

PREFERENSI DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ULAT HONGKONG (*Tenebrio molitor*) SEBAGAI PAKAN BURUNG KICAU (STUDI KASUS AREA BEKASI)

NUR ELISA



**DEPARTEMEN ILMU PRODUKSI DAN TEKNOLOGI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Preferensi dan Persepsi Konsumen terhadap Ulat Hongkong (*Tenebrio molitor*) sebagai Pakan Burung Kicau (Studi Kasus Area Bekasi)” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2024

Nur Elisa
D1401201075

ABSTRAK

NUR ELISA. Preferensi dan Persepsi Konsumen terhadap Ulat Hongkong (*Tenebrio molitor*) sebagai Pakan Burung Kicau (Studi Kasus Area Bekasi). Dibimbing oleh HENNY NURAINI dan LUCIA CYRILLA ENSD.

Ulat hongkong merupakan salah satu hewan memiliki peluang usaha yang menarik dan menjanjikan karena tingginya permintaan konsumen terhadap ulat hongkong. Bagi para penjual ulat hongkong sangat penting memahami preferensi konsumen agar menyediakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Bekasi merupakan salah satu daerah yang mempunyai permintaan ulat hongkong tertinggi. Penelitian ini bertujuan menganalisis preferensi konsumen terhadap ulat hongkong sebagai makanan burung kicau di wilayah Bekasi. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling* dengan responden berjumlah 40 orang. Responden penelitian ini adalah pria berusia 21-65 tahun yang umumnya peternak burung kicau yang aktif dalam komunitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap atribut ulat hongkong yaitu warna putih, ukuran 2-3 cm, tekstur lunak, penyajian dalam keadaan hidup, volume pembelian 50 gram, harga setiap pembelian Rp5000, serta membeli dari pedagang tetap menjadi faktor penting yang dapat dimanfaatkan oleh produsen dan pedagang ulat hongkong untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan. Ulat hongkong bermanfaat dalam meningkatkan frekuensi berkicau dan kualitas suara yang dihasilkan lebih nyaring.

Kata kunci: burung kicau, preferensi konsumen, ulat hongkong

ABSTRACT

NUR ELISA. Consumer Preferences and Perception for Yellow Mealworm (*Tenebrio molitor*) as Food for Songbirds (Case Study in the Bekasi Area). Supervised by HENNY NURAINI dan LUCIA CYRILLA ENSD.

Yellow mealworm are one of the animals that have interesting and promising business opportunities because of the high consumer demand for yellow mealworm. For yellow mealworm sellers, it is very important to understand consumer preferences and be able to provide products that suit consumer needs and desires. Bekasi is one of the areas that had a high interest in mealworms. This research aims to analyzed preferences of consumers towards mealworms as food for songbirds in the Bekasi area. The method used in the research was *purposive sampling* and *snowball sampling* with 40 respondents interviewed. The respondents of this study were men who were active in the community of songbird breeders age from 21–65. The results of the research show that consumer preferences for the attributes of yellow mealworms, namely white color, size 2-3 cm, soft texture, presentation alive, purchase volume of 50 grams, price IDR 5,000, and relationships with traders are important factors that can be utilized by producers and traders to increase marketing and sales. Yellow mealworm are useful in increasing the frequency of chirping birds and the quality of the sound produced is louder.

Keywords : consumer preference, songbirds, yellow mealworm



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



PREFERENSI DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ULAT HONGKONG (*Tenebrio Molitor*) SEBAGAI PAKAN BURUNG KICAU (STUDI KASUS AREA BEKASI)

NUR ELISA

Skripsi
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Teknologi Produksi Ternak

**DEPARTEMEN ILMU PRODUKSI DAN TEKNOLOGI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Ir. Yuni Cahya Endrawati, S.Pt, M.Si.
- 2 Dr. Ahmad Yani, S.TP, M.Si.

Judul Skripsi : Preferensi dan Persepsi Konsumen terhadap Ulat Hongkong
(*Tenebrio molitor*) sebagai Pakan Burung Kicau (Studi Kasus Area
Bekasi)

Nama : Nur Elisa
NIM : D1401201075

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Ir. Henny Nuraini, M.Si.

Pembimbing 2:
Dr. Ir. Lucia Cyrilla ENSD., M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Departemen
Ilmu Produksi dan Teknologi Peternakan
Prof. Dr.agr. Asep Gunawan, S.Pt, M.Sc.
NIP. 198007042005011005

Tanggal Ujian:
(23 Juli 2024)



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari sampai bulan Maret 2024 ini ialah preferensi konsumen, dengan judul “Preferensi dan Persepsi Konsumen terhadap Ulat Hongkong (*Tenebrio molitor*) sebagai Pakan Burung Kicau (Studi Kasus Area Bekasi)”. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad shallallahu'alaihi wa sallam, keluarganya, para sahabatnya dan umatnya yang beriman hingga akhir zaman.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Ibu Dr. Ir. Henny Nuraini, M.Si selaku pembimbing utama dan Ibu Dr. Ir. Lucia Cyrilla ENSD., M.Si selaku pembimbing anggota yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Dr. Ir. Rudi Afnan, S.Pt., M.Sc.Agr selaku pembimbing akademik, dan penguji luar komisi pembimbing yaitu Ibu Dr. Ir. Yuni Cahya Endrawati S.P., M.Si dan Bapak Dr. Ahmad Yani, S.TP., M.Si. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada responden peternak burung kicau, peternak ulat hongkong UD Multi cahya, penjual ulat hongkong di Bekasi yang telah bersedia penulis wawancarai sehingga membantu penulis dalam mengumpulkan data.

Ungkapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada kedua orang tua dan keluarga tercinta yaitu Bapak Warjuk dan Ibu Wanih serta saudara-saudara yaitu Susi Lawati, Masud Basuki, Rika Rahayu, Tiyara Rudiawati, dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya kepada penulis sehingga penulis dapat menempuh pendidikan di IPB dan menyelesaikan tugas akhir ini. Serta ungkapan terima kasih penulis untuk sahabat-sahabat penulis, teman KKN, dan teman-teman kelas D'raynor (TPT 57) yang telah memberikan dukungan.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2024

Nur Elisa

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	2
1.5 Ruang Lingkup	3
II METODE	4
2.1 Waktu dan Tempat	4
2.2 Alat dan Bahan	4
2.3 Prosedur Kerja	4
2.4 Peubah yang Diamati	6
2.5 Analisis Data	7
III HASIL DAN PEMBAHASAN	8
3.1 Ulat Hongkong (<i>Tenebrio molitor</i>)	8
3.2 Wilayah Bekasi	8
3.3 Karakteristik Konsumen	9
3.4 Preferensi Konsumen	12
3.5 Persepsi Konsumen	17
V SIMPULAN DAN SARAN	21
4.1 Simpulan	21
4.2 Saran	21
DAFTAR PUSTAKA	22
LAMPIRAN	24
RIWAYAT HIDUP	29



DAFTAR TABEL

1	Nilai atas jawaban kuesioner	7
2	Kategori penilaian	7
3	Jumlah responden menurut kecamatan domisili	9
4	Karakteristik responden penelitian	10
5	Preferensi konsumen terhadap warna ulat hongkong	12
6	Preferensi konsumen terhadap ukuran ulat hongkong	13
7	Preferensi konsumen terhadap tekstur ulat hongkong	13
8	Preferensi konsumen terhadap penyajian ulat hongkong	14
9	Volume pembelian ulat hongkong	15
10	Preferensi konsumen terhadap harga ulat hongkong	16
11	Preferensi konsumen terhadap hubungan pedagang ulat hongkong	16
12	Frekuensi pembelian ulat hongkong	17
13	Kandungan nutrisi ulat hongkong	18
14	Persepsi manfaat ulat hongkong	18
15	Persepsi harga ulat hongkong	19
16	Kepuasan konsumen terhadap ulat hongkong	20

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian karakteristik konsumen	25
2	Kuesioner preferensi konsumen terhadap ulat hongkong	26
3	Kuesioner persepsi konsumen terhadap ulat hongkong	27
4	Hasil uji validitas dan reabilitas kuesioner skala likert	28
5	Hasil perhitungan persepsi konsumen terhadap ulat hongkong	29