

Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Tahu Kuning di Pasar Tradisional Simpang Limun Jalan Simangaraja

Sri Rahayu

¹Fakultas Pertanian, ²Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

sri87631@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk 1). Untuk mengetahui tingkat perilaku konsumen terhadap pembelian tahu kuning. 2). Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap pembelian tahu kuning. Jenis penelitian adalah penelitian studikusus (case study). Teknik pengambilan sampel Acidental sampling Metode pengambilan data yaitu data primer yang didapatkan langsung dari konsumen. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif dan kualitatif yang di kuantitatifkan kemudian di analisis dengan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah: 1). Dari hasil pengukuran skor tentang perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian tahu kuning diperoleh penilaian terhadap tiap atribut yang diajukan, untuk atribut ukuran memperoleh skor rata-rata sebesar 4,21 yang berada pada kriteria penilaian setuju, atribut rasa memperoleh skor 3,15 yang berada pada kriteria penilaian ragu-ragu, atribut kemasan memperoleh skor penilaian sebesar 3,37 yang berada pada kriteria penilaian ragu-ragu dan atribut kandungan gizi memperoleh skor sebesar 3,21 dengan kriteria penilaian ragu-ragu. 2). Dari hasil uji t diperoleh hanya tingkat pendapatan (X1) jumlah tanggungan (X2) dan harga (X4) yang berpengaruh signifikan terhadap permintaan tahu kuning sedangkan variabel tingkat pendidikan (X3) tidak berpengaruh nyata terhadap keputuas pembelian tahu kuning.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Tahu Kuning, Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

1. PENDAHULUAN

Sektor industri pengolahan saat ini merupakan sektor dengan kontribusi terbesar terhadap perekonomian Indonesia, sehingga sektor industri ini sering disebut sebagai motor penggerak perekonomian nasional. Peran sektor industri pengolahan terhadap perekonomian nasional tidak terlepas dari peranan kuat investasi di sektor ini baik investasi asing maupun domestik. Sektor industri merupakan sektor yang banyak dikembangkan oleh pemerintah karena sektor industri banyak membantu pertumbuhan ekonomi negara. Pada saat ini, bukan hanya industri besar yang berkontribusi dalam pembangunan sektor industri tetapi banyak berkembangnya sektor industri kecil yang berkontribusi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu Negara.

Kegiatan agroindustri merupakan bagian dari integral dari pengembangan sektor pertanian. Efek agroindustri mampu mentransformasikan produk primer ke produk olahan sekaligus budaya kerja bernilai tambah rendah menjadi budaya kerja industrial modern yang menciptakan nilai tambah tinggi. Salah satu diversifikasi pangan yang berpotensi untuk dikembangkan yaitu pengolahan kacang kedelai menjadi tahu. Seiring perkembangan jaman kini agroindustri terus berinovasi. Agroindustri merupakan salah satu alternative perkembangan ekonomi pedesaan. Agroindustri mampu meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, menyerap tenaga kerja, meningkatkan perolehan devisa, dan mendorong munculnya industri yang lain.

Kedelai adalah komoditas tanaman pangan terpenting ketiga setelah padi dan jagung. Kedelai berperan sebagai sumber protein nabati yang sangat penting dalam rangka peningkatan gizi masyarakat karena aman bagi kesehatan dan murah harganya. Kedelai dapat diolah sebagai bahan industri olahan pangan seperti tahu, tempe, kecap, susu kedelai, tauco, snoack, dan dll. Kedelai memiliki manfaat besar sebagai pangan kesehatan (health food). Secara epidemiologis konsumsi produk kedelai menekan risiko kanker payudara dan kanker lainnya. Salah satu karakteristik sifat protein kedelai adalah rendahnya kandungan metionin. Meskipun demikian penggunaannya dianggap cukup, apalagi ketika kedelai digunakan sebagai sumber protein diet.

Kedelai berasal dari daerah China Utara dan Tengah, ditemukan antara 4.000-5.000 tahun yang lalu. Di Eropa kedelai dikenal sekitar 1712 oleh Engelbert kaempfer, seorang ahli botani Jerman. Kemudian Carl von Linné memberikan nama ilmiah *Glycine max*. Masyarakat mengenal kedelai karena gizinya, terutama proteinnya yang mencapai 40%. Protein kedelai memiliki kandungan asam amino sulfat yang rendah, seperti metionin, sistensin, dan threonine, tetapi kualitas protein nabati ini serta protein hewani. Kandungan asam amino lisin cukup tinggi, karena itu sering digunakan pengkayaan protein gandum. Kadar lemak kedelai adalah tertinggi di antara kacang-kacangan, dengan didominasi oleh asam lemak tak jenuh seperti asam linoleat, asam linolenat, dan asam aleot. Asam linoleat sebesar 53% dari total kandungan asam lemak tak jenuh, tetapi sedikit kandungan asam lemak yang baik. Karbohidrat kandungan kedelai tersusun atas glukosa, arabinose, sukrosa, rafinosa ini menyebabkan lambung flatulensi (rasa sebab) dan tidak nyaman.

Kebutuhan akan kedelai terus meningkat dari tahun ketahun dengan peningkatan jumlah penduduk, sementara produksi yang dicapai belum mampu mengimbangi kebutuhan tersebut. Pada tahun 2004 kebutuhan kedelai di Indonesia diperkirakan mencapai 1.951.100 ton sedangkan produksi pada tahun yang sama hanya 672.439 ton yang menunjukkan deficit 1.278.661 ton (34,46%).

Untuk memenuhi jumlah kekurangan ini dan mempertahankan tingkat konsumen yang cukup pada masa mendatang, hasil tanaman kedelai harus meningkat.

Tahu merupakan hasil olahan dari kedelai yang disenangi oleh manusia karena harganya terjangkau dan juga merupakan salah satu jenis panganan murah dan enak. Tahu berasal dari cina, dan telah menjadi makanan populer masyarakat Indonesia. Tahu merupakan makanan yang selalu hadir disetiap harinya baik itu merupakan lauk pauk pendamping nasi, baik itu tanpa olahan maupun dengan dimodifikasikan menjadi bentuk panganan lainnya yang berbasis tahu. Di dasari atau pun tidak sebagai hasil olahan kacang kedelai, tahu merupakan makanan andalan untuk perbaikan gizi karena tahu mempunyai mutu protein nabati terbaik.

Kandungan gizi dalam tahu, memang masih kalah dibandingkan lauk pauk hewani, seperti ikan, daging dan telur. Namun, dengan harga yang lebih murah, masyarakat cenderung lebih memilih mengkonsumsi tahu sebagai bahan makanan pengganti protein hewani memenuhi kebutuhan gizi.

Dalam memahami perilaku konsumen tentu tidak mudah karena mempunyai sifat, perspektif, keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda. Demikian juga dengan konsumen tahu kuning yang terdapat di Pasar Tradisional Simpang Limun Jalan sisingamangaraja. Konsumen tahu kuning memiliki pandangan yang berbeda terhadap atribut (ukuran, rasa, kemasan, kandungan gizi) tahu kuning yang dianggap makanan pokok, sehingga pada akhirnya dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Selain itu tingkat pendidikan dan pendapatan rumah tangga konsumen yang beragam serta kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap rumah tangga, mempengaruhi perilaku konsumen dalam menjalankan aktifitas-aktifitas ekonomi dalam berbelanja. Gaya hidup sehat dengan cara kembali ke alam dengan mengkonsumsi makanan yang diproduksi secara alamiah sedang menjadi trend baru dalam masyarakat.

2. METODE

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian di lakukan dengan sengaja (purposive) dan berdasarkan pertimbangan sesuai dengan karakteristik penelitian. Penentuan lokasih tersebut diambil di Pasar Tradisional Simpang Limun Jalan Sisingamangaraja. Pertimbangan di tetapkannya daerah penelitian tersebut merupakan salah satu pabrik tahu kuning yang menjadi tempat untuk konsumen membeli tahu sehingga sangat cocok sebagai sampel penelitian.

Metode Penarikan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti ini bentuk pengambilan sampelnya yaitu *nonprobability sampling*. Adapun yang

akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli tahu kuning, Pasar Tradisional Simpang Limun Jalan Sisingamangaraja. Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik Accidental Sampling yaitu objek yang kebetulan bertemu pada saat pengumpulan data dan sesuai untuk diteliti, hal ini di karenakan semua mempunyai kemungkinan untuk di jadikan sebagai sampel penelitian. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang di gunakan adalah konsumen yang membeli tahu kuning sebesar 30 responden, dengan alasan untuk menelitian yang akan menggunakan analisis data dengan statistik ukuran sampel paling kecil adalah 30 responden.

Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan kualitatif yang di kuantitatifkan, yakni menjelaskan dan menginterpretasikan keadaan yang terjadi di lapangan dalam bentuk narasi. Untuk penyelesaian rumusan masalah pertama menggunakan Skala Likert. Untuk penyelesaian rumusan masalah kedua menggunakan analisis data Regresi Linier Berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Tahu Kuning

Atribut yang terkandung didalam tahu kuning juga sangat memiliki peran penting terhadap perilaku konsumen, dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh 4 atribut yang mempengaruhi perilaku konsumen. Ke 4 atribut tersebut adalah ukuran dari tahu kuning, rasa dari tahu kuning, kemasan tahu kuning, dan kandungan gizi yang terdapat di tahu kuning. Tingkat perilaku konsumen terhadap pembelian tahu kuning diukur dari beberapa parameter yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Tahu Kuning

No	Parameter	Jumlah Indikator
1	Ukuran	4
2	Rasa	4
3	Kemasan	4
4	Kandungan Gizi	4

1) Ukuran

Perilaku konsumen terhadap atribut ukuran dari pernyataan yang diajukan pada umumnya konsumen memberikan tanggapan Setuju yaitu dengan skor rata-rata sebesar 4,21. Yang artinya atribut ukuran merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian tahu kuning di daerah penelitian. Dari keempat indikator diatas indikator yang penilaian yang memiliki skor tertinggi adalah Ukuran yang bervariasi memberikan opsi yang banyak dalam melakukan pembelian dengan Skor sebesar 4,36 yang berarti setuju. Sedangkan untuk indikator dengan skor penilaian terendah adalah Ukuran yang beragam tidak mempengaruhi anda dalam keputusan pembelian tahu kuning diberikan skor penilaian sebesar, 4,0 yang berarti setuju. Berdasarkan skor tertinggi dan skor rata-rata dari setiap indikator dapat disimpulkan bahwa atribut ukuran merupakan salah satu faktor yang dominan dalam mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen.

2) Rasa

Rata-rata tanggapan konsumen terhadap indikator rasa umumnya konsumen memberikan penilaian ragu-ragu dengan rata-rata skor penilaian sebesar 3,15 yang berarti indikator rasa tidak termasuk faktor yang dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian tahu kuning. Dari ke 4 indikator yang di ajukan kepada responden indikator yang memperoleh skor penilaian tertinggi adalah indikator rasa tahu kuning sesuai dengan harga

yang ditawarkan dengan rata-rata skor 3,8 yang berarti setuju. Sedangkan untuk indikator dengan nilai skor terendah adalah Faktor yang mendorong anda untuk melakukan pembelian tahu kuning adalah karena rasanya yang enak dengan nilai skor sebesar 2,3. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor rasa bukan merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian tahu kuning di daerah penelitian

3) Kemasan

Umumnya tanggapan responden dipengaruhi kemasan terhadap perilaku pembelian dijawab Ragu-Ragu dengan rata-rata skor penilaian sebesar 3,37. Nilai ini dapat diartikan bahwa faktor kemasan hanya berperan normal dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian tahu kuning di daerah penelitian. Hal ini disebabkan karena umumnya tahu kuning di pasar Tradisional Simpang Limun hanya dikemas dengan menggunakan kantong plastic sehingga kemasan tidak berperan dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Dari tabel diatas dapat dilihat indikator kemasan yang memperoleh skor penilaian tertinggi adalah Kemasan dari tahu kuning tidak mempengaruhi minat anda dalam melakukan keputusan pembelian dengan skor sebesar 4,2 yang berarti setuju. Sedangkan indikator yang memiliki nilai skor terendah adalah indikator Kemasan dari tahu kuning yang ditawarkan sangat menarik dengan skor penilaian sebesar 2,3 yang berarti ragu-ragu.

4) Kandungan Gizi

Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen

Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian tahu kuning di dalam penelitian ini digolongkan menjadi 4. Yaitu tingkat pendapatan (X1), jumlah anggota keluarga (X2), tingkat pendidikan (X3) dan harga (X4). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah pembelian tahu kuning (Y). Untuk menguji pengaruh ke empat variabel bebas tersebut terhadap keputusan pembelian tahu kuning di analisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Berikut adalah hasil analisis regresi linier berganda pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini:

Tabel 1. Hasil Output Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Standart error	t-hitung	Sig
(Constant)	45,389	4,686	9,685	.000
Tingkat Pendapatan (X1)	0,201	0,000	2,384	.019
Jumlah anggota keluarga	1,648	0,500	3,298	.003
Tingkat Pendidikan (X3)	-0,187	0,315	-0,594	.558
Harga (X4)	-0,012	0,002	7,023	.000
R-Square	0,771			
Adjusted R-Square	0,735			
Multiple R	0,878 ^a			
f-hitung	21,422			0,000
f-tabel	2,98			
t-tabel	2,060			

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui bahwa persamaan fungsi regresi linier berganda antara lain :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$
$$Y = 45,389 + 0,201X_1 + 1,648X_2 - 0,187X_3 - 0,012X_4 + e$$

Analisis Determinasi (R²)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R² (R Square) sebesar 0,771 atau (77,1%). Hal ini menunjukkan bahwa presentase seimbang pengaruh variabel independen (pendapatan (X₁), jumlah anggota keluarga (X₂), usia (X₃) dan tingkat pendidikan (X₄) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian tahu kuning) sebesar 77,1%. Sedangkan sisanya sebesar 22,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (F-hitung)

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai f-hitung = 21,422 pada taraf tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Oleh karena itu f hitung > f tabel atau 21,422 > 2,98 berarti diterima dan ditolak. Hal ini menunjukkan variabel bebas (pendapatan (X₁), jumlah anggota keluarga (X₂), tingkat pendidikan (X₃) dan harga (X₄) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian tahu kuning.

Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (T-hitung)

Uji parsial ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini uji parsial digunakan untuk mengetahui apakah pendapatan (X₁), jumlah anggota keluarga (X₂), tingkat pendidikan (X₃) dan harga (X₄) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian tahu kuning. Hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diperoleh nilai T tabel yaitu 2.060 dengan tingkat kepercayaan 95 %. Berikut ini adalah penjelasan keterkaitan antara apakah pendapatan (X₁), jumlah anggota keluarga (X₂), tingkat pendidikan (X₃) dan harga (X₄) terhadap keputusan pembelian tahu kuning.

1) Tingkat Pendapatan (X₁)

Hasil pengujian statistik yang dilakukan secara regresi linier berganda pada lampiran 9 diperoleh nilai t hitung = 2,384. Oleh karena itu t hitung > t tabel atau 2,384 > 2.060 dan sig. 0.019 < 0,05 pada tingkat kepercayaan 95 % berarti H₀ diterima H₁ ditolak secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat pendapatan konsumen terhadap keputusan pembelian tahu kuning.

2) Jumlah Anggota Keluarga (X₂)

Hasil pengujian statistik yang dilakukan secara regresi linier berganda pada lampiran 9 diperoleh nilai t hitung = 2,229. Oleh karena itu t hitung < t tabel atau 2,229 < 2.060 dan sig. 0,003 < 0,05 pada tingkat kepercayaan 95 % H₀ diterima H₁ ditolak secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara jumlah anggota keluarga konsumen terhadap keputusan pembelian tahu kuning.

3) Tingkat Pendidikan (X₃)

Hasil pengujian statistik yang dilakukan secara regresi linier berganda diperoleh nilai t hitung = -0.594. Oleh karena itu t hitung > t tabel atau -0.594 < 2.060 dan sig. 0,558 > 0,05 pada tingkat kepercayaan 95 % berarti H₀ diterima H₁ ditolak artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat pendidikan responden terhadap keputusan pembelian tahu kuning.

4) Harga (X₄)

Hasil pengujian statistik yang dilakukan secara regresi linier berganda pada lampiran 9 diperoleh nilai t hitung = 7.023. Oleh karena itu t hitung > t tabel atau = 7.023 > 2.060 dan sig 0,000 < 0,05 pada tingkat kepercayaan 95 % berarti H0 diterima H1 ditolak artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara harga tahu kuning terhadap keputusan pembelian tahu kuning.

4. KESIMPULAN

1. Dari hasil pengukuran skor tentang perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian tahu kuning diperoleh penilaian terhadap tiap atribut yang diajukan, untuk atribut ukuran memperoleh skor rata-rata sebesar 4,21 yang berada pada kriteria penilaian setuju, atribut rasa memperoleh skor 3,15 yang berada pada kriteria penilaian ragu-ragu, atribut kemasan memperoleh skor penilaian sebesar 3,37 yang berada pada kriteria penilaian ragu-ragu dan atribut kandungan gizi memperoleh skor sebesar 3,21 dengan kriteria penilaian ragu-ragu
2. Dari hasil uji t diperoleh hanya tingkat pendapatan (X1) jumlah tanggungan (X2) dan harga (X4) yang berpengaruh signifikan terhadap permintaan tahu kuning sedangkan variabel tingkat pendidikan (X3) tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian tahu kuning.

REFERENSI

- Desi Novita, and Faisal Azhari Baldan Panjaitan. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Kerja Karyawan Pemanen." *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian* 19.1 (2015).
- Harahap, M., & Herman, S. (2018). Hubungan modal sosial dengan produktivitas petani sayur (studi kasus pada kelompok tani barokah kelurahan tanah enam ratus kecamatan medan marelan). *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 21(2), 157-165.
- Kartika. 2016. Analisis Produksi Tahu Pada Kawasan Stra industry Tahu Cibunta Bandung. Fakultas Ekonomi. Universitas Pasanda.
- Novita, A., Cemda, A. R., & Julia, H. (2017). Effects of Plant Hormones Interaction Under Salt Stress on Growth of Roselle (*Hibiscus Sabdarifa* L.). In *Proceeding International Conference Sustainable Agriculture and Natural Resources Management (ICoSAaNRM)*.
- Pinem, R. K. B., Mavianti, M., & Harfiani, R. (2019, October). Upaya Peningkatan Kualitas Mubalighat Melalui Pelatihan Public Speaking & Styles Dakwah Pada Pimpinan Wilayah 'Aisyiyah Sumatera Utara. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 187-193).
- Rangkuti, K., Siregar, S., Thamrin, M., & Andriano, R. (2015). Pengaruh faktor sosial ekonomi terhadap pendapatan petani jagung. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 19(1).
- Rohman, dkk. 2017. Analisis Pengembangan Agroindustri Tahu Goreng. *Jurnal Agroinfo Galuh* Vol. 4. No. 3. Fakultas Pertanian. Universitas Galuh.
- Setiadi, M.j. 2013. Perilaku Konsumen. Kencana Prenada Media Grup. Jakarta.
- Sulasmi, E., Sibuea, M. B., Eriska, P., & AirLangga, E. (2020). COVID 19 & KAMPUS MERDEKA Di Era New Normal. *Kumpulan Buku Dosen*.
- Suprpti. 2005. Pembuatan Tahu. Yogyakarta. Kanisius.
- Wahyudi, dkk. 2017. Responden Tanaman Kedelai Varietas Wihis Akibat Pemberian Dosis Pupuk N. P. K. Dan Pupuk Suanopd Tanaman Inceptisol Jatiningor. *Jurnal Kultivasi* Vol. 16. No. 2. University Padjadjaran.
- Widaningrum. 2015. Teknologi Pembuatan Tahu Yang Ramah Lingkungan. Fakultas Teknik. Universitas Muhammadiyah Ponogoro.
- Wiratha, I.M. 2006. Metode Penelitian Sosial Ekonomi. Andi. Yogyakarta.