

**KAJIAN ANTROPOSENTRIK TERHADAP PEMAHAMAN,
PERSEPSI, DAN PERILAKU KONSUMSI TEH KONSUMEN
MUDA DI SEMARANG**

*ANTHROPOCENTRIC STUDY OF UNDERSTANDING, PERCEPTION,
AND BEHAVIOR IN YOUNG CONSUMERS OF
TEA CONSUMPTION IN SEMARANG*

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Teknologi Pertanian

Oleh :

BUDI CHANDRA PRASETYA

06.70.0124



**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI PANGAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2013

**KAJIAN ANTROPOSENTRIK TERHADAP PEMAHAMAN,
PERSEPSI, DAN PERILAKU KONSUMSI TEH KONSUMEN
MUDA DI SEMARANG**

*ANTHROPOCENTRIC STUDY OF UNDERSTANDING, PERCEPTION,
AND BEHAVIOR IN YOUNG CONSUMERS OF TEA CONSUMPTION IN
SEMARANG*

Oleh :

BUDI CHANDRA PRASTEYA

NIM : 06.70.0124

Program Studi : Teknologi Pangan

**Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan
di hadapan sidang penguji pada tanggal :
21 Juni 2013**

Semarang, 28 Juni 2013

Fakultas Teknologi Pertanian

Universitas Katolik Soegijapranata

Pembimbing I,

Dekan,

(Ir. Sumardi, M.Sc.)

(Ita Sulistyawati, S.TP, M.Sc.)

Pembimbing II,

(Kartika Puspa Dwiana, S.TP)

RINGKASAN

Teh merupakan salah satu jenis tanaman yang dimanfaatkan daunnya sebagai bahan baku minuman. Produk/ minuman teh dipercaya oleh masyarakat dapat memelihara kondisi tubuh tetap fit, melawan radikal bebas, menurunkan lemak, dan lain sebagainya. Dalam perkembangannya, teh diproduksi dalam berbagai bentuk dan variasi seperti teh dalam kemasan siap minum (dalam bentuk botol, kotak, atau plastik) maupun untuk diseduh (dalam bentuk kantong). Kepopuleran minuman teh di masyarakat biasanya diidentikkan dengan para konsumen muda khususnya kalangan remaja (berumur 10-17 tahun). Pada usia tersebut, konsumen muda biasanya mempunyai perilaku konsumsi yang sangat ditentukan oleh pengaruh internal maupun eksternal. Hal ini menjadikan konsumen muda cocok digunakan sebagai responden untuk mengetahui faktor yang berpengaruh hingga para konsumen muda mau mengkonsumsi teh. Faktor-faktor tersebut akan dibahas dalam kajian antroposentrik yaitu kajian antropologi yang berpusat pada manusia sebagai sentris-nya. Penelitian yang akan dilakukan pada konsumen muda ini menggunakan survei yang ditujukan kepada siswa-siswi SMP dan SMA/SMK untuk daerah pinggiran kota dan daerah kota serta MTs dan MA untuk daerah desa. Metode survei yang akan digunakan adalah dengan cara menyebar kuisioner kepada para pelajar di sebagian besar sekolah di Semarang yang akan dilakukan secara acak. Penentuan jumlah sampel untuk penelitian ini ditentukan menggunakan rumus *Slovin* kemudian data yang diperoleh ditabulasi dan diuji kedekatan maupun hubungannya. Data diolah dengan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for The Social Science*) 13.0 for Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman dan persepsi tentang banyaknya produk teh yang ada di masyarakat merupakan faktor yang mempengaruhi pembentukan suatu perilaku untuk membelinya dan kemudian mengkonsumsinya yang dipengaruhi oleh frekuensi minum dan dapat diwujudkan dalam perilaku konsumsi lain seperti biaya minum, tempat minum, tempat membeli, teman minum, dan waktu minum teh.

Kata kunci : teh, kajian antroposentrik, konsumen muda, kuisioner.

SUMMARY

Tea is one type of plant leaves are used as raw materials drinks. Products / tea beverage can be trusted by the community to maintain the condition of the body fit, fight free radicals, reduce fat, and so forth. In the process, tea is produced in many forms and variations such as bottled ready to drink tea (in the form of bottles, boxes, or plastic) or to be brewed (in the form of bags). Tea popularity in the community are usually identified with the young consumers in particular among young people (aged 10-17 years). At that age, young consumers typically have consumer behavior is determined by internal and external influences. It makes suitable use of young consumers as respondents to determine the factors that influence young consumers want to consume tea. These factors will be discussed in the study anthropocentric anthropology studies human-centered as his centric research to be conducted on these young consumers using the survey addressed to students of junior and senior high / vocational school for peri-urban and urban areas as well as MTs and MA for rural areas. Survey methods that will be used is to spread questionnaires to students in most schools in Semarang will be done at random. Determination of the number of samples for this study were determined using the formula Slovin then obtained data were tabulated and tested closeness and connection. The data were processed with SPSS software (Statistical Package for the Social Science) 13.0 for Windows. The results showed that the understanding and perception of the amount of tea products in the community is a factor that affects the formation of a behavior to buy it and then take it ini that affect consumer behavior by drinking frequency and that behaviour has been formed with cost of drinking, places to drink, where to buy, friends drink, and tea time.

Keywords: tea, anthropocentric, young consumers, questionnaire.

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sebesar-besarnya kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, atas segala kasih, karunia, dan penyertaan-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan laporan skripsi ini dengan judul: “Kajian Antroposentrik Terhadap Pemahaman, Persepsi, dan Perilaku Konsumsi Teh Konsumen Muda di Semarang.”

Penulisan laporan ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknologi Pangan. Penulis menyadari bahwa laporan ini jauh dari sempurna. Namun berkat bimbingan, nasehat, dan dorongan dari beberapa pihak, akhirnya penulis mampu menyelesaikan laporan ini hingga selesai. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. *Jesus Christ, my good shepherd.*
2. Ita Sulistyawati, S.TP, M.Sc selaku Dekan Fakultas Teknologi Pertanian.
3. Ir. Sumardi, M.Sc selaku dosen pembimbing I yang bersedia meluangkan waktu untuk membantu penulis menyelesaikan tugas akhirnya.
4. Kartika Puspa Dwiana, S.TP, selaku dosen pembimbing II yang bersedia membantu memberikan ide-ide baru kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhirnya.
5. Haniel Yudiar, S.TP.,M.Si, selaku dosen FTP yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Semua dosen Fakultas Teknologi Pertanian yang selama ini telah memberikan banyak ilmu kepada penulis.
7. Seluruh anggota Tata Usaha Fakultas Teknologi Pertanian yang telah memberikan bantuan terutama di bagian administrasi dan kelengkapan yang dibutuhkan selama pembuatan skripsi ini.
8. Papa, mama tercinta, adikku, dan saudara-saudaraku yang selama ini telah memberikan dukungan baik secara moral dan materiil kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini.

9. Agus Santoso sebagai sahabat yang bersedia membantu memberikan masukan dan ide-ide yang sangat berguna bagi penulis baik secara teori maupun di lapangan.
10. Gita Anita sebagai sahabat yang bersedia membantu penulis dalam beberapa kegiatan di lapangan selama pembuatan skripsi ini berlangsung.
11. Yoshua Aries Wirawan sebagai *partner* dalam pembuatan skripsi ini.
12. Seluruh siswa/siswi SMP/MTs dan SMA/MA di Semarang yang telah bersedia memberikan bantuan berupa informasi untuk perolehan data dalam skripsi ini.
13. Seluruh staf pengajar siswa-siswi SMP/MTs dan SMA/MA di Semarang yang memberikan izin untuk melakukan survey ditempat tersebut.
14. Teman-teman program studi Teknologi Pangan tercinta yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
15. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dan mendukung penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Semoga Tuhan membalas kebaikan seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan bagi penulis. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan laporan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran agar penulisan skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Akhir kata, semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi adik-adik kelas yang akan datang.

Penulis

Budi Chandra Prasetya

DAFTAR ISI

RINGKASAN	i
<i>SUMMARY</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tinjauan Pustaka	2
1.2.1. Teh	2
1.2.2. Konsumen Muda	3
1.2.3. Antropologi	3
1.2.4. Pemahaman	4
1.2.5. Persepsi	4
1.2.6. Perilaku Konsumsi	5
1.3. Tujuan Penelitian	8
2. MATERI DAN METODE	9
2.1. Tempat dan Waktu Penelitian	9
2.2. Tahapan Penelitian	9
2.3. Studi Pendahuluan	10
2.4. Penarikan Sampel	10
2.5. Survey Pengambilan Data	11
2.6. Analisa Data	12
3. HASIL PENELITIAN	13
3.1. Penelitian Pendahuluan	13
3.2. Penelitian Utama	15
3.2.1. Kesukaan Responden Terhadap Teh	16
3.2.2. Rekap Kuesioner Sub Bab Pemahaman Konsumen terhadap teh	16
3.2.3. Rekap Kuesioner Sub Bab Persepsi Konsumen terhadap teh	20
3.3. Rekap Kuesioner tentang Perilaku Responden Terhadap Teh	23
3.4. Kajian Antroposentrik antara pemahaman, persepsi, dan perilaku konsumsi oleh responden	28
4. PEMBAHASAN	35
5. KESIMPULAN DAN SARAN	44
5.1. Kesimpulan	44
5.2. Saran	44

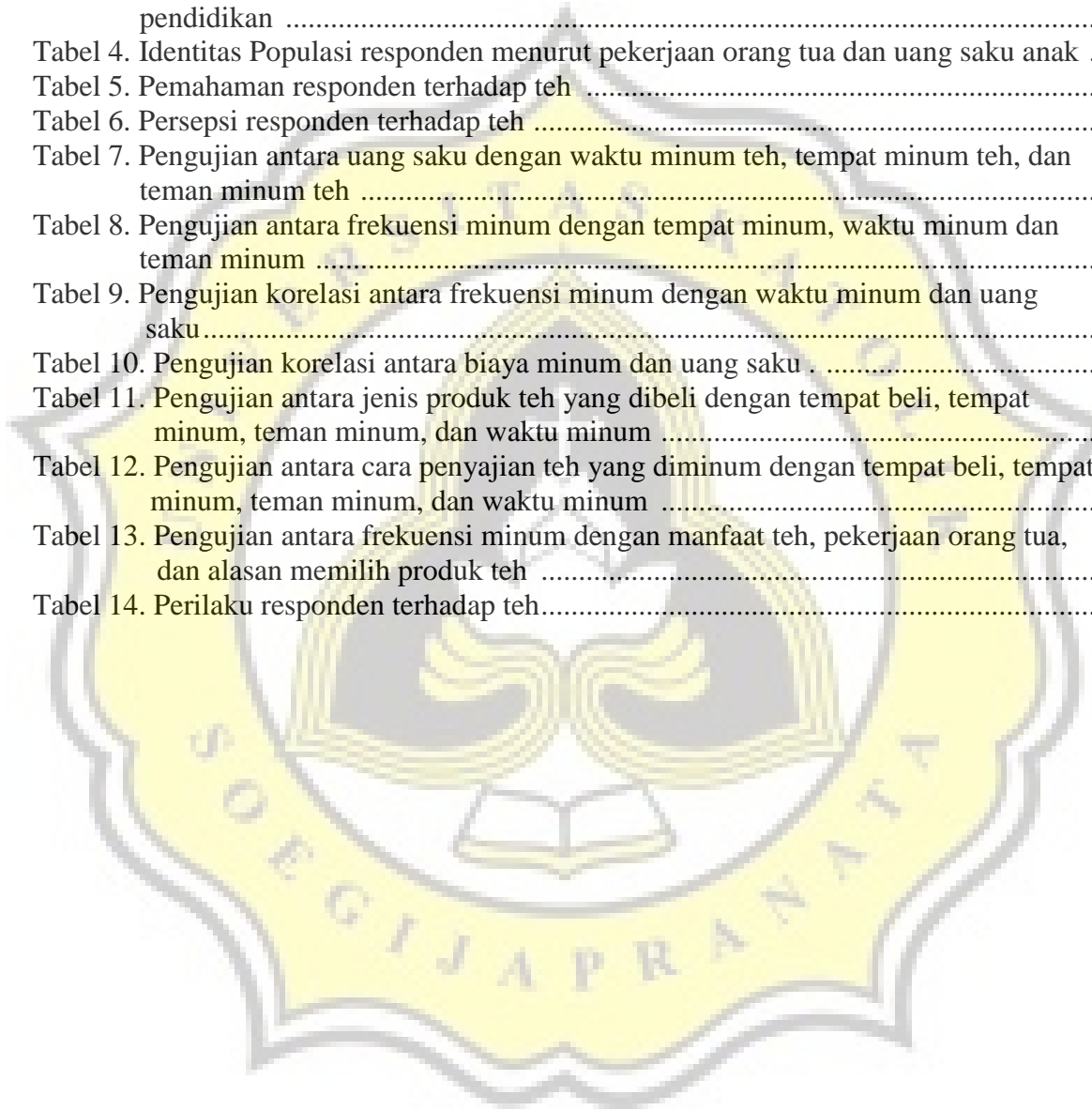
6. DAFTAR PUSTAKA..... 45

LAMPIRAN 47



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Sekolah Terdaftar Kota Semarang Tahun 2011 menurut web online Dinas Pendidikan	13
Tabel 2. Jumlah Siswa-Siswi Sekolah Terdaftar Kota Semarang Tahun 2011 menurut web online Dinas Pendidikan	13
Tabel 3. Identitas Populasi Responden menurut letak sekolah, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan	15
Tabel 4. Identitas Populasi responden menurut pekerjaan orang tua dan uang saku anak ..	15
Tabel 5. Pemahaman responden terhadap teh	19
Tabel 6. Persepsi responden terhadap teh	22
Tabel 7. Pengujian antara uang saku dengan waktu minum teh, tempat minum teh, dan teman minum teh	29
Tabel 8. Pengujian antara frekuensi minum dengan tempat minum, waktu minum dan teman minum	29
Tabel 9. Pengujian korelasi antara frekuensi minum dengan waktu minum dan uang saku.....	30
Tabel 10. Pengujian korelasi antara biaya minum dan uang saku	30
Tabel 11. Pengujian antara jenis produk teh yang dibeli dengan tempat beli, tempat minum, teman minum, dan waktu minum	31
Tabel 12. Pengujian antara cara penyajian teh yang diminum dengan tempat beli, tempat minum, teman minum, dan waktu minum	32
Tabel 13. Pengujian antara frekuensi minum dengan manfaat teh, pekerjaan orang tua, dan alasan memilih produk teh	32
Tabel 14. Perilaku responden terhadap teh.....	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Alir Tahapan Penelitian	9
Gambar 2. Prosentase Kesukaan Responden Terhadap Teh	16
Gambar 3. Sumber Informasi terkait produk Teh.....	17
Gambar 4. Jenis-jenis produk teh yang dikenal oleh responden	17
Gambar 5. Kriteria teh menurut responden	18
Gambar 6. Kriteria responden dalam memilih produk teh	20
Gambar 7. Produk teh dengan manfaat yang baik untuk tubuh.....	21
Gambar 8. Manfaat produk teh yang diminum	21
Gambar 9. Alasan memilih produk teh sebagai minuman	22
Gambar 10. Frekuensi minum teh responden dalam 1 bulan	23
Gambar 11. Tempat yang biasa digunakan untuk membeli produk teh	24
Gambar 12. Jenis produk teh yang sering diminum oleh responden	24
Gambar 13. Tempat yang biasa digunakan para responden untuk minum teh	25
Gambar 14. Cara penyajian teh yang diminum yang biasa dilakukan oleh responden	25
Gambar 15. Kegiatan yang biasanya dilakukan yang disertai dengan minum teh	26
Gambar 16. Partner responden sewaktu minum teh	26
Gambar 17. Waktu yang tepat untuk minum teh bagi para responden	27
Gambar 18. Biaya yang dikeluarkan responden untuk sekali membeli minuman teh	27
Gambar 19. Peta uji hubungan/ kedekatan	28
Gambar 20. Keadaan kondusif saat responden mengisi kuesioner	54
Gambar 21. Kantin sekolah yang menjual beberapa macam produk teh	54
Gambar 22. Seorang siswi sedang membeli minuman teh saat jam istirahat sekolah di kantin sekolah	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Sekolah siswa-siswi sebagai Responden	47
Lampiran 2. Output SPSS	48
Lampiran 3. Peta Survey Lapangan.....	53
Lampiran 4. Foto-foto Survey Lapangan	54
Lampiran 5. Kuesioner	55
Lampiran 6. Jurnal.....	56

