

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS DAGING SAPI
DI PASAR INDUK KABUPATEN SUMBAWA
(STUDI KASUS DI PASAR SEKETENG)**

***CONSUMER PERCEPTIONS OF BEEF QUALITY
AT THE MAIN MARKET OF SUMBAWA REGENCY
(CASE STUDY AT SEKETENG MARKET)***

**Sudirman^{1*}, Ahmad Yani¹, Amrullah¹, Cecep Budiman¹, Sukarne²,
M. Fauzan Alfatin³**

¹Fakultas Peternakan dan Perikanan Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

²Fakultas Peternakan, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

³Alumni Fakultas Peternakan dan Perikanan, Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

*Email Penulis korespondensi: dirman.unsa@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas daging sapi di pasar induk Kabupaten Sumbawa (Studi Kasus di Pasar Seketeng). Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan 30 konsumen yang sedang membeli daging sebagai responden. Data hasil penelitian kemudian dianalisis dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi yang menggunakan skala likert untuk pengukuran nilainya. Hasil penelitian ini kaitannya dengan kualitas daging sapi di pasar seketeng untuk sub variabel aman adalah “setuju” dengan jumlah bobot sebanyak 237. Kemudian hasil untuk persepsi konsumen terhadap kualitas daging sapi dengan sub variabel sehat juga “setuju” dengan jumlah bobot sebanyak 242. Begitu pula dengan hasil untuk persepsi konsumen terhadap kualitas daging sapi secara totalitas memiliki bobot sebanyak 479 yang dimana masuk dalam kategori “setuju”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas daging sapi di Pasar Seketeng Kabupaten Sumbawa adalah aman dan sehat.

Kata Kunci : Daging sapi, kualitas, persepsi konsumen

Abstract

The aim of the research is to determine consumer perceptions of beef quality in the Seketeng main market Sumbawa Regency (Case Study at Seketeng Market). This research was conducted involving 30 consumers who were buying meat as respondents. The research data was then analyzed using a frequency distribution table which uses a Likert scale to measure the value. The results of this research regarding the quality of beef in the Seketeng market for the safe sub-variable are "agree" with a total score of 237. Then the results for consumer perceptions of beef quality with the healthy sub-variable are also "agree" with a total score of 242. Likewise with the results for consumer perceptions of beef quality in total having a score of 479 which is included in the "agree" category. Thus, it can be concluded that consumers' perceptions of the quality of beef at Seketeng Market, Sumbawa Regency, are safe and healthy.

Keywords: Beef, quality, consumer perception

PENDAHULUAN

Pulau Sumbawa sangat terkenal dengan potensi peternakannya, terutama peternakan sapi Bali yang sudah lama menjadi bagian penopang perekonomian masyarakat (Yani et al., 2023). Perkembangan populasi ternak besar di kabupaten Sumbawa mengalami peningkatan terutama pada ternak Sapi Bali. Pada tahun 2018 jumlah ternak sapi bali sekitar 228.814 ekor, lalu pada tahun 2019 ternak sapi meningkat sekitar 239.542 ekor, dan pada tahun 2020 ternak sapi juga terus meningkat menjadi 252.943 ekor. Berbeda dengan ternak besar lainnya seperti kerbau dan kuda yang mengalami penurunan dari tahun ke tahun (BPS Kabupaten Sumbawa, 2021).

Ternak sapi umumnya dipotong di Rumah Pemotongan Hewan (RPH). Khusus untuk wilayah Sumbawa, pemotongan terbesar dilakukan di RPH Bangkong (Irwansyah et al., 2022). Daging sapi yang berasal dari RPH tersebut kemudian didistribusikan oleh jagal ke beberapa pedagang pengecer daging sapi. Selain pengecer, jagal juga mendistribusikan langsung daging sapi kepada konsumen akhir. Selain menjual langsung kepada konsumen akhir, jagal juga menjual daging sapi kepada pedagang pengecer. Pedagang pengecer yang dimaksud yaitu pedagang yang berada di pasar yang ada di Sumbawa yaitu pasar seketeng. Dari pedagang pengecer tersebut barulah daging sapi didistribusikan kepada konsumen akhir.

Kualitas daging sapi sangat penting kaitannya dengan keamanan pangan untuk konsumen serta suplai nutrisi yang berkualitas untuk masyarakat. Kualitas daging dapat dipengaruhi oleh faktor genetik, bangsa, spesies, fisiologi, faktor umur, manajemen pemeliharaan, jenis kelamin, stress, metode pelayuan (*chilling*), refrigerasi dan pembekuan termasuk faktor lama dan temperatur penyimpanan (Merthayasa et al., 2015). Pada umumnya, kualitas produk peternakan seperti daging sangat variatif di pasar tradisional (Bulkaini et al., 2022). Pada umumnya masyarakat hanya menilai baik tidaknya kualitas daging sebelum membeli dengan cara mendeteksi warna, bau dan teksturnya (Ulfiani et al., 2022) atau yang dikenal dengan pemeriksaan secara organoleptik.

Salah satu langkah singkat untuk dapat menarik sebuah asumsi terhadap sebuah fenomena atau keadaan tertentu pada masyarakat yaitu dengan meneliti persepsi masyarakat (Sudirman et al., 2020). Karakteristik kualitas daging dijelaskan melalui persepsi konsumen dalam menilai kualitas berdasarkan organ panca indera (Ariana, et al., 2023). Penelitian persepsi konsumen terhadap kualitas daging sapi perlu dilakukan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas sifat fisik daging sapi karena belum ada informasi secara umum tentang persepsi dari konsumen mengenai baik atau tidaknya kualitas daging sapi yang beredar di pasar Sumbawa terutama di pasar induk Kabupaten Sumbawa, yaitu pasar seketeng. Tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas daging sapi di pasar induk Kabupaten Sumbawa (Studi Kasus di Pasar Seketeng).

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan di pasar Seketeng, Kabupaten Sumbawa pada bulan April sampai bulan Juni 2023.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: (1) Data Kuantitatif yaitu data yang dalam bentuk angka yang dapat dihitung yang diperoleh dari perhitungan kuesioner yang akan dilakukan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas. (2) Data Kualitatif yaitu data yang tidak dapat dihitung atau bukan berupa angka yang diperoleh dari hasil wawancara dengan konsumen/pembeli daging sapi serta informasi-informasi yang diperoleh dari pihak lain yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

Sumber Data

Sumber data yang akan menjadi bahan analisis dalam penulisan ini dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu: (1) Data primer yaitu data yang bersumber dari jawaban responden yang diperoleh dari hasil kuisisioner. Dalam hal ini pembeli yang melakukan pembelian daging sapi di Pasar Seketeng Kabupaten Sumbawa. (2) Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari lembaga yang telah tersedia, yang berbentuk laporan ataupun catatan data dokumentasi. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari data-data BPS Kabupaten Sumbawa, dan dokumen lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang digunakan yaitu : (1) Observasi: diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara langsung. Pada penelitian ini, pengamatan dilakukan di pasar seketeng Kabupaten Sumbawa. (2) Wawancara: dilakukan langsung dengan masyarakat mengenai variabel-variabel penelitian dan menggunakan bantuan kuisisioner. Wawancara dilakukan langsung kepada pembeli daging sapi di pasar Seketeng Kabupaten Sumbawa. (3) Kuisisioner: mengambil dan mengumpulkan data berupa daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden yang melakukan pembelian daging sapi di pasar Seketeng Kabupaten Sumbawa.

Populasi dan Teknik Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat yang sedang membeli daging sapi di pasar seketeng Kabupaten Sumbawa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Insidental* yaitu teknik pengambilan sampel secara kebetulan. Penarikan sampel ditetapkan sebanyak 30 orang responden yang melakukan transaksi dalam membeli daging sapi di pasar seketeng Kabupaten Sumbawa.

Variabel Penelitian

Variabel diartikan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Variabel penelitian yaitu: (Persepsi Konsumen: daging aman dan daging sehat).

Tabel 1. Variabel dan Indikator Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel	Sub-Variabel	Indikator (Daging)
Persepsi Konsumen	Aman	a) Segar
		b) Higienis
		c) Bebas Bahan Kimia
	Sehat	a) Warna
		b) Tekstur
		c) Aroma

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan statistik deskriptif dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi dan skala likert untuk mengkuantitatifkan data kualitatif. Kuisisioner yang di sebarakan menggunakan metode pengskalaan skala likert, skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial (Bahrun et al., 2018), di mana setiap pilihan terdiri dari tiga kategori yang bernilai skala, adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Pola Skoring Kuisisioner Skala Likert

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Setuju	3
2	Ragu-Ragu	2
3	Tidak Setuju	1

Untuk pengukuran setiap variabel penunjang, penelitian dapat dikemukakan sebagai berikut :

Aman

Untuk mengukur persepsi konsumen terhadap kualitas daging sapi di pasar seketeng Kabupaten Sumbawa berdasarkan aman dengan menggunakan asumsi dasar interval kelas dan rentang kelas sebagai berikut:

$$\text{Nilai Maksimal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Sampel} \times \text{Jumlah Pertanyaan} \\ (3) \quad (30) \quad (3) \quad = 270$$

$$\text{Nilai Minimal} = \text{Skor Terendah} \times \text{Jumlah Sampel} \times \text{Jumlah Pertanyaan} \\ (1) \quad (30) \quad (3) \quad = 90$$

$$\text{Rentang Kelas} = \frac{\text{Jumlah Nilai Tertinggi} - \text{Jumlah Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Skor}} \\ = \frac{270 - 90}{3} = 60$$

Dengan nilai tersebut, dapat di buat kategori sebagai berikut :

- a. Setuju = 210 - 270
- b. Ragu-ragu = 150 - 209
- c. Tidak Setuju = 90 - 149

Sehat

Untuk mengukur persepsi konsumen terhadap kualitas daging sapi di pasar seketeng Kabupaten Sumbawa berdasarkan sehat dengan menggunakan asumsi dasar interval kelas dan rentang kelas sama dengan aman seperti diatas.

Persepsi Keseluruhan

Untuk mengetahui keseluruhan nilai dari persepsi konsumen terhadap kualitas daging sapi di Pasar Seketeng Kabupaten Sumbawa, maka digunakan klasifikasi sebagai berikut :

$$\text{Nilai Maksimal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Sampel} \times \text{Jumlah Pertanyaan} \\ (3) \quad (30) \quad (3+3)=6 \quad = 540$$

$$\text{Nilai Minimal} = \text{Skor Terendah} \times \text{Jumlah Sampel} \times \text{Jumlah Pertanyaan} \\ (1) \quad (30) \quad (3+3)=6 \quad = 180$$

$$\text{Rentang Kelas} = \frac{\text{Jumlah Nilai Tertinggi} - \text{Jumlah Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Skor}} \\ = \frac{540 - 180}{3} = 120$$

Dengan nilai tersebut, dapat di buat kategori sebagai berikut :

- a. Setuju = 420 - 540
- b. Ragu-ragu = 300 - 419
- c. Tidak Setuju = 180 - 299

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian persepsi konsumen terhadap kualitas daging sapi di pasar seketeng terdiri dari 1) umur responden, 2) jenis kelamin responden, 3) pendidikan terakhir responden dan 4) pekerjaan responden.

Umur Responden

Klasifikasi terhadap umur responden dalam sebuah penelitian sosial khususnya berkaitan dengan persepsi masyarakat penting kaitannya dengan efektifitas dan keabsahan data. Kaitannya dengan penelitian ini, umur ideal responden adalah orang dewasa yang memang telah terbiasa dengan pembelian daging. Mereka diharapkan juga sudah memiliki preferensi tersendiri dalam memilih dan memilah daging yang akan dibeli. Dengan demikian, informasi yang diperoleh lebih bermakna dan dapat mewakili masyarakat secara umum.

Tabel 3. Klasifikasi Umur Responden

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase
1	<24	0	0%
2	24 – 34	3	10%
3	35 – 45	17	57%
4	46 – 56	9	30%
5	>57	1	3%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 3 menunjukkan bahwa umur responden berkisar antara 35 – 45 tahun (57%), artinya sebagian besar konsumen daging sapi adalah konsumen dewasa yang memahami produk pangan yang dibeli untuk dikonsumsi. Pada usia produktif serapan informasi yang dapat diterima seseorang akan semakin mudah, contohnya pengetahuan tentang kepentingan gizi seperti apa yang baik bagi tubuh dan bisa didapatkan dari sebuah produk yang akan ia konsumsi (Akhmad, 2020).

Jenis Kelamin Responden

Penentuan atau pengklasifikasian jenis kelamin responden dalam penelitian biasanya dilakukan untuk mengetahui trend yang terjadi di masyarakat. Dalam hal ini, perlu untuk diketahui apakah pembeli daging di pasar Seketeng di dominasi oleh laki-laki atau perempuan. Ketika konsumen daging adalah dominan laki-laki, maka pada kasus ini perlu ditelusuri penyebab trend tersebut karena pada umumnya pasar daging didominasi oleh perempuan yang notabene pekerjaannya adalah memasak.

Tabel 4. Klasifikasi Jenis Kelamin Responden.

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Laki - laki	13	43,3%
2	Perempuan	17	56,7%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 4 menunjukkan bahwa jenis kelamin responden yang paling banyak adalah perempuan (56,7%). Kondisi ini dapat disebabkan karena adanya pembagian peran antara laki-laki dan perempuan. Pekerjaan (berbelanja) seperti ini umumnya dilakukan oleh perempuan, sedangkan laki-laki bertugas untuk mencari nafkah. Jenis pekerjaan perempuan adalah sebagai pengurus rumah tangga yang benar-benar memilih bahan makanan atau produk pangan untuk seluruh anggota keluarga (Mongi et al., 2019). Perempuan atau ibu rumah tangga bertanggung jawab terhadap pemenuhan gizi keluarga (Hamzah, 2013).

Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan responden menjadi acuan atau gambaran tingkat pengetahuan dan keterampilan responden dalam menentukan pilihan dan keputusan mereka dalam pembelian produk hewani seperti daging. Tingkat pendidikan yang standar seperti misalnya setara Sekolah Menengah Atas akan memberikan peluang yang besar terhadap kemampuan konsumen dalam merekognisi daging yang berkualitas baik maupun buruk.

Tabel 5. Klasifikasi Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Tidak Sekolah	0	0
2	SD	1	3,3%
3	SMP	2	6,7%
4	SMA	25	83,3%
5	Sarjana	2	6,7%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 5 menunjukkan bahwa Pendidikan responden yang paling banyak adalah SMA/SMK (83,3%), artinya konsumen daging sapi pada umumnya memiliki pendidikan yang cukup untuk mengetahui produk yang bergizi untuk diolah dan dikonsumsi oleh keluarga, hal ini sejalan dengan pendapat (Arida, et al., 2015) dimana tingkat pendidikan seseorang yang semakin baik dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan seseorang, sehingga diharapkan mampu memberikan dukungan dalam aktivitasnya baik sosial maupun ekonomi.

Pekerjaan Responden

Dalam penelitian ini perlu juga dilakukan identifikasi terhadap pekerjaan responden. Biasanya pekerjaan berkaitan erat dengan kecenderungan orang untuk membeli daging. Bahkan, pekerjaan responden juga dapat menggambarkan kemampuan responden untuk memilih daging yang baik dan yang buruk. Sebagai contoh, pekerjaan sebagai pekerja rumah tangga atau restoran kemungkinan besar akan lebih sering melakukan pembelian daging.

Tabel 6. Klasifikasi Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase
1	IRT	9	30%
2	Wiraswasta	8	26,7%
3	Pedagang	6	20%
4	Karyawan	2	6,7%
5	PNS	5	16,6%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Data yang terdapat pada Tabel 6 menunjukkan bahwa pekerjaan responden yang paling banyak adalah IRT (26,7%), yang di mana rata-rata suami dari ibu rumah tangga ini bekerja sebagai pegawai negeri sipil. Menurut (Nurjaman et al., 2018) faktor yang mempengaruhi barang yang dibeli oleh seseorang adalah pendapatan, seseorang yang mempunyai pendapatan tinggi cenderung melakukan pembelian yang tinggi dan memilih kualitas yang baik. Hal ini sejalan juga dengan pendapat (Fausayana & Marzuki, 2017) bahwa jenis pekerjaan yang dimiliki oleh seseorang berpengaruh terhadap pola pembelian barang dan jasa, termasuk pembelian produk peternakan.

Persepsi Konsumen

Persepsi konsumen terhadap kualitas daging sapi di pasar Seketeng Kabupaten Sumbawa terdiri dari:

Daging Aman

Persepsi konsumen terhadap daging yang dikatakan aman memiliki 3 indikator yaitu, segar, higienis/bersih, dan bebas dari bahan kimia.

1) Daging Segar

Penilaian persepsi konsumen terhadap daging segar dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Penilaian Persepsi Konsumen Terhadap Daging Segar

No	Kategori (Daging segar)	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	%
1	Setuju	3	28	84	93,3%
2	Ragu – ragu	2	2	4	6,7%
3	Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			30	88	100%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 7 menunjukkan bahwa sebanyak (93,3%) responden merasa setuju dengan kategori daging segar yang ada di pasar Seketeng. Hal ini karena daging yang dijual di pasar Seketeng berasal dari rumah potong hewan (RPH), di mana daging tersebut selalu di periksa oleh tim kesehatan hewan sebelum di distribusikan ke pasar-pasar sebagaimana kebiasaan rumah potong pemerintah yang terstandar (Wijaya et al., 2022). Selain itu, rata-rata responden adalah perempuan (IRT) di mana ibu rumah tangga cenderung lebih teliti dalam memilih bahan pangan untuk keluarganya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu (Burhanudin, 2011) dimana konsumen atau pembeli daging sapi dan sejenisnya didominasi oleh kalangan ibu-ibu rumah tangga yang berbelanja bahan makanan yang nantinya akan diolah dari bahan mentah menjadi bahan olahan untuk dikonsumsi oleh keluarga. Pemilihan daging yang baik akan dapat dipilih dan ditentukan oleh mereka yang sudah terbiasa membeli berdasarkan pengalaman yang mereka peroleh secara alamiah (Apriantini et al., 2021).

2) Daging Higienis (Bersih)

Penilaian persepsi konsumen terhadap daging higienis dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Penilaian Persepsi Konsumen Terhadap Daging Higienis

No	Kategori (Higienis/bersih)	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	%
1	Setuju	3	15	45	50%
2	Ragu – ragu	2	15	30	50%
3	Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			30	75	100%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Berdasarkan data pada tabel 8 dapat dijelaskan bahwa sebanyak (50%) responden menjawab setuju dan (50%) menjawab ragu-ragu terhadap tingkat kebersihan daging, hal ini karena menurut pendapat responden dan hasil observasi penulis, kondisi daging sapi di pasar Seketeng ada yang di kerubungi lalat dan kondisi pasarnya yang tidak terlalu bersih dan membuat sebagian konsumen menilai ragu-ragu untuk daging higienis atau bersih.

Hal ini juga berpengaruh kepada kepuasan konsumen dalam membeli daging, seperti pendapat (Retno, 2017) mengemukakan bahwa dalam menentukan kepuasan pelanggan, faktor kebersihan juga memiliki pengaruh yang sangat besar sekali karena pelanggan dimanapun juga memiliki keinginan yang sama dimana makanan yang dia makan, yang memasak, bahan makanan, pengolahan, serta tempatnya harus benar-benar bersih, sehat dan terbebas dari kuman penyakit.

3) Daging Bebas Bahan Kimia

Penilaian persepsi konsumen terhadap daging bebas bahan kimia dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Penilaian Persepsi Konsumen Terhadap Daging Bebas Bahan Kimia

No	Kategori (Bebas kimia))	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	%
1	Setuju	3	14	42	46,7%
2	Ragu – ragu	2	16	32	53,3%
3	Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			30	74	100%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Pada Tabel 9 dapat dilihat bahwa sebanyak (53,3%) menjawab ragu-ragu terhadap daging sapi yang bebas bahan kimia. Hal ini disebabkan karena konsumen yang membeli daging di pasar Seketeng tidak terlalu paham dan mengerti mengenai daging yang telah terkontaminasi dengan bahan kimia. Jumlah daging sapi dari rumah potong hewan yang masuk ke pasar Seketeng lebih besar jumlahnya dari daging yang bisa dijual dalam sehari. Kemudian pedagang memasukkan sisa penjualan daging ke dalam pendingin atau freezer untuk dijual pada hari berikutnya, hal itu yang membuat konsumen merasa bahwa daging tersebut terkontaminasi bahan kimia. Kapitan (2017) menjelaskan bahwa bahan pangan terutama daging, ikan dan susu mentah dapat terkontaminasi oleh bakteri *Salmonella* dan *E. coli* karena penyimpanan dalam waktu yang lama ataupun karena penanganan yang kurang higienis sebelum pengolahan pangan. Ratri (2020) juga menambahkan bahwa daging yang dithawing dengan cara yang salah atau sering keluar masuk pembeku sangat rentan terkontaminasi bakteri patogen.

Daging Sehat

Persepsi konsumen terhadap daging yang dikatakan aman memiliki 3 indikator yaitu, warna, tekstur, dan aroma daging.

1) Warna Daging

Penilaian persepsi konsumen terhadap warna daging dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Penilaian Persepsi Konsumen Terhadap Warna Daging

No	Kategori (Warna)	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	%
1	Setuju	3	15	45	50%
2	Ragu – ragu	2	15	30	50%
3	Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			30	75	100%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 10 menunjukkan bahwa sebanyak (50%) responden menjawab setuju dan (50%) menjawab ragu-ragu terhadap kualitas warna daging sapi di pasar Seketeng kota Sumbawa Besar. Menurut pendapat konsumen, warna daging yang dijual di pasar memiliki warna yang tidak selalu cerah, terkadang warna daging juga agak pucat. Berdasarkan pendapat (Soeparno, 2011) faktor yang menentukan warna daging yaitu bangsa ternak, spesies, umur, jenis kelamin, pakan, aktivitas ternak, tingkat stres, pH daging, tipe otot dan ketersediaan oksigen. Kendati demikian masyarakat biasanya menjeneralisir bahwa warna pucat pada daging sebagai indikator daging yang sudah lama atau terkontaminasi.

2) Tekstur Daging

Penilaian persepsi konsumen terhadap tekstur daging dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Penilaian Persepsi Konsumen Terhadap Tekstur Daging

No	Kategori (Tekstur)	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	%
1	Setuju	3	17	51	56,7%
2	Ragu - ragu	2	13	26	43,3%
3	Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			30	77	100%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 11 menunjukkan bahwa sebanyak (56,7%) responden menjawab setuju terhadap kualitas tekstur daging sapi yang dijual di pasar Seketeng. Hal ini karena daging yang dijual memiliki kekenyalan yang baik saat dipegang dan kebanyakan konsumen puas dengan tekstur daging yang dijual, karena tekstur daging sangat mempengaruhi tingkat kenikmatan daging. Hal ini sejalan dengan pendapat Soeparno (2015), keempukan dan tekstur daging kemungkinan besar merupakan penentu yang paling penting pada kualitas daging. Faktor yang mempengaruhi keempukan daging digolongkan menjadi faktor antemortem seperti genetik termasuk bangsa, spesies, fisiologi, faktor umur, manajemen, jenis kelamin dan stress.

3) Aroma Daging

Penilaian persepsi konsumen terhadap aroma daging dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Penilaian Persepsi Konsumen Terhadap Aroma Daging

No	Kategori (Aroma)	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	%
1	Setuju	3	30	90	100%
2	Ragu - ragu	2	0	0	0
3	Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			30	90	100%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 12 menunjukkan bahwa sebanyak (100%) responden menjawab setuju terhadap kualitas aroma daging sapi yang dijual di pasar Seketeng. Menurut konsumen selama membeli daging tidak pernah menemukan bau yang busuk atau tidak sedap terhadap daging yang dijual, hal ini karena ternak sapi yang dipotong di RPH adalah sapi yang sehat. Alasan ini diperkuat juga dengan pendapat Trantonio (2011), aroma pada

daging sapi dipengaruhi oleh jenis pakan yang diberikan pada saat sapi hidup. aroma yang tidak normal biasanya akan segera tercium sesudah hewan dipotong. Hal itu dapat disebabkan oleh adanya kelainan antara lain hewan sakit dan hewan dalam pengobatan.

Total Persepsi Keseluruhan

Penilaian konsumen terhadap persepsi terhadap kualitas daging sapi di Pasar Seketeng secara keseluruhan (Aman dan Sehat) dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Rekapitulasi Penilaian Konsumen Terhadap Daging Aman Dan Sehat

Variabel	Sub Variabel	Nilai	Keterangan
Persepsi	Aman	237	Setuju
Konsumen	Sehat	242	Setuju
Jumlah		479	Setuju

Sumber: Data primer di olah (2023)

Tabel 13 menunjukkan bahwa total bobot yang diperoleh dari persepsi konsumen terhadap kualitas daging sapi di Pasar Seketeng diperoleh total bobot 479. Nilai ini menunjukkan bahwa hasil penilaian responden terhadap persepsi secara keseluruhan adalah setuju dengan interval (420 – 540). Artinya, penilaian konsumen secara totalitas adalah merasa setuju dengan kualitas daging sapi di Pasar Seketeng Kabupaten Sumbawa. Penilaian tersebut meliputi aman pada kategori setuju dengan bobot 237, dan indikator sehat berada pada kategori setuju dengan bobot 242.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas daging sapi di Pasar Seketeng Kabupaten Sumbawa adalah aman dan sehat, artinya penilaian konsumen secara totalitas sebesar 479.

Saran

Pemerintah perlu merapikan drainase di sekitar pasar seketeng untuk meningkatkan higienisitas. Para pedagang dan pengunjung harus menjaga kebersihan pasar dan lebih selektif dalam membeli produk daging sapi agar dapat memperoleh daging sapi dengan kualitas baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu proses penelitian ini mulai dari pengambilan data sampai terpublikasinya penelitian ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga kami sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu penelitian ini dari segi pendanaan dan fasilitas penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Apriantini, A., Arief, I. I., ENSD, L. C., Riyanto, S., & Adiyoga, R. (2021). Persepsi dan perilaku konsumen bisnis terhadap daging sapi beku, studi kasus: DKI Jakarta, Indonesia. *Jurnal Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peternakan*, 9(1), 20-29. <https://doi.org/10.29244/jipthp.9.1.20-29>

- Ariana, T., Bulkaini, B., Sumadi, I. K., Syamsuhaidi, S., Sutaryono, Y., Maskur, M., & Sukarne, S. (2023). Carcass Quality, Production of Local Duck Meat and Edible Offals in Traditional Markets on Lombok and Sumbawa Islands. *AJARCDE (Asian Journal of Applied Research for Community Development and Empowerment)*, 7(2), 55-62. <https://doi.org/10.29165/ajarcde.v7i2.266>
- Arida, A., Sofyan, S., & Fadhiela, K. (2015). Analisis ketahanan pangan rumah tangga berdasarkan proporsi pengeluaran pangan dan konsumsi energi (studi kasus pada rumah tangga petani peserta program desa mandiri pangan di Kecamatan Indrapuri Kabupaten Aceh Besar). *Jurnal Agriseip*, 16(1), 20-34. <http://jurnal.unsyiah.ac.id/agriseip>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumbawa. (2021). Kabupaten Sumbawa Dalam Angka 2021. Sumbawa. Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumbawa.
- Bahrin, S., Alifah, S., & Mulyono, S. (2017). Rancang bangun sistem informasi Survey pemasaran dan penjualan berbasis WEB. *Jurnal Transistor Elektro Dan Informatika*, 2(2), 81-88.
- Bulkaini, B., Syamsuhaidi, S., Sutaryono, Y., Kisworo, D., Sukirno, S., Sukarne, S., & Rozi, T. (2022). Carcass characteristics and pure meat production of broiler chickens in traditional markets on Lombok and Sumbawa islands. *Journal Advances in Animal and Veterinary Sciences (AAVS)*, 10(7), 1602-1610. <https://dx.doi.org/10.17582/journal.aavs/2022/10.7.1602.1610>
- Burhanudin, A. (2011). Analisis perilaku konsumen pada pembelian daging ayam ras (Broiler Chicken) di pasar tradisional dan pasar modern kota jember. Skripsi. Universitas Jember.
- Fausayana, I., & Marzuki, M. A. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras di kota kendari dan hubungannya dengan keberdayaan peternak. *Jurnal Sosio Agribisnis*, 1(1), 32-46. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/agribisnis>
- Hamzah. (2013). Sikap Ibu dalam Pemberian ASI Eksklusif. Jakarta: Salemba Medika.
- Irwansyah, I., Nealma, S., Sudirman, S., & Sukarne, S. (2022). Supply Chain Analysis of Beef from Slaughterhouse to End Consumers (Case Study: Bangkok Slaughterhouse). *Jurnal Biologi Tropis*, 22(3), 883-888. <https://doi.org/10.29303/jbt.v22i3.3961>.
- Kapitan, L. A. (2017). Antimicrobial activity white lao extract (*Alpinia Galangas*) against *Escherichia coli* and *Salmonella Sp.* bacteria. *Jurnal Info Kesehatan*, 15(1), 14-20. <http://jurnal.poltekeskupang.ac.id/index.php/infokes>
- Merthayasa, J. D., Suada, I. K., & Agustina, K. K. (2015). Daya ikat air, pH, warna, bau dan tekstur daging sapi bali dan daging wagyu. *Indonesia medicus veterinus*, 4(1), 16-24.
- Mongi, A. I., Wantasen, E., Salendu, A. H., & Manese, M. (2019). Karakteristik konsumen dalam pembelian daging sapi di Kota Manado (studi kasus di Transmart Carrefour Star Square Manado). *Zootec*, 39(2), 337-344. <https://doi.org/10.35792/zot.39.2.2019.25484>
- Ratri, M. L. (2020). Pengaruh Berbagai Teknik Thawing Terhadap Kualitas Fisik Organoleptik Daging Ayam Broiler Beku (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Jember).
- Retno, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Angkringan Omahe Whawin Solo (Doctoral dissertation, Universitas Sahid Surakarta).

- Soeparno. (2011). Ilmu Nutrisi dan Gizi Daging. Gajah Mada Universiti Press, Yogyakarta.
- Sudirman, S., Hamdani, A., Sukarne, S., Mayasari, M. P., & Gunawan, G. (2020). Farmers' Perception and Interest Towards Cattle Insurance in Sumbawa Regency. In 1st Annual Conference on Education and Social Sciences (ACCESS 2019) (pp. 377-381). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200827.096>
- Trantono. (2011). Mempelajari kualitas daging. Sumber: //yuari .wordpress.com / 2011/02/27/mempelajari-kualitas-daging.
- Ulfiani, F., Darmawi, D., Maisyaroh, S., & Darmawan, D. (2022). Identifikasi Bakteri Salmonella Sp. Pada Daging Sapi Yang Dijual Di Pasar Blang Pulo Meulaboh Aceh Barat. *Jurnal Mahasiswa Kesehatan Masyarakat (Jurmakemas)*, 2(2), 308-322. <http://repositori.utu.ac.id/id/eprint/1205>
- Wijaya, R., Sudarmi, S., & Tahir, M. (2022). Implementasi Kebijakan Program Revitalisasi Rumah Potong Hewan (Rph) Manggala Di Kota Makassar. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)*, 3(3), 815-828.
- Yani, A., Budiman, C., Amrullah dan Sukarne. (2023). Bali Cattle Business Competitiveness According to the Moyo Watershed (DAS) in Sumbawa Regency, West Nusa Tenggara. *Jurnal Biologi Tropis*, 23(1), 213-225. <https://doi.org/10.29303/agroteksos.v33i1.846>
- Nurjaman, T., Soetoro, S., & Yusuf, M. N. (2018). Analisis Biaya, Penerimaan, Pendapatan, dan R/c USAhatani Kacang Tanah (*Arachis Hypogaea L*) (suatu Kasus di Desa Cintakarya Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 4(1), 585-590. <http://dx.doi.org/10.25157/jimag.v4i1.1602>