

PERSEPSI DAN PERILAKU KONSUMEN BISNIS TERHADAP DAGING SAPI *MELTIQUE* DI KOTA BEKASI DAN TANGERANG SELATAN

AZMI PUTRI ARDINA



**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 mengumumkan 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 “Persepsi dan perilaku konsumen bisnis terhadap daging sapi *melitique* di Kota Bekasi dan Tangerang Selatan” 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

Azmi Putri Ardina
D3401201014

ABSTRAK

AZMI PUTRI ARDINA. Persepsi dan Perilaku Konsumen Bisnis terhadap Daging Sapi *Meltique* di Kota Bekasi dan Tangerang Selatan. Dibimbing oleh ASTARI APRIANTINI dan LUCIA CYRILLA.

Daging *meltique* adalah daging tanpa lemak yang disuntikkan oleh lemak/minyak untuk menciptakan efek *marbling* buatan merupakan inovasi dalam industri daging sapi yang memiliki potensi pasar yang menjanjikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi dan perilaku konsumen bisnis Kota Bekasi dan Tangerang Selatan terhadap daging *meltique* dengan melibatkan 60 responden dari berbagai sektor bisnis, termasuk hotel, restoran, katering, pasar swalayan, dan pasar tradisional. Analisis deskriptif, uji korelasi *rank spearman* dan uji *mann whitney* digunakan untuk menganalisis hubungan antara persepsi dan karakteristik konsumen bisnis. Pengetahuan konsumen bisnis di kedua kota tersebut ada pada rentang sedang dengan rata-rata skor 58,67 untuk Kota Bekasi dan 57,33 untuk Kota Tangerang Selatan. Persepsi konsumen bisnis terhadap daging *meltique* ada pada kategori Baik dengan rata-rata skor persepsi 2,63 untuk Kota Bekasi dan 2,56 untuk Kota Tangerang Selatan. Hubungan antara karakteristik konsumen bisnis dengan persepsi terhadap daging *meltique* tidak signifikan, perbedaan karakteristik kedua kota menunjukkan tidak adanya perbedaan nyata.

Kata kunci : Daging *meltique*, konsumen bisnis, persepsi dan perilaku konsumen.

ABSTRACT

AZMI PUTRI ARDINA. *Perception and Behavior of Business Consumers about Meltique Beef in Bekasi and South Tangerang City. Supervised by ASTARI APRIANTINI and LUCIA CYRILLA.*

Meltique beef is a lean meat injected with fat/oil to create an artificial marbling effect, an innovation in the beef industry with promising market potential. This study aims to understand the perceptions and behaviors of business consumers in Bekasi City and South Tangerang towards meltique beef by involving 60 respondents from various business sectors, including hotels, restaurants, catering services, supermarkets, and traditional markets. Descriptive analysis, Spearman's rank correlation test, and Mann-Whitney test were used to analyze the relationship between perceptions and the characteristics of business consumers. The knowledge of business consumers in both cities is in the moderate range, with an average score of 58.67 for Bekasi City and 57.33 for South Tangerang. The perception of business consumers towards meltique beef is in the Good category, with an average perception score of 2.63 for Bekasi City and 2.56 for South Tangerang. The relationship between the characteristics of business consumers and their perceptions of meltique beef is insignificant, and the differences in characteristics between the two cities show no significant differences.

Keywords : *Business consumers, consumers perception and behavior, meltique meat*



Judul Skripsi : Persepsi dan Perilaku Konsumen Bisnis terhadap Daging Sapi
Meltique di Kota Bekasi dan Tangerang Selatan.

Nama : Azmi Putri Ardina

NIM : D3401201014

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Ir. Astari Apriantini, S.Gz., M.Sc.

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 19800704 200501 1 005

Tanggal Ujian:

24 Juli 2024



PRAKATA

Dengan nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang, segala puji dan syukur penulis panjatkan atas berkah dan rahmat kepada hamba-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Segala sanjungan dan salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, utusan Allah yang diutus dengan rahmat bagi seluruh alam. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2024 hingga April 2024 ini mengenai konsumsi daging *melitique*, dengan judul “Persepsi dan Perilaku Konsumen Bisnis terhadap Daging Sapi *Melitique* di Kota Bekasi dan Tangerang Selatan”. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Peternakan di Departemen Ilmu Produksi dan Teknologi Peternakan, Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor.

Penulis berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini, antara lain Dr. Ir. Astari Apriantini, S.Gz., M.Sc. selaku pembimbing utama dan Dr. Ir. Lucia Cyrilla ENSD, M.Si. selaku pembimbing anggota yang telah banyak membantu dan memberi saran selama skripsi ini dalam proses pembuatan. Terima kasih juga kepada selaku dosen penguji sidang skripsi yang sudah mengevaluasi dan memberikan saran serta memberikan banyak masukan terhadap penulisan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Dr. Sriduresta Soenarno, S.Pt., M.Sc. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing penulis selama masa perkuliahan.

Terima kasih kepada seluruh anggota tim penelitian daging *melitique* yang sudah membantu dalam proses pengambilan data penelitian ini. Terima kasih kepada Rizqi Maulidawafi sebagai rekan perjuangan satu topik penelitian. Terima kasih kepada saudara dengan NIM D1401201014, rekan seperjuangan sejak kuliah tingkat satu yang sudah banyak kebersamai penulis dalam segala hal. Terima kasih kepada Nabila Adinda Devi, Adzra Badzlin Aqila, Nurlita Handayani, serta Annisa Anastasia Salsabilla yang sudah bersedia selalu memberikan dukungan moral kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.

Ungkapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada ibunda dan ayahanda tercinta, sosok yang tak lelah memberikan cinta, kasih sayang, dan pengorbanan tanpa batas. Ibu Lina Herlina dan Ayah Ashari Rusdi, terima kasih atas segala perjuangan dan pengorbanan, doa restu dan segenap kasih sayang yang telah diberikan. Terima kasih telah menjadi tempat penulis belajar tentang nilai-nilai kehidupan. Terima kasih juga penulis sampaikan pada adik tercinta Sekar Rania Mufliha dan Hasbi Dhiyaurrahman Ashari. Takkan pernah cukup kata-kata untuk mengungkapkan rasa terima kasihku. Semoga Allah SWT senantiasa memberkati setiap langkah kalian dan menyelami hati kalian dengan cinta yang tak terbatas. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2024

Azmi Putri Ardina

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
II METODE	4
2.1 Waktu dan Tempat	4
2.2 Alat dan Bahan	4
2.3 Prosedur Penelitian	4
2.4 Metode Analisis dan Pengolahan Data	5
III HASIL DAN PEMBAHASAN	7
3.1 Karakteristik Konsumen Bisnis	7
3.2 Perilaku Pembelian Daging <i>Meltique</i> oleh Konsumen Bisnis	10
3.3 Pengetahuan Konsumen Bisnis terhadap Daging <i>Meltique</i>	16
3.4 Persepsi Konsumen Bisnis terhadap Daging <i>Meltique</i>	17
3.5 Hubungan Persepsi dan Karakteristik Konsumen Bisnis	20
IV SIMPULAN DAN SARAN	22
4.1 Simpulan	22
4.2 Saran	22
DAFTAR PUSTAKA	23
LAMPIRAN	26

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- 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.



DAFTAR TABEL

1	Skala tingkat persepsi responden	6
2	Jenis usaha konsumen bisnis daging <i>melitique</i>	8
3	Pendapatan per tahun konsumen bisnis daging <i>melitique</i>	9
4	Konsumsi daging <i>melitique</i> per bulan	10
5	Alasan menjual daging <i>melitique</i>	11
6	Sumber informasi daging <i>melitique</i>	12
7	Atribut pertimbangan dalam menjual daging <i>melitique</i>	12
8	Pembuat keputusan pembelian daging <i>melitique</i>	13
9	Sumber pembelian daging <i>melitique</i>	13
10	Frekuensi pembelian daging <i>melitique</i>	14
11	Harga penjualan kembali daging <i>melitique</i> olahan	15
12	Tingkat pengetahuan konsumen bisnis terhadap daging <i>melitique</i>	16
13	Rataan persepsi konsumen bisnis terhadap daging <i>melitique</i>	17
14	Hubungan antara karakteristik konsumen bisnis dengan persepsi terhadap	20
15	Perbedaan karakteristik dan persepsi konsumen bisnis wilayah Kota	21

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuisisioner penelitian	26
2	Hasil perhitungan uji validitas dan reliabilitas	32
3	Dokumentasi penelitian	33