

PROFIL KONSUMEN RUMAH MAKAN BEBEK SINJAY MADURA (STUDI KASUS RUMAH MAKAN BEBEK SINJAY CABANG KOTA MALANG)

Nanang Febrianto* dan Budi Hartono

Fakultas Peternakan, Universitas Brawijaya

*Korespondensi email: nanangfeb@ub.ac.id

Abstrak. Penelitian dilaksanakan dengan tujuan mengetahui karakteristik konsumen rumah makan bebek Sinjay. Penelitian dilakukan bulan Agustus-September 2019 di Malang. Metode penelitian menggunakan studi kasus. Jumlah responden sebanyak 120 konsumen yang dipilih secara *accidental sampling*. Data dianalisis dengan cara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden rumah makan bebek Sinjay adalah berjenis kelamin laki-laki sebanyak 55%, mempunyai umur di bawah 26 tahun (48%,) berasal dari luar kota Malang (75%) dengan tingkat pendidikan SMA (50%) dan penghasilan individu yang diperoleh antara > Rp. 500.000 per bulan. Kesimpulan dari penelitian adalah karakteristik konsumen rumah makan bebek Sinjay di kota Malang adalah konsumen berjenis kelamin laki-laki dengan usia antara 15-20 tahun yang berasal dari luar kota Malang dengan status sebagai pelajar atau mahasiswa dan berpenghasilan > Rp. 500.000 (36%)

Kata kunci: bebek, karakteristik, konsumen

Abstract. The study was aimed to determine the consumer characteristics of Sinjay duck restaurant. Data were collected from August to September 2019 in Malang city. The research method uses case studies. The respondents used in this study were 120 consumers selected by accidental sampling. Data were analyzed by qualitative descriptive method. The results showed that were Sinjay duck restaurant consumers are male as much as 55%, have the age under 26 years (48%,) come from outside the city of Malang (75%) with a high school education level (50%) and individual income earned between > IDR. 500,000 per month. The study concludes that the consumer characteristics of Sinjay duck restaurant are male consumers aged between 15-20 years who come from outside the city of Malang with status as a student or students and earn > IDR. 500,000 (36%).

Keywords: duck, characteristics, consumer

PENDAHULUAN

Bebek merupakan salah satu jenis unggas yang dapat diolah menjadi hidangan makanan. Daging bebek mempunyai kelebihan/bermanfaat bagi tubuh yakni dapat mencegah anemia, melancarkan sistem syaraf dan sistem pencernaan, memperbaiki sistem imun, membantu sistem metabolisme tubuh, sebagai antioksidan dalam tubuh, menjaga kestabilan tekanan darah dan lain lain (Doloksaribu, 2016). Bebek memiliki kandungan gizi seperti energi (321 kkal), protein (16 g), lemak (28,6 g), kalsium (15 mg), fosfor (188 mg), besi (1,8 mg), air (54,3 g), abu (1,1 g), retinol (273 ug), dan tiamin (0,1 mg) (Persatuan Ahli Gizi Indonesia 2009).

Permintaan masyarakat terhadap produk olahan makanan daging bebek cenderung semakin meningkat. Salah satu indikator kenaikan minat konsumen adalah semakin banyaknya warung pinggir jalan, rumah makan, catering, hingga restoran yang menyediakan menu olahan daging bebek. Permintaan yang tinggi terhadap olahan daging bebek membuktikan bahwa masyarakat ingin mendapatkan variasi cita rasa dalam sajian yang dikonsumsi.

Rumah makan bebek Sinjay merupakan salah satu rumah makan bebek yang sangat ramai dengan menjadikan daging itik sebagai komoditas utama. Rumah makan ini didirikan pertama kali di

Bangkalan. Saat ini cabang rumah makan bebek Sinjay tersebar di Jakarta, Surabaya, Malang, Jember, dan Bali. Rumah makan ini menyediakan menu bebek goreng dengan sambal pencit sebagai ciri khas masakannya. Salah satu nilai lebih dari rumah makan ini adalah daging bebeknya empuk, bumbunya meresap dengan baik hingga ke tulang sehingga rasa gurihnya menyebar hingga ke dalam. Hal ini lah yang menyebabkan bebek Sinjay sangat terkenal dan diminati oleh banyak konsumen. Terkait dengan uraian sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan kajian terhadap karakteristik konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik konsumen dalam melakukan pembelian olahan daging bebek di rumah makan Sinjay cabang kota Malang.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Rumah makan Bebek Sinjay cabang kota Malang. Pengambilan data dilakukan pada bulan Agustus-September 2019. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling* dengan pertimbangan: Lokasi strategis (berada di jalur utama Surabaya Malang) dan menu utama yang ditawarkan adalah olahan daging bebek. Metode penelitian studi kasus. Jumlah responden sebanyak 120 konsumen yang dipilih secara *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara. Data dianalisis dengan analisis deskriptif kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian dianalisis berdasarkan jenis kelamin, usia, asal kedatangan, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan penghasilan perbulan. Responden dalam penelitian sebanyak 120 responden yang diambil di rumah makan bebek Sinjay kota Malang, data selengkapnya dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik konsumen rumah makan bebek Sinjay Kota Malang

Klasifikasi Berdasarkan	Kategori	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	66	55
	Perempuan	54	45
Usia	15-20 tahun	58	48
	21-26 tahun	35	29
	27-32 tahun	23	19
	33-38 tahun	4	4
Asal konsumen	Kota Malang	30	25
	Luar Kota Malang	90	75
	SMP	4	3
Pendidikan	SMA	60	50
	Diploma	8	7
	S1	41	34
	S2	7	6
Pekerjaan	Pelajar/mahasiswa	84	71
	Karyawan Swasta	29	24
	PNS	5	4
Penghasilan	Wiraswasta	2	1
	< Rp. 500.000	43	36

Klasifikasi Berdasarkan	Kategori	Jumlah (orang)	Persentase (%)
	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000	12	10
	Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000	38	32
	Rp. 2.000.000-Rp. 3.000.000	7	5
	>Rp. 3.000.000	20	17

Jenis Kelamin

Jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 55 % dan perempuan 45%. Persentase konsumen yang berjenis kelamin perempuan tidak jauh berbeda dengan konsumen laki-laki yang berkunjung ke rumah makan bebek Sinjay. Hal ini dikarenakan kebutuhan akan pangan merupakan kebutuhan pokok bagi laki-laki dan perempuan, sehingga rumah makan bebek Sinjay bisa menjadi rujukan dan pilihan baik laki-laki maupun perempuan untuk bisa menikmati hidangan yang disajikan.

Usia

Berdasarkan usia bahwa mayoritas responden yang datang mengunjungi rumah makan bebek Sinjay adalah responden yang berusia mulai dari 15-26 tahun dengan jumlah persentase sebesar 77%, dikarenakan pada usia tersebut mayoritas responden adalah kalangan pelajar dan mahasiswa yang ada di kota Malang karena lokasinya strategis dekat dengan wilayah sekolah dan kampus serta akses kendaraan umum sangat mudah di jangkau. Usia responden antara 26-32 tahun rata-rata adalah para pekerja yang datang ke rumah makan bebek Sinjay di saat jam makan siang dan makan malam, usia 33-38 tahun datang ke rumah makan saat akhir pekan bersama berkeluarga.

Asal konsumen

Konsumen di rumah makan bebek sinjay mayoritas berasal dari luar kota Malang (75%). Lokasi yang berada di area kampus, menyebabkan banyak mahasiswa yang berkunjung ke rumah makan. Mahasiswa yang berkunjung mayoritas berasal dari luar Malang dengan ditunjukkan adanya kartu tanda penduduk (KTP) berasal dari luar Malang. Kota Malang yang dikenal sebagai kota wisata dan kota pendidikan menyebabkan banyak penduduk yang berasal dari luar Malang. Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan intervening positif antara ekspektasi pelanggan dan aplikasi bauran pemasaran eceran terhadap loyalitas. (Hatane, 2006). Rusdarti (2004) menambahkan bahwa pelanggan yang loyal dalam keputusan pembeliannya tidak lagi mempertimbangkan faktor-faktor yang berpengaruh dalam penentuan pilihan seperti harga, jarak, kualitas dan atribut lainnya, karena telah tertanam dalam diri konsumen bahwa produk yang akan dibeli telah memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

Pendidikan

Sebanyak 50% responden di rumah makan bebek Sinjay didominasi dengan pendidikan terakhir SMA. Hal ini dikarenakan pendidikan terakhir SMA adalah responden yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi baik Diploma maupun S1 dan lokasi rumah makan berdekatan dengan area kampus. Mayasari (2013) mengungkapkan bahwa masa remaja belum mempunyai dasar atau prinsip yang kuat

dalam perilaku konsumsinya sehingga dapat mengarah pada perilaku konsumsi yang berlebihan atau konsumtif. Rahardja dan Manurung (2006) menambahkan bahwa pendidikan mempengaruhi seseorang dalam memilih suatu produk, semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki seseorang, semakin selektif seseorang dalam memilih suatu produk.

Pekerjaan

Responden yang berkunjung ke rumah makan bebek Sinjay adalah para pelajar atau mahasiswa dengan persentase sebesar 71%, hal ini dikarenakan lokasi rumah makan dekat dengan area sekolah dan kampus, sehingga kebanyakan responden adalah mahasiswa, apabila dilihat dari segi harga cocok untuk dikonsumsi para pelajar ataupun mahasiswa. Profesi atau pekerjaan seseorang akan mempengaruhi terhadap pendapatan dan daya beli dari individu. Situasi ekonomi individu dipengaruhi oleh profesi dan akan mempengaruhi keputusan pembelian produk/jasa (Kotler 2012).

Penghasilan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden penelitian mayoritas berpenghasilan <Rp 500.000 perbulan (36%). Hal ini memang wajar dikarenakan dilihat dari pekerjaan responden masih di dominasi dengan status sebagai pelajar/mahasiswa sehingga belum mempunyai penghasilan tetap masih menggantungkan kiriman atau pemberian dari orang tua. Selain faktor lokasi yang dekat dengan area pendidikan, harga jual bebek yang relative murah menjadi salah satu pertimbangan banyak pelajar dan mahasiswa yang berkunjung ke rumah makan bebek Sinjay. Psikologi konsumen seperti persepsi terhadap kualitas produk, persepsi pada kualitas layanan, persepsi pada harga terbukti mempengaruhi keputusan pembelian hingga kesetiaan konsumen (Bei dan Chiao, 2006).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa karakteristik konsumen rumah makan bebek Sinjay kota Malang adalah konsumen berjenis kelamin laki-laki dengan usia antara 15-20 tahun yang berasal dari luar kota Malang dengan status sebagai pelajar atau mahasiswa dan berpenghasilan > Rp. 500.000.

DAFTAR PUSTAKA

- Bei, L. T. dan Chiao, Y. C. 2006. The determinants of customer loyalty: an analysis of intangible factors in three service industries. *International Journal of Commerce and Management*, 16:3/4, 162-177.
- Hatane, Samuel. 2006 Ekspetasi pelanggan dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Modern dengan kepuasan pelanggan sebagai Intervening) (Studi Kasus pada Hypermarket Carrefour di Surabaya) *Jurnal Jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi – Universitas Kristen Petra*. Vol. 1, N0. 2
- Kotler, Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education.
- Persatuan Ahli Gizi Indonesia. 2009. *Tabel Komposisi Pangan Indonesia*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Rahardja, P. dan Manurung, 2006. *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*, Edisi Ketiga, Jakarta; Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

- Rusdarti, 2004, Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada bank BPD 97 Jawa Tengah cabang Semarang, *Jurnal bisnis strategi*, 13: 54 – 65.
- Doloksaribu, Y.M. Indriani, Y. dan Kalsum, U. 2016. Sikap, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen Produk Olahan Bebek (Kasus di Rumah Makan Bebek Belur di Bandar Lampung). *JIA*, Volume 4 No. 3: 335-341.