tidak akan terlaksana dan terselesaikan apabila tidak diberi bimbingan, dorongan, dan bantuan yang tidak ternilai harganya yang telah penulis terima dari banyak pihak. Untuk ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Ir. Lucia Sri Lestari, MSc selaku Dekan Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan semua dosen, staf Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Ir. Sumardi, MSc selaku dosen pembimbing I yang telah rela meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran-saran hingga selesai skripsi ini.
3. Ibu Ir. Soedarini, MP selaku dosen pembimbing II yang telah rela meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran-saran hingga selesai skripsi ini.
4. Seluruh manajer dan karyawan Restoran “Kentucky Fried Chicken” cabang Semarang, yang telah memberikan ijin dan banyak membantu penulis dalam penelitian ini.
5. Bapak Bagus selaku pimpinan Restoran “California Fried Chicken” cabang Semarang beserta karyawan, yang telah memberikan ijin dan banyak membantu penulis dalam penelitian ini.
6. Bapak Azis selaku pimpinan Restoran “Ayam Bakar Wong Solo” cabang Semarang beserta karyawan, yang telah memberikan ijin dan banyak membantu penulis dalam penelitian ini.

7. Bapak Ardi selaku pimpinan Restoran “Ayam Goreng Ny. Suharti” cabang Semarang beserta karyawan, yang telah memberikan ijin dan banyak membantu penulis dalam penelitian ini.
8. Bapak Budi selaku pimpinan Restoran “Ayam Goreng Kampung Kali” Semarang beserta karyawan, yang telah memberikan ijin dan banyak membantu penulis dalam penelitian ini.
9. Keluargaku tercinta, Bapak, Ibu, Tiwi, Astri, Sani, dan Aris atas dukungan baik moral maupun material.
10. Spesial untuk Edi yang selalu sabar menemani, memberi semangat, mendukung dengan penuh kasih sayang.
11. Spesial untuk Nonik yang selalu setia bekerjasama, dan mendukung selama penyelesaian skripsi ini.
12. Teman-teman spesialku Ida, Fivit, Donna, Sari, terimakasih atas dukungan, bantuan, dan keceriaanya yang telah memberi penulis semangat.
13. Teman-teman angkatan 2000 Jurusan Teknologi Pangan Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
14. Seluruh pihak yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat selesai.

Penulis hanya dapat memanjatkan doa, semoga semua yang telah diberikan dari banyak pihak tersebut tidak menjadi sia-sia dan berguna bagi semua. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang diajukan pada skripsi ini akan penulis terima dengan senang hati.

Semarang, Juni 2004

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
1. PENDAHULUAN	1
2. MATERI DAN METODA	
2.1. Lokasi Studi	9
2.2. Sampel	9
2.2.1. Teknik Penentuan Sampel	9
2.2.2. Penentuan Banyaknya Jumlah Sampel	10
2.3. Pengumpulan Data	10
2.4. Analisis Data	11
2.4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	12
2.4.2. Uji <i>Chi Square</i>	12
2.4.3. Uji Koefisien Kontingensi	13
2.4.4. Uji <i>Spearman Correlation</i>	14
2.4.5. Uji <i>Mann-Whitney U</i>	15
3. HASIL	
3.1. Sampel	16
3.2. Validitas dan Reliabilitas	17
3.2.1. Validitas	17
3.2.2. Reliabilitas	17
3.3. Karakteristik Responden	18

3.4. Preferensi Konsumen Dewasa Terhadap Produk Ayam Olahhan	21
3.4.1. Bahan Baku Produk Ayam Olahhan	21
3.4.2. Jenis Ayam Olahhan Restoran	22
3.4.3. Jenis Produk Ayam Olahhan	24
3.4.4. Jenis Rasa Produk Ayam Olahhan	25
3.5. Faktor-Faktor Pendukung Preferensi Konsumen Dewasa Terhadap Produk Ayam Olahhan.....	26
3.5.1. Alasan Kedatangan	26
3.5.2. Perencanaan Mengkonsumsi Produk Ayam Olahhan	28
3.5.3. Frekuensi Konsumsi	29
3.5.4. Sumber Informasi	30
3.5.5. Sifat Organoleptik dan Cara Penyajian	31
3.5.6. Penilaian Konsumen Terhadap Restora.....	33
3.6. Hubungan Antara Preferensi Konsumen Dewasa Terhadap Produk Ayam Olahhan Dengan Karakteristik Individu, dan Frekuensi Konsumsi.....	37
3.6.1 Hubungan Antara Preferensi Konsumen Dewasa Terhadap Produk Ayam Olahhan Dengan Karakteristik Individu	37
3.6.2 Hubungan Antara Preferensi Konsumen Dewasa Terhadap Produk Ayam Olahhan Dengan Frekuensi Konsumsi	39
3.7. Hubungan Antara Frekuensi Konsumsi Dengan Karakteristik Individu, dan Sumber Informasi. Antara Sumber Informasi Dengan Karakteristik Individu.....	40
3.7.1. Hubungan Antara Frekuensi Konsumsi Dengan Karakteristik Individu	40
3.7.2. Hubungan Antara Frekuensi Konsumsi Dengan Sumber Informasi. Antara Sumber Informasi Dengan Karakteristik Individu.....	41
3.8. Hubungan Antara Karakteristik Individu Dengan Penilaian Atribut Yang Paling Penting	42
3.9. Perbedaan Penilaian Konsumen Terhadap Sifat Organoleptik dan Cara Penyajian Antara Restoran <i>Fast Food</i> dan Tradisional	43

4. PEMBAHASAN	45
5. KESIMPULAN	55
6. DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 1. Kadar Protein dan Asam-asam Amino	4
Tabel 2. Perbandingan Kadar Lemak dan Kadar Protein Berbagai Jenis Daging	4
Tabel 3. Hasil Perhitungan Jumlah Sampel	16
Tabel 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	17
Tabel 5. Sebaran Golongan Usia Responden Menurut Jenis Restoran	19
Tabel 6. Alasan-Alasan Responden Lebih Sering Mengonsumsi Antara Ayam Broiler atau Ayam Kampung, dan Antara Ayam Olah Restoran <i>Fast Food</i> atau Tradisional	24
Tabel 7. Sebaran Responden Berdasarkan Alasan Kedatangan Responden ke restoran <i>Fast Food</i> dan Tradisional	27
Tabel 8. Sebaran Responden Berdasarkan Alasan Pendukung Kedatangan Responden ke Restoran <i>Fast Food</i> dan Tradisional	28
Tabel 9. Persentase Responden Berdasarkan Alasan-Alasan Responden Yang Tidak Merencanakan Makan di Restoran	29
Tabel 10. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Kesukaan Rasa, Tingkat Kemantapan Bumbu, Tingkat Ketajaman Aroma, Aroma yang Dirasakan, Daya Tarik Penyajian, Tingkat Kepraktisan Penyajian	33
Tabel 11. Jumlah Responden Berdasarkan Atribut Yang Terdapat di Restoran <i>Fast Food</i> dan Tradisional	35
Tabel 12. Jumlah Responden Berdasarkan Penilaian Atribut Yang Paling Penting	37
Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Kontingensi Antara Preferensi Konsumen Dengan Jenis Kelamin	38
Tabel 14. Hasil Uji Kontingensi Hubungan Antara Preferensi Konsumen Dengan Usia	39
Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Kontingensi Antara Frekuensi Konsumsi Dengan Preferensi Konsumen Dewasa Terhadap Produk Ayam Olah	40

Tabel 16. Hasil Uji <i>Spearman Correlation</i> Antara Frekuensi Konsumsi Dengan Karakteristik Individu	41
Tabel 17. Hasil Uji Koefisien Kontingensi Antara Frekuensi Konsumsi Dengan Sumber Informasi, dan Antara Sumber Informasi Dengan Karakteristik Individu	42
Tabel 18. Hasil Uji Korelasi Antara Karakteristik Individu Dengan Penilaian Atribut Yang Paling Penting	43
Tabel 19. Hasil Uji <i>Mann-Whitney</i> Variabel-Variabel Penilaian Konsumen Terhadap Sifat Organoleptik dan Cara Penyajian di Restoran <i>Fast Food</i> dan Tradisional	44



DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1. Persentase Responden Restoran <i>Fast Food</i> dan Tradisional Menurut Jenis Kelamin	18
Gambar 2. Persentase Responden Restoran <i>Fast Food</i> dan Tradisional Menurut Tingkat Pendidikan	20
Gambar 3. Persentase Responden Restoran <i>Fast Food</i> dan Tradisional Menurut Tingkat Pendapatan/Bulan	21
Gambar 4. Sebaran Responden Menurut Kesukaan dan Pengkonsumsian Bahan Baku Produk Ayam Olahan	22
Gambar 5. Sebaran Responden Menurut Kesukaan dan Pengkonsumsian Jenis Ayam Olahan Restoran.	23
Gambar 6. Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Produk Ayam Olahan Yang Disukai	25
Gambar 7. Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Rasa Produk Ayam Olahan Yang Disukai	26
Gambar 8. Persentase Responden Menurut Frekuensi Konsumsi	30
Gambar 9. Persentase Responden Menurut Sumber Informasi	31

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Tabulasi Data Survei Preferensi Konsumen Dewasa Terhadap Produk Ayam Olahhan
- Lampiran 3. Perhitungan Jumlah Sampel
- Lampiran 4. Gambar Produk Ayam Olahhan Restoran *Fast Food* dan Produk Ayam Olahhan Restoran Tradisional
- Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6. Hasil Uji *Chi Square*
- Lampiran 7. Hasil Uji *Spearman Correlation*
- Lampiran 8. Hasil Uji Koefisien Kontingensi
- Lampiran 9. Hasil Uji *Mann-Whitney U*
- Lampiran 10. Tabel Z (*One Tailed*) dan Tabel Nilai-Nilai *r Product Moment*

