**KEPUTUSAN PEMBELIAN LIDAH SAPI MATANG DARI PREFERENSI
KONSUMEN DAN SIFAT ORGANOLEPTIK**
(Survey pada Konsumen Lidah Sapi Matang di PT. Badranaya)
*Decision Of Purchase Of mature tongue From Consumer Preferences and Organoleptic
Properties (Survey on Consumers of Cattle Tongue Mature at PT Badranaya)*

Agus Sutandi, Dety Sukmawati, Adjat Sudrajat
Universitas Winaya Mukti
detyukmawati@gmail.com

ABSTRACT

Fluctuations in the purchase of mature tongue by consumers are closely related to purchasing decisions made by consumers. Assessment of the process to be passed by consumers before finally deciding to buy mature tongue products can be seen in terms of preference and organoleptic properties owned by mature tongue. The purpose of this research are: 1. To find out the consumer's decision in making the purchase of Badranaya tongue based on consumer preferences. 2. To find out the consumer's decision to purchase Badranaya tongue based on organoleptic properties. Determination of purchase decision of mature tongue from consumer preference and organoleptic properties was analyzed by Analytic Hierarchy Process (AHP) method. Based on the research result of consumer preference criterion, first priority is halal label with value 24.6%, second is price with value 18.9%, third is production license with value 16.4%, fourth is information expired with value 12.6%, fifth is brand availability with value 9.4 %. Sixth is the size of tongue with value 9.4% and seventh is the type of packing value 8.8%. The result of research criteria of organoleptic properties, first priority is taste with value 25.1%, second is texture with value 21.6%, third is flavour with value 19.6%, fourth is display with value 17.9% and fifth is color with value 15.8%.

Keywords: Purchase decision, consumer preference, organoleptic properties, AHP.

ABSTRAK

Fluktuasi pembelian lidah matang oleh konsumen terkait erat dengan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Penilaian proses yang akan dilalui konsumen sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli produk lidah matang dapat dilihat dari segi preferensi dan sifat organoleptik yang dimiliki oleh lidah matang. Tujuan dari penelitian ini adalah: 1. Untuk mengetahui keputusan konsumen dalam melakukan pembelian lidah Badranaya berdasarkan preferensi konsumen. 2. Untuk mengetahui keputusan konsumen untuk membeli lidah Badranaya berdasarkan sifat organoleptik. Penentuan keputusan pembelian lidah matang dari preferensi konsumen dan sifat organoleptik dianalisis dengan metode Analytic Hierarchy Process (AHP). Berdasarkan hasil penelitian kriteria preferensi konsumen, prioritas pertama adalah label halal dengan nilai 18,6%, kedua adalah nilai lisensi harga 16,4%, yang keempat adalah informasi kadaluarsa dengan nilai 12,6%, kelima adalah ketersediaan merek. Dengan nilai 9,4%. Keenam adalah ukuran lidah dengan nilai 9,4% dan ketujuh adalah jenis nilai kemasan 8,8%. Hasil kriteria penelitian sifat organoleptik, prioritas pertama adalah rasa dengan nilai 25,1%, yang kedua adalah tekstur dengan nilai 19,6%, yang keempat adalah nilai 17,9% dan yang kelima adalah warna dengan nilai 15,8 %.

Kata kunci: Keputusan pembelian, preferensi konsumen, sifat organoleptik, AHP.

PENDAHULUAN

Peningkatan perekonomian dan teknologi dapat mempengaruhi pola hidup masyarakat, termasuk pola konsumsi. Masyarakat sudah terbiasa mengkonsumsi makanan cepat saji maupun makanan kemasan karena alasan kepraktisan, sehingga pertumbuhan industri dibidang pengolahan makanan dan minuman menjadi semakin pesat, tidak terkecuali industri peternakan yang bergerak dibidang olahan daging.

Hasil pemotongan ternak terutama sapi dibagi menjadi dua bagian, yaitu bagian karkas dan bagian bukan karkas/non karkas (*Offal*). Karkas merupakan hasil utama pemotongan ternak dan mempunyai nilai ekonomi tinggi. Non karkas/*Offal* merupakan hasil sisa produksi yang terdiri dari bagian yang dapat dimakan seperti: lidah, jeroan, hati, jantung, paru, tulang rawan dan kulit, serta bagian yang tidak dapat dimakan seperti: tulang, bulu dan tanduk.

Produk hasil peternakan, seperti daging, kulit, lidah, jeroan, susu dan yang lainnya bersifat sangat mudah rusak (*high perishable*). Kondisi fisik dan kimia pada produk hasil peternakan memungkinkan terjadinya berbagai kerusakan

baik secara fisik, kimia maupun mikrobiologis. Penanganan pascapanen dan penerapan teknologi pengolahan serta pengawetan hasil peternakan merupakan kegiatan agroindustri yang akan meningkatkan nilai jual, memperpanjang umur simpan serta menambah ragam pangan.

Lidah sapi dulunya merupakan produk non karkas yang nilai jualnya kurang bagus. PT. Badranaya melakukan sebuah inovasi untuk meningkatkan nilai jual lidah sapi dengan teknik pengolahan yang menghasilkan produk berkualitas tinggi. Hasilnya produk olahan lidah sapi matang menjadi produk unggulan PT. Badranaya Putra. Pembeli lidah sapi matang ini berasal dari segmen pasar menengah keatas. Pembeli ini berasal dari industry catering, Hotel, Rumah makan, café maupun perorangan.

Volume penjualan lidah sapi matang dari tahun ke tahun mengalami pluktuasi dan cenderung menurun.

Berikut ini disajikan fluktuasi penjualan lidah sapi matang di PT. Badranaya Putra pada tahun 2016.

Tabel 1. Fluktuasi Penjualan lidah sapi matang PT. Badranaya Putra pada tahun 2016

BULAN	PENJUALAN (Rp.)	(%)
Januari	153,322,000	-
Pebruari	153,894,000	0,37
Maret	141,102,000	-8,31
April	104,988,000	-25,59
Mei	143,338,000	36,53
Juni	314,652,000	119,52
Juli	386,724,000	22,91
Agustus	191,490,000	-50,48
September	225,212,000	17,61
Oktober	192,660,000	-14,45
November	170,560,000	-11,47
Desember	229,528,000	34,57

Sumber : PT. Badranaya Putra, 2016

Gambar 1. Fluktuasi penjualan PT. Badranaya Putra (dalam persentase)

Faktor penyebab penurunan penjualan ini diprediksi akibat dari keputusan pembelian konsumen terhadap lidah sapi matang. Variabel keputusan pembelian konsumen diantaranya: Harga, jenis kemasan, ketersediaan merek, label halal, izin produksi, ukuran lidah dan informasi kedaluarsa. Faktor penyebab lainnya yaitu lemahnya kemampuan perusahaan untuk memberikan kualitas produk yang baik dan sesuai dengan harapan dari konsumennya.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahap dari proses keputusan membeli yaitu ketika konsumen benar-benar membeli produk. Konsumen mengenali masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merk tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian (Kotler, 2008).

Menurut Philip Kotler (2008) keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli: Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis

Preferensi konsumen merupakan suatu sikap konsumen terhadap satu pilihan merek produk yang terbentuk melalui evaluasi atas berbagai macam merek dalam berbagai pilihan yang tersedia (Kotler dan Keller, 2009). Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek yang disukai atau tidak. Sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari suatu objek.

Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen adalah pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada (Kotler, 1997).

Preferensi konsumen muncul dalam tahap evaluasi alternatif dalam proses keputusan pembelian. Konsumen pada tahapan ini dihadapkan dengan berbagai macam pilihan produk maupun jasa dengan berbagai macam atribut yang berbeda-beda. Berdasarkan hal ini, dapat disimpulkan bahwa preferensi adalah suatu pilihan yang diambil dan dipilih konsumen dari berbagai macam pilihan yang tersedia. Didalam tahap ini dapat dilihat pada saat kapan tahap preferensi tersebut hadir pada konsumen.

Sifat Organoleptik

Kualitas adalah totalitas dari fitur-fitur dan karakteristik atas sebuah produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan konsumen.

Terdapat sembilan indikator untuk mengukur kualitas makanan:

1. Warna
2. Rasa
3. Bentuk
4. Tekstur:
5. Aroma
6. Penampilan
7. Temperatur
8. Tingkat kematangan
9. Porsi

Indikator Rasa, aroma, bentuk, tekstur, penampilan dan warna merupakan elemen mutu/kualitas internal produk. Pengujian kualitas internal produk lidah sapi dapat dilakukan dengan pengujian organoleptik. Mutu organoleptik bahan pangan akan mempengaruhi penerimaan atau penolakan bahan pangan tersebut oleh konsumen.

Pengujian organoleptik dilakukan dengan penilaian indera atau penilaian sensorik. Analisis sensori adalah suatu proses indentifikasi, pengukuran ilmiah, analisis dan intepretasi atribut-atribut produk melalui lima panca indra manusia; indra penglihatan, penciuman, pencicipan, peraba, dan pendengaran. Analisis sensori juga melibatkan suatu pengukuran, yang dapat bersifat kuantitatif ataupun kualitatif (Setyaningsih, dkk, 2010).

Evaluasi sensorik dapat digunakan untuk menilai adanya perubahan yang dikehendaki atau tidak dalam produk atau bahan-bahan formulasi, mengidentifikasi area untuk pengembangan, mengevaluasi produk pesaing, mengamati perubahan yang terjadi selama proses atau penyimpanan, dan memberikan data yang diperlukan untuk promosi produk (Nasiru, 2011).

Uji organoleptik memiliki relevansi yang tinggi dengan mutu produk karena berhubungan langsung dengan selera konsumen. Selain itu, metode ini cukup mudah dan cepat untuk

dilakukan, hasil pengukuran dan pengamatan cepat diperoleh.

AHP

Analytical Hierarchy Process (AHP) adalah suatu metode unggul untuk memilih aktivitas yang bersaing atau banyak alternative berdasarkan kriteria tertentu atau khusus. Kriteria dapat bersifat kuantitatif atau kualitatif, dan bahkan kriteria kuantitatif ditangani dengan struktur kesukaan pengambil keputusan daripada berdasarkan angka (Amborowati, 2008)

Beberapa sifat atau karakter dari model AHP ini adalah (Hastuty dalam Sujarwati, 2013):

1. Pembobotan kriteria dilakukan dengan cara membandingkan sepasang kriteria (*pairwise*). Hal ini dilakukan untuk mendapatkan hubungan yang tegas antara dua buah kriteria yang diperbandingkan.
2. Hubungan antara kriteria yang diperbandingkan kemudian diberi nilai bobot. Nilai bobot antara 2 hingga 9 menunjukkan nilai kriteria satu lebih penting daripada nilai kriteria yang diperbandingkan. Sedangkan nilai pecahan antara $1/2$ hingga $1/9$ menunjukkan nilai kriteria satu lebih rendah daripada nilai kriteria yang diperbandingkan.

Pengambilan keputusan/ optimasi *multivariate* merupakan salah satu teknik yang digunakan dalam analisis kebijaksanaan. AHP pada hakekatnya merupakan suatu model pengambil keputusan yang komprehensif dengan memperhitungkan hal-hal yang bersifat kualitatif dan kuantitatif (Saaty, 2001).

Prinsip kerja AHP adalah penyederhanaan suatu persoalan kompleks yang tidak terstruktur, strategik, dan dinamik menjadi bagian-bagiannya, serta menata dalam suatu hierarki. Tingkat kepentingan setiap variable diberi nilai numerik secara subjektif tentang arti penting variabel tersebut secara relative dibandingkan dengan variabel lain. Tahap selanjutnya melakukan sintesa dari berbagai pertimbangan tersebut untuk menetapkan variable yang memiliki prioritas tinggi dan berperan untuk mempengaruhi hasil pada sistem tersebut (Marimin, 2004).

Terdapat 4 aksioma-aksioma yang terkandung dalam model AHP, yaitu sebagai berikut (Madelina, 2007):

1. *Reciprocal Comparison*

Artinya pengambilan keputusan harus dapat memuat perbandingan dan menyatakan preferensinya. Preferensi tersebut harus memenuhi syarat resiprokal yaitu apabila A lebih disukai daripada B dengan skala x , maka B lebih disukai daripada A dengan skala $1/x$.

2. *Homogeneity*

Artinya preferensi seseorang harus dapat dinyatakan dalam skala terbatas atau dengan kata lain elemen-elemennya dapat dibandingkan satu sama lainnya. Kalau aksioma ini tidak dipenuhi maka elemen-elemen yang dibandingkan tersebut tidak homogen dan harus dibentuk *cluster* (kelompok elemen) yang baru.

3. *Independence*

Artinya preferensi dinyatakan dengan mengasumsikan bahwa kriteria tidak dipengaruhi oleh alternatif-alternatif yang ada melainkan oleh objektif keseluruhan. Pola ketergantungan dalam AHP adalah searah, maksudnya perbandingan antara elemen-elemen dalam satu tingkat dipengaruhi atau tergantung oleh elemen-elemen pada tingkat di atasnya.

4. *Expectation*

Artinya untuk tujuan pengambil keputusan, struktur hierarki diasumsikan lengkap. Apabila asumsi ini tidak dipenuhi maka pengambil keputusan tidak memakai seluruh kriteria atau objektif yang tersedia atau diperlukan sehingga keputusan yang diambil dianggap tidak lengkap.

Langkah-langkah kegiatan yang dilakukan dalam pengambilan keputusan dengan metode AHP adalah sebagai berikut (Hastuty, 2008):

1. Mendefinisikan suatu kegiatan yang memerlukan pemilihan dalam pengambilan keputusannya.
2. Menentukan kriteria dan alternatif-alternatif tersebut terhadap indentitas kegiatan membuat hierarkinya.

3. Membuat matriks "*pairwise comparison*" berdasarkan kriteria fokus dengan memperhatikan prinsip-prinsip "*comparative judgment*"
4. Buatlah matriks *pairwise comparison* dengan memperhatikan prinsip-prinsip *comparative judgment* berdasarkan kriteria pada tingkat di atasnya.

METODE PENELITIAN

Metode yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Analytic Hierarchy Process* (AHP). Metode ini menganalisis keputusan pembelian lidah sapi matang dari preferensi konsumen dan sifat organoleptik.

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan metode survey. Metode survey merupakan metode pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis, dengan teknik wawancara dan pengisian kuesioner melalui kontak/hubungan antara peneliti dengan responden.

Penggunaan metode survey dapat memudahkan peneliti memperoleh data untuk diolah dengan tujuan memecahkan masalah yang menjadi tujuan akhir suatu penelitian. Pengertian survey disini dibatasi pada pengertian survey sampel untuk mendapatkan keterangan dan gambaran faktual yang tepat tentang keputusan pembelian lidah sapi matang dari segi preferensi konsumen dan sifat organoleptik.

Data primer yang sudah terkumpul dari hasil kuesioner, terlebih dahulu dilakukan uji validitas. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS.

Uji Validitas

Data yang diperoleh melalui kuesioner bentuknya berupa data primer. Data ini harus diuji validitasnya agar diketahui kesahihan data tersebut. Tingkat validitas/kesahihan alat ukur atau pertanyaan dalam angket harus diuji, apakah alat ukur tersebut benar-benar dapat mengukur apa yang ingin kita ukur. Suatu angket yang valid (sah) adalah pertanyaan yang mampu mengungkap sesuatu yang ingin diukur dalam penelitian tersebut.

Daya pembeda butir pernyataan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara korelasi butir pernyataan-total (*corrected item-total correlation*). *Corrected item-total correlation* merupakan korelasi antar skor total item yang merupakan uji validitas instrumen. Interpretasinya yaitu dengan cara membandingkan dengan r kritis (ketentuan validitas instrument sah jika r hitung lebih besar dari r kritis).

Pengolahan dengan metode AHP

Data primer yang telah di uji validitas, selanjutnya diolah dan dianalisa dengan menggunakan metode multikriteria *Analytic Hierarchy Process* (AHP). Software yang digunakan untuk proses ini adalah software expert choice. Hasil kuesioner ini diolah agar didapatkan bobot untuk masing-masing kriteria pengambilan keputusan pembelian lidah sapi matang.

Operasionalisasi Variabel

Pelaksanaan penelitian dan analisa data dapat dipermudah dengan cara menguraikannya menjadi variabel-variabel atau alternatif-alternatif yang akan menjadi pedoman penelitian. Variabel dalam penelitian ini mencakup tujuan, kriteria dan subkriteria.

kriteria preferensi yang akan diuji terdiri dari 7 kriteria yaitu: harga, jenis kemasan, ketersediaan merek, label halal, izin produksi, ukuran lidah dan informasi kedaluarsa. Berikut di sajikan tabel kriteria dan sub kriteria keputusan pembelian lidah sapi matang berdasarkan preferensi konsumen. Kriteria sifat organoleptik terdiri dari 5 kriteria yaitu: rasa, aroma, tekstur, tampilan/bentuk dan warna. Berikut di sajikan tabel kriteria dan sub kriteria keputusan pembelian lidah sapi matang berdasarkan sifat organoleptik.

Tabel 2. Kriteria dan sub kriteria keputusan pembelian lidah sapi matang berdasarkan preferensi konsumen

No.	Kriteria	Sub criteria
1.	Harga	1. Rp. 82.000/pcs 2. Rp. 85.000/pcs
2.	Jenis kemasan	1. Plastik LDPE tanpa vaccum 2. Plastik nylon di vaccum
3.	Ketersediaan merek	1. Merek tercantum di kemasan 2. Merek tidak dicantumkan dikemasan
4.	Label halal	1. Label halal tercantum di kemasan 2. Label halal tidak dicantumkan dikemasan
5.	Izin produksi	1. Izin produksi tercantum di kemasan 2. Izin produksi tidak dicantumkan dikemasan
6.	Ukuran lidah	1. Besar (≥ 750 gram) 2. Kecil (< 750 gram)
7.	Informasi kedaluarsa	1. Informasi kedaluarsa tercantum di kemasan 2. Informasi kedaluarsa tidak dicantumkan dikemasan

Tabel 3. Kriteria dan sub kriteria keputusan pembelian lidah sapi matang berdasarkan sifat organoleptik

No.	Kriteria	Sub kriteria
1.	Rasa	1. Bumbu harus kuat 2. Bumbu harus kurang
2.	Tekstur	1. Crunchy/renyah 2. Empuk 3. Kenyal
3.	Aroma	1. Bau daun salam 2. Bau asap/ smoke
4.	Tampilan/bentuk	1. Utuh 2. Di slice/diiris
5.	Warna	1. Merah terang 2. Merah tua kecoklatan

Tabel 4. Perumusan Operasionalisasi Variabel Penelitian

VARIABEL	KRITERIA	SUB-KRITERIA	SKALA
Preferensi konsumen lidah sapi matang	Harga	1. Rp. 82.000/Pcs 2. Rp. 85.000/Pcs	Ordinal
	Jenis kemasan	1. Plastik LDPE tanpa di vacuum 2. Plastic nylon di divacuum	Ordinal
	Ketersediaan merek	1. Merek tercantum di kemasan 2. Merek tidak dicantumkan dikemasan	Ordinal
	Label halal	1. Label halal tercantum di kemasan 2. Label halal tidak dicantumkan dikemasan	Ordinal
	Izin produksi	1. Izin produksi tercantum di kemasan 2. Izin produksi tidak dicantumkan dikemasan	Ordinal
	Ukuran lidah	1. Besar (≥ 750 gram) 2. Kecil (< 750 gram)	Ordinal
	Informasi kedaluarsa	1. Informasi kedaluarsa tercantum di kemasan 2. Informasi kedaluarsa tidak dicantumkan dikemasan	Ordinal
	Rasa	1. Bumbu kuat 2. Bumbu kurang	Ordinal
	Tekstur	1. Crunchy/Renyah 2. Empuk 3. Kenyal	Ordinal
	Aroma	1. Bau daun salam 2. Bau asap/smoke	Ordinal
Sifat organoleptic lidah sapi matang	Tampilan/Bentuk	1. Utuh 2. Dislice/diiris	Ordinal
	Warna	1. Merah terang 2. Merah tua/kecoklatan	Ordinal

Sumber dan Cara Penentuan Data

Tabel 5. Jenis Sumber dan Cara Pengumpulan Data

No.	Data yang diperlukan	Sumber data	Cara pengumpulan data
Data Primer			
1	- Identitas responden	Konsumen	Kuesioner
	- Preferensi konsumen	Konsumen	Kuesioner
	- Uji organoleptic	Konsumen	Pengujian
	- Keputusan pembelian	Konsumen	Kuesioner
Data Sekunder			
2	- Keadaan umum perusahaan	PT. Badranaya Putra	Studi pustaka
	- data penunjang	Buku, Internet	Studi literature

Teknik Pengumpulan Data

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel tanpa peluang (*non probability sampling*), yaitu dengan metode *convenience sampling*. Metode *convenience sampling* mempunyai kebebasan memilih siapa saja konsumen yang ditemui di lokasi penelitian dan bersedia untuk dijadikan responden. Penerapan *convenience sampling* dalam penelitian ini dilakukan dengan:

1. Memilih Konsumen yang berumur 20 tahun ke atas dengan segala tingkat pendidikan.
2. Konsumen yang diwawancarai adalah konsumen akhir yang mengkonsumsi lidah sapi matang.
3. Konsumen yang membeli produk lidah sapi matang di outlet/toko di area sekitar Bandung.

Berdasarkan informasi dari kepala toko dan kepala pemasaran, terdapat ±137 konsumen lidah sapi matang PT. Badranaya Putra. Menentukan banyaknya sampel menggunakan rumus Isaac Mithcel (Sugiyono, 2009), yaitu sebagai berikut:

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

S = Ukuran sampel total yang akan diambil
 λ^2 dengan dk = 1 taraf kesalahan 5% (3.841),
 Tabel chi kuadrat
 N = Ukuran populasi total konsumen (137)
 P=Q = 0.5
 d = 0.05
 dari hasil perhitungan dengan populasi sebanyak 137 konsumen dan taraf kesalahan sebesar 5% maka sampel yang diambil adalah 101 orang.

Rancangan Analisis

Analisis data dilakukan dengan mentabulasikan hasil kuesioner penelitian. Data kuesioner berbentuk tabel penilaian perbandingan berpasangan dengan skala satu sampai dengan sembilan. Data responden ini kemudian diinput ke program expert choice. Tahapan input data untuk

memperoleh skala prioritas dari kriteria dan subkriteria keputusan pembelian lidah sapi matang dari segi preferensi konsumen dan sifat organoleptic adalah sebagai berikut:

a. Tahap pertama:

Mendeskripsikan goal name (tujuan utama) dari penelitian yang sedang dilaksanakan. Tujuan utama tersebut adalah keputusan pembelian lidah sapi matang dari segi preferensi konsumen dan keputusan pembelian lidah sapi matang dari segi sifat organoleptic. Tahap pertama ini bisa disebut dengan penyusunan hierarki I.

Langkah selanjutnya adalah penyusunan hierarki II, prosedurnya dengan cara memasukan kriteria dari keputusan pembelian lidah sapi matang dari segi preferensi konsumen dan sifat organoleptic. Penyusunan hierarki III dilakukan dengan cara memasukan subkriteria dari keputusan pembelian lidah sapi matang dari segi preferensi konsumen serta sifat organoleptic. Proses terakhir adalah memasukan jumlah responden pada kolom participant sebanyak 101 kolom.

b. Tahap kedua:

Tahap ini merupakan proses pembobotan kriteria dan subkriteria. Proses pembobotan pertama dilakukan pada hierarki II terhadap hierarki I. Artinya kita ingin memberikan bobot terhadap masing-masing kriteria untuk mengetahui kriteria mana yang paling penting menurut konsumen. Proses pembobotan kedua dilakukan pada hierarki III untuk mengetahui subkriteria yang paling penting menurut konsumen.

c. Tahap ketiga:

Analisis hasil tabulasi seluruh responden dilakukan dengan memilih item combined pada list participant sehingga diperoleh hasil pembobotan berdasarkan rerata geometric, atau secara simultan oleh 101 responden. Prioritas dari kriteria dan sub kriteria diperoleh dengan cara memilih item Synthesize, kemudian pilih with respect to goal.

Berdasarkan hasil synthesize tersebut diperoleh bobot prioritas tertinggi sampai terendah dari kriteria dan subkriteria. Hasil synthesize juga menerangkan kriteria dan subkriteria yang paling penting dari preferensi konsumen dan sifat organoleptic yang menjadi dasar keputusan pembelian lidah sapi matang. Hasil synthesize dapat menjadi acuan PT. Badranaya Putra dalam meningkatkan kualitas produk sesuai harapan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Responden

Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini berjumlah 101 orang. Karakteristik responden ini diklasifikasikan berdasarkan perbedaan jenis kelamin dan umur. Data penelitian diperoleh dari responden melalui kuesioner, wawancara dan uji organoleptik. Pengambilan sampel dilakukan selama 3 bulan untuk menghasilkan data dengan tingkat inconsistensi maksimal 0.05 pada pengolahan data AHP dengan software expert choice.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada penelitian ini karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terbagi atas dua jenis yaitu laki-laki dan perempuan.

Berdasarkan tabel 11 dapat diketahui bahwa responden terbanyak berjenis kelamin perempuan sebanyak 62 orang (61,4%), sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 39 orang (38,6%) dari total responden 101 orang. Kondisi ini menunjukkan bahwa kegiatan pembelian lidah sapi matang didominasi oleh perempuan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik panelis berdasarkan umur terbagi atas empat jenis yaitu rentang umur antara 20-30 tahun, umur 31-40 tahun, umur 41-50 tahun dan umur diatas 51 tahun. Karakteristik internal seseorang sangat dipengaruhi oleh faktor umur. Factor umur juga akan mempengaruhi preferensi seseorang dalam mengkonsumsi, memutuskan untuk mendapatkan dan membeli sesuatu.

Berdasarkan tabel 7, responden paling banyak terdapat pada usia 41-50 tahun sebanyak 33,7%. Responden pada umur 41-50 tahun kondisi emosinya relative stabil, memiliki tingkat pemikiran yang sudah matang sehingga keputusan untuk membeli suatu produk tidak mudah berubah.

Persentase responden berikutnya adalah kelompok umur 31-40 tahun sebesar 27,7%. Responden diatas umur 51 tahun persentasenya 24,8% dan terakhir responden dengan umur 20-30 tahun sebesar 13,9%.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	39	38,6%
Perempuan	62	61,4%
Jumlah	101	100%

Sumber: Analisis data Primer

Table 7. Karakteristik Responden berdasarkan umur

Umur	Jumlah (Orang)	Persentase
20-30 tahun	14	13,9
31-40 tahun	28	27,7
41-50 tahun	34	33,7
Diatas 51 tahun	25	24,8
Jumlah	101	100

Sumber: Data Primer 2017

Uji Validitas

Metode pengujian pada program SPSS yang serin | P A S P A L U M Volume 5 Nomor 2 September 2017

menggunakan korelasi *Bivariate Pearson*. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi masing-masing pertanyaan (item) dengan skor totalnya.

Dasar pengambilan keputusan valid tidaknya butir-butir pertanyaan dalam kuesioner pada taraf signifikansi 0.05 adalah sebagai berikut:

1. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ maka item pertanyaan dinyatakan valid
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid
3. Nilai $r \text{ tabel}$ diperoleh pada taraf signifikansi 0.05 dengan uji 2 sisi, jumlah data $n = 101$, maka diperoleh nilai $r \text{ tabel}$ sebesar 0.194.

Berdasarkan analisis dengan menggunakan program SPSS, diperoleh hasil bahwa pertanyaan kuesioner preferensi konsumen dengan nomor 1,3,4,5,6,7,8 terdapat signifikan (Tabel 8).

Pertanyaan ini dinyatakan signifikan karena nilai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ Nomor pertanyaan ini dinyatakan penelitian.

Pertanyaan nomor 2 dapat dinyatakan tidak signifikan karena $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, sehingga pertanyaan nomor 2 dinyatakan tidak valid. Pertanyaan yang tidak signifikan atau tidak valid perlu diganti atau dihilangkan.

Kuesioner sifat organoleptik dengan pertanyaan nomor 1,2,3,4,5 terdapat signifikan (Tabel 9). Pertanyaan ini dinyatakan signifikan karena nilai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (nilai $r \text{ hitung} > 0.194$). Nomor pertanyaan ini dinyatakan valid dan dapat mengukur kebutuhan untuk tujuan penelitian.

Kuesioner sifat organoleptik dengan pertanyaan nomor 6 dapat dinyatakan tidak signifikan karena $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (nilai $r \text{ hitung} < 0.194$), sehingga pertanyaan nomor 6 dinyatakan tidak valid.

Tabel 8. Hasil uji validitas preferensi konsumen

ITEM PERTANYAAN	PEARSON CORRELATION	r TABEL	KEVALIDAN
1	0.601	0.194	VALID
2	0.025	0.194	TIDAK VALID
3	0.593	0.194	VALID
4	0.612	0.194	VALID
5	0.559	0.194	VALID
6	0.504	0.194	VALID
7	0.633	0.194	VALID
8	0.578	0.194	VALID

Tabel 9. Hasil uji validitas sifat organoleptic lidah sapi matang

ITEM PERTANYAAN	PEARSON CORRELATION	r TABEL	KEVALIDAN
1	0.671	0.194	VALID
2	0.691	0.194	VALID
3	0.554	0.194	VALID
4	0.617	0.194	VALID
5	0.581	0.194	VALID
6	0.175	0.194	TIDAK VALID

Gambar 2. Hasil pengolahan keputusan pembelian lidah matang dari segi preferensi konsumen dengan Metode *Analytic Hierarchy Process (AHP)*

Tabel 10. Hasil pengolahan prioritas keputusan pembelian lidah sapi matang dari segi preferensi konsumen

KRITERIA	BOBOT	PRIORITAS	RASIO INKONSISTENSI
Harga	0.189	2	0.00186 (maksimal 0.05)
Jenis Kemasan	0.088	7	
Ketersediaan Merek	0.094	5	
Label Halal	0.246	1	
Izin Produksi	0.164	3	
Ukuran Lidah	0.094	6	
Informasi Kedaluarsa	0.126	4	

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa kriteria label halal menjadi prioritas pertama dengan bobot 0.246 (24.6%). Konsumen menyadari bahwa kehalalan produk olahan daging (lidah sapi matang) menjadi sangat penting dalam menentukan keputusan pembelian. Sertifikat dan label halal yang di terbitkan oleh MUI menjadi kebutuhan yang penting bagi konsumen dalam menjamin kehalalan produk yang dibelinya.

Prioritas kedua yang menjadi kriteria konsumen adalah harga dengan bobot 0.189 (18.9%). Harga ternyata menjadi prioritas yang penting bagi konsumen meskipun segmen pasar yang dibidik adalah pangsa pasar menengah keatas. Kondisi ini dapat diamati dari fluktuasi penjualan lidah yang rata-rata cenderung menurun. Kondisi ini kemungkinan diakibatkan oleh daya beli yang mulai menurun dan kondisi perekonomian yang masih lesu.

Izin produksi menjadi prioritas ketiga bagi konsumen dengan bobot 0.164 (16.4%). BPOM menjadi lembaga yang berwenang mengeluarkan izin produksi dalam bentuk MD. Lidah sapi

matang merupakan produk olahan dari daging yang mempunyai tingkat resiko kerusakan tinggi (olahan makanan beresiko tinggi), sehingga perizinannya mutlak harus dikeluarkan oleh BPOM. Konsumen menyadari bahwa izin produksi yang dikeluarkan oleh BPOM akan menjamin kualitas produk.

Prioritas ke empat adalah informasi kedaluarsa dengan bobot 0.126 (12.6%). Konsumen menilai bahwa informasi kedaluarsa tidak terlalu penting, padahal kriteria ini memberikan informasi bahwa produk yang dibelinya masih layak dikonsumsi atau tidak. Informasi kedaluarsa juga menunjukan tingkat keamanan pangan yang akan dibeli oleh konsumen.

Ketersediaan merek menjadi prioritas kelima dengan bobot 0.094 (9.4%). Konsumen menilai bahwa merek yang tersedia pada kemasan tidak terlalu penting, padahal merek diharapkan menjadi sarana promosi produk. Merek menjadi tidak penting karena konsumen sudah mengenal betul produk lidah sapi matang Badranaya.

Ukuran lidah menjadi prioritas ke enam dengan bobot 0.094 (9.4%) dan jenis kemasan menjadi prioritas ketujuh dengan bobot 0.088 (8.8%).Konsumen menganggap bahwa kedua kriteria ini tidak terlalu penting untuk dipertimbangkan dalam membeli lidah sapi matang.

Hasil pengolahan prioritas subkriteria keputusan pembelian lidah sapi matang dari segi preferensi konsumen

Berdasarkan tabel ini dapat dilihat bahwa subkriteria dari harga, prioritas pertama adalah harga Rp.82.000/pcs dengan bobot 0.557 (55.7%).Prioritas keduanya adalah harga Rp. 85.000/pcs dengan bobot 0.443 (44.3%).Harga Rp.82.000/pcs dipilih konsumen karena relative murah dan terjangkau, meskipun perbedaannya tidak terlalu jauh.Perbedaan pemilihan prioritas dari subkriteria harga yang tidak terlalu jauh dipengaruhi oleh segmen pasar konsumen lidah sapi Badranaya rata-rata menengah keatas.

Subkriteria dari jenis kemasan yang menjadi prioritas pertama adalah plastic nylon divaccum dengan bobot 0.718 (71.8%).Subkriteria plastic

LDPE tanpa divaccum menjadi prioritas kedua dengan bobot 0.282 (28.2%).Konsumen lebih menyukai jika lidah sapi matang yang mereka beli dikemas plastic nylon dan divaccum.Kemasan nylon dan kondisi vaccum menghasilkan produk yang tampilannya menjadi lebih menarik, lebih kaku serta tidak mudah hancur/rusak.

Subkriteria ketersediaan merek menjadi prioritas pertama dengan bobot 0.588 (58.8%).Subkriteria tidak ada merek mejadi prioritas kedua dan bobotnya adalah 0.412 (41.2%). Ketersediaan label halal menjadi pertimbangan yang sangat penting bagi konsumen. Ketersediaan label halal menjadi prioritas pertama dengan bobot 0.732 (73.2%). Konsumen yang menganggap bahwa label halal tidak terlalu penting jumlahnya sedikit, hanya 0.268 (26.8%).

Ketersediaan izin produksi menjadi prioritas pertama konsumen dengan bobot 0.615 (61.5%).Subkriteria dari ukuran lidah yang besar menjadi prioritas pertama dengan bobot 0.625 (62.5%).Prioritas pertama dari subkriteria informasi kedaluarsa adalah ketersediaan informasi kedaluarsa dengan bobot 0.823 (82.3%).

Tabel 11. Hasil pengolahan prioritas subkriteria keputusan pembelian lidah sapi matang dari segi preferensi konsumen

KRITERIA	SUB KRITERIA	BOBOT	PRIORI TAS	RASIO INKONSISTENSI
Harga	Rp. 82.000/pcs	0.557	1	0,00
	Rp. 85.000/pcs	0.443	2	0,00
Jenis Kemasan	Plastik LDPE tanpa divaccum	0.282	2	0,00
	Plastik nylon divaccum	0.718	1	0,00
Ketersediaan Merek	Merek tercantum di kemasan	0.588	1	0,00
	Merek tidak dicantumkan dikemasan	0.412	2	0,00
Label Halal	Label halal tercantum di kemasan	0.732	1	0,00
	Label halal tidak dicantumkan dikemasan	0.268	2	0,00
Izin Produksi	Izin produksi tercantum di kemasan	0.615	1	0,00
	Izin produksi tidak dicantumkan dikemasan	0.385	2	0,00
Ukuran Lidah	Besar	0.625	1	0,00
	Kecil	0.375	2	0,00
Informasi Kedaluarsa	Informasi kedaluarsa tercantum di kemasan	0.823	1	0,00
	Informasi kedaluarsa tidak dicantumkan dikemasan	0.177	2	0,00

Gambar 3. Hasil pengolahan Data untuk Kriteria Keputusan Pembelian Lidah Sapi Matang dari Segi Sifat Organoleptik

Tabel 12. Hasil pengolahan Data Prioritas kriteria keputusan pembelian lidah sapi matang dari segi sifat organoleptic

KRITERIA	BOBOT	PRIORITAS	RASIO INKONSISTENSI
Rasa	0.251	1	0.00092 (maksimal 0.05)
Tekstur	0.216	2	
Aroma	0.196	3	
Tampilan	0.179	4	
Warna	0.158	5	

Tabel 13. Hasil pengolahan prioritas subkriteria keputusan pembelian lidah sapi matang dari segi sifat organoleptic

KRITERIA	SUB KRITERIA	BOBOT	PRIORITAS	RASIO INKONSISTENSI
Rasa	Rasa bumbu harus kuat	0.693	1	0,00
	Rasa bumbu harus kurang	0.307	2	0,00
Tekstur	Chrunchy/renyah	0.296	2	0,00
	Empuk	0.495	1	0,00
	Kenyal	0.209	3	0,00
Aroma	Aroma daun salam	0.635	1	0,00
	Aroma smoke/asap	0.365	2	0,00
Tampilan	Utuh	0.576	1	0,00
	Diiris/dislike	0.424	2	0,00
Warna	Merah terang	0.344	2	0,00
	Merah tua kecoklatan	0.656	1	0,00

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa kriteria keputusan pembelian lidah sapi matang dari segi sifat organoleptic memiliki rasio inkonsistensi 0.00092 (0.092%).Kriteria ini sudah memenuhi persyaratan rasio inkonsistensi dibawah 10%.Rasio inkonsistensi dibawah 10% menunjukan bahwa responden berlaku konsisten dalam mengisi kuesioner komparasi berpasangan.

Rasa lidah sapi matang menjadi prioritas pertama responden dengan bobot 0.251

(25.1%).Prioritas kedua adalah kriteria tekstur dengan bobot sebesar 0.216 (21.6%).Aroma menjadi prioritas ketiga dengan bobot 0.196 (19.6%).Tampilan lidah dan warna tidak menjadi prioritas utama responden dalam membeli lidah sapi matang.Tampilan jadi prioritas ke empat dengan bobot 0.179 (17.9%) dan warna menjadi prioritas kelima dengan bobot 0.158 (15.8%).

Hasil Pengolahan untuk Prioritas Subkriteria Keputusan Pembelian Lidah Sapi Matang dari Segi Sifat Organoleptik

Hasil pengolahan untuk subkriteria rasa bumbu harus kuat menjadi prioritas pertama dengan bobot 0.693 (69.3%). Prioritas kedua adalah rasa bumbu harus kurang dengan bobot 0.307 (30.7%). Rasa yang kuat dan meresap keseluruhan bagian lidah menjadi ciri khas produk lidah matang Badranaya. Ciri khas ini menjadikan produk lidah matang Badranaya sebagai pilihan utama dibanding produk pesaing lainnya.

Prioritas pertama dari subkriteria tekstur adalah teksturnya empuk dengan bobot sebesar 0.495 (49.5%). Tekstur crunchy/renyah menjadi prioritas kedua dengan bobot 0.296 (29.6%). Prioritas ketiga yang jadi pilihan responden adalah tekstur kenyal dengan bobot 0.209 (20.9%). Proses pengolahan lidah dengan culling basah selama 14 hari dan perebusan selama 5 jam menjadikan lidah sapi matang yang dihasilkan menjadi empuk.

Aroma daun salam menjadi prioritas pertama responden dengan bobot 0.635 (63.5%). Prioritas kedua adalah aroma smoke/asap dengan bobot sebesar 0.365 (36.5%). Aroma daun salam dipilih responden karena dapat menghilangkan aroma bau amis dari lidah sapi yang dibuat.

Tampilan lidah yang utuh menjadi prioritas pertama dengan bobot sebesar 0.576 (57.6%). Prioritas kedua adalah lidah matang yang diiris/dislike dengan bobot sebesar 0.424

(42.4%). Tampilan utuh menjadi prioritas responden karena responden dapat mengatur ukuran sesuai keinginan sendiri.

Prioritas pertama dari subkriteria warna adalah warna merah tua kecoklatan dengan bobot 0.656 (65.6%). Prioritas kedua adalah warna merah terang dengan bobot 0.344 (34.4%).

Hasil Keseluruhan/Combined untuk Prioritas Kriteria dan Subkriteria

Pengolahan data untuk kriteria keputusan pembelian lidah sapi matang dari segi preferensi konsumen secara keseluruhan dengan metode AHP yang menjadi prioritas adalah label halal, harga, izin produksi, informasi kedaluarsa, ketersediaan merek, ukuran lidah dan jenis kemasan. Urutan prioritas keseluruhan kriteria ditampilkan pada tabel berikut ini.

Pengolahan data subkriteria keputusan pembelian lidah sapi matang dari segi preferensi konsumen secara keseluruhan dengan metode AHP yang menjadi prioritas adalah ketersediaan label halal, harga Rp. 82.000/pcs, ketersediaan izin produksi, ketersediaan informasi kedaluarsa, ketersediaan merek, ukuran lidah yang besar dan kemasannya memakai plastic nylon divaccum.

Hasil keseluruhan/combined pengolahan data dengan metode AHP untuk kriteria-kriteria yang menjadi prioritas keputusan pembelian lidah sapi matang dari segi sifat organoleptic adalah rasa, tekstur, aroma, tampilan dan warna. Urutan prioritas keseluruhan kriteria ditampilkan pada tabel berikut ini.

Tabel 14. Urutan prioritas keputusan pembelian lidah sapi matang dari segi preferensi konsumen

PRIORITAS	KRITERIA
Pertama	Label Halal
Kedua	Harga
Ketiga	Izin Produksi
Keempat	Informasi Kedaluarsa
Kelima	Ketersediaan Merek
Keenam	Ukuran Lidah
Ketujuh	Jenis Kemasan

Tabel 15. Urutan prioritas keputusan pembelian lidah sapi matang dari segi sifat organoleptic

PRIORITAS	KRITERIA
Pertama	Rasa
Kedua	Tekstur
Ketiga	Aroma
Keempat	Tampilan
Kelima	Warna

Hasil keseluruhan/combined pengolahan data dengan metode AHP untuk subkriteria-subkriteria yang menjadi prioritas keputusan pembelian lidah sapi matang dari segi sifat organoleptic adalah rasa bumbu harus kuat, tekstur empuk, aroma daun salam, tampilan utuh dan warna merah tua kecoklatan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian tentang keputusan pembelian lidah sapi matang dari preferensi konsumen dan sifat organoleptic, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Urutan prioritas kriteria keputusan pembelian lidah sapi matang dari preferensi konsumen adalah label halal, harga, izin produksi, informasi kedaluarsa, ketersediaan merek, ukuran lidah dan jenis kemasan.
2. Prioritas subkriteria label halal adalah label halal tercantum dikemasan, subkriteria harga adalah Rp.82.000/pcs, subkriteria izin produksi adalah izin produksi tercantum dikemasan, subkriteria informasi kedaluarsa adalah informasi kedaluarsa tercantum dikemasan, subkriteria ketersediaan merek adalah Merek tercantum di kemasan, subkriteria ukuran lidah adalah ukuran besar dan subkriteria jenis kemasan adalah plastic nylon divaccum.
3. Urutan prioritas kriteria keputusan pembelian lidah sapi matang dari sifat organoleptik adalah rasa, tekstur, aroma, tampilan dan warna.
4. Prioritas subkriteria rasa adalah rasa bumbu harus kuat, subkriteria tekstur adalah kenyal, subkriteria aroma adalah aroma daun salam, subkriteria tampilan adalah tampilan utuh dan subkriteria warna adalah merah tua kecoklatan.

DAFTAR PUSTAKA

Amborowati, Armadyah. 2008. *Sistem Penunjang Keputusan Pemilihan Perumahan dengan Metode AHP Menggunakan ExpertChoice*. P3MSTIMIK AMIKOM, Yogyakarta.

- Hastuty, Yanthi. 2008. *Pemilihan Supplier Dengan Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) di PT Powerplast Prima Utama*. Skripsi. Universitas Bina Nusantara. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management "Analysis, Planning, Implementation and Control" (9th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium diterjemahkan Benyamin Molan, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller, L. Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Pearson Education, Inc.
- Marimin. 2004. *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Jakarta, Grasindo.
- Medelina Shinta, F. 2007. *Penggunaan Metode AHP dalam Mengukur Kualitas Jasa Lembaga Amil Zakat di Surakarta*. Skripsi Sarjana Yang Tidak Dipublikasikan. Universitas Sebelas Maret. Surakarta
- Nasiru, A. Muhammad, B. F. Abdullahi, Z. 2011. *Effect Cooking Time and Potash Concentration on Organic Properties of Red and White Meat*. Journal of Food Technology 9 (4); 119-123
- Saaty, T. L. 2001. *The Analytic Network Process: Decision Making with Dependence and Feedback*. Pittsburg: RWS Publications.
- Setyaningsih, Dwi, et al. 2010. *Analisis Sensori untuk Industri Pangan dan Agro*. IPB Press: Bogor.
- Sugioyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Sujarnawati, Anfila. 2013. *Hubungan Antara Preferensi Konsumen dan Strategi Pemasaran Terhadap keputusan Membeli Mochi*. Tesis Magister Agribisnis. Universitas Winaya Mukti. Bandung.