

## **II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

### **A. Tinjauan Pustaka**

#### **1. Pola Konsumsi Pangan**

Konsumsi pangan merupakan faktor utama dalam hal memenuhi kebutuhan akan zat gizi. Zat gizi tersebut akan mempengaruhi kemampuan seseorang untuk melakukan pekerjaan dan waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pekerjaan tersebut. Zat gizi akan menyediakan tenaga bagi tubuh, mengatur proses pertumbuhan dan jaringan fungsi organ tubuh. Kebutuhan zat gizi setiap orang berbeda tergantung pada jenis kelamin, umur, dan pekerjaan masing-masing individu (Suhardjo, 1989).

Pola konsumsi pangan adalah susunan beragam pangan dan hasil olahannya yang biasa dimakan oleh seseorang yang dicerminkan dalam jumlah, jenis frekuensi, dan sumber bahan makanan (Harper, dkk 1986). Jenis pangan yang beraneka ragam sangat menentukan kecukupan gizi bagi tubuh seseorang. Dalam mengkonsumsi pangan harus dipilih kualitas yang bermutu dan dipilih makanan yang mempunyai gizi yang komplit dan seimbang.

Pola konsumsi pangan yang baik adalah dapat memenuhi Pola Pangan Harapan (PPH). Pola Pangan Harapan adalah pegangan kecukupan yang diwujudkan

dalam bentuk energi dan protein maupun susunan beragam golongan pangan yang memenuhi kebutuhan energi dan gizi. Susunan pola pangan menjadi semakin tidak sempurna dan semakin menjadi sederhana baik jumlah maupun mutunya sejalan dengan digantikannya beras oleh makanan pokok lainnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi pangan sehari-hari sebagian besar masyarakat adalah persediaan pangan, tingkat pendapatan, pengetahuan gizi, besar keluarga (Suhardjo, 1989). Kebiasaan makan merupakan pola konsumsi yang biasanya rutin dilakukan dan sukar untuk mengubahnya. Jenis konsumen pangan yang terdapat dalam pola konsumsi pangan adalah makanan pokok, sayuran, lauk-pauk, buah-buahan dan sebagai pelengkap adalah susu (Dinas Pertanian, 2009).

Pola konsumsi pangan adalah susunan beragam pangan dan hasil olahannya yang biasa dimakan oleh seseorang yang dicerminkan dalam jumlah, jenis, frekuensi, dan sumber bahan makanan (Harper, dkk 1986). Selanjutnya disebutkan bahwa kualitas sumber pangan ditentukan oleh komposisi jenis pangan. Jenis pangan yang beraneka ragam merupakan syarat penting untuk menghasilkan pangan yang bermutu gizi seimbang. Pola konsumsi dinilai secara kualitatif mencakup apa yang dimakan dan secara kuantitatif meliputi jumlah, jenis, dan frekuensi yang dimakan.

Konsumsi pangan merupakan faktor utama untuk menentukan kebutuhan gizi. Zat-zat gizi tersebut akan mempengaruhi kemampuan seseorang dalam melakukan pekerjaan dan waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pekerjaan tersebut. Zat-zat gizi akan menyediakan tenaga bagi tubuh, mengatur proses dalam tubuh dan membuat lancarnya pertumbuhan serta memperbaiki jaringan tubuh. Kegiatan gizi setiap orang berbeda tergantung pada jenis kelamin, umur, dan

pekerjaan masing-masing individu.

Selanjutnya disebutkan juga bahwa pola pangan komplit sering ditemukan pada hidangan sehari-hari golongan keluarga yang kaya baik di kota maupun di pedesaan terutama bagi sebagian besar masyarakat yang makan pokoknya beras. Susunan pola pangan menjadi makin tidak sempurna dan makin sederhana baik jumlah maupun mutunya sejalan dengan digantikannya beras oleh makanan pokok lain. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi pangan sehari-hari bagi sebagian besar masyarakat antara lain: (1) persediaan pangan, (2) tingkat pendapatan, (3) pengetahuan gizi, (4) besar keluarga (Suhardjo, 1988b).

Seorang ahli ekonomi yang bernama Christian Lorent Ernst Engel mengemukakan sebuah "hukum konsumsi". Hukum ini didasarkan pada hasil penelitiannya yang dilakukan pada abad 19 di Eropa. Menurut pendapat Engel, semakin miskin suatu keluarga atau bangsa, akan semakin besar pula persentase pengeluaran yang digunakan untuk barang pangan (Sudarman, 2004).

Pola konsumsi rumah tangga merupakan salah satu indikator kesejahteraan rumah tangga/keluarga. Selama ini berkembang pengertian bahwa besar kecilnya proporsi pengeluaran untuk konsumsi pangan terhadap seluruh pengeluaran rumah tangga dapat memberikan gambaran kesejahteraan rumah tangga tersebut.

Rumah tangga dengan proporsi pengeluaran yang lebih besar untuk konsumsi pangan mengindikasikan rumah tangga yang berpenghasilan rendah. Makin tinggi tingkat penghasilan rumah tangga, makin kecil proporsi pengeluaran untuk makanan terhadap seluruh pengeluaran rumah tangga. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa rumah tangga/keluarga akan semakin sejahtera bila persentase

pengeluaran untuk pangan jauh lebih kecil dibandingkan persentase pengeluaran untuk non pangan. Rumus untuk mencari pengeluaran konsumsi pangan adalah sebagai berikut :

$$\% \text{ rata – rata pengeluaran} : \frac{\text{Jumlah pengeluaran konsumsi pangan}}{\text{Jumlah total pengeluaran rumah tangga}} \times 100\%$$

Rumus untuk mencari pengeluaran konsumsi non pangan adalah sebagai berikut :

$$\% \text{ rata – rata pengeluaran} : \frac{\text{Jumlah pengeluaran konsumsi non pangan}}{\text{Jumlah total pengeluaran rumah tangga}} \times 100\%$$

Kriteria Uji :

- Bila % rata – rata pengeluaran konsumsi pangan > % pengeluaran konsumsi non pangan : pola konsumsi keseluruhan rumah tangga dominan terhadap pengeluaran konsumsi pangan (kebutuhan pokok).
- Bila % rata – rata pengeluaran konsumsi pangan < % pengeluaran konsumsi non pangan : pola konsumsi keseluruhan rumah tangga dominan terhadap pengeluaran konsumsi non pangan (kebutuhan sekunder) Purwitasari (2007).

Pergeseran pola pengeluaran dari pangan ke non pangan terjadi karena elastisitas permintaan terhadap pangan pada umumnya rendah, sebaliknya permintaan terhadap barang non pangan pada umumnya tinggi. Keadaan ini terlihat jelas pada kelompok penduduk yang tingkat konsumsinya mencukupi maksimal, sehingga peningkatan pendapatan akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan barang non pangan, ditabung, ataupun investasi (Kuncoro, 2007).

Distribusi pendapatan akan menentukan bagaimana pendapatan yang tinggi mampu menciptakan perubahan-perubahan dan perbaikan - perbaikan dalam masyarakat, seperti mengurangi kemiskinan, pengangguran dan kesulitan-kesulitan lain dalam masyarakat. Distribusi pendapatan nasional yang tidak merata, tidak



akan menciptakan kemakmuran bagi masyarakat secara umum. Sistem distribusi yang tidak merata hanya akan menciptakan kemakmuran bagi golongan tertentu saja

## **2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Pangan**

Menurut Harper, dkk (1986), terdapat empat faktor yang sangat berpengaruh terhadap pola konsumsi pangan sehari-hari sebagian besar penduduk, yaitu : (1) produksi pangan untuk keperluan keluarga, (2) pengeluaran untuk keperluan keluarga, (3) pengetahuan gizi, dan (4) tersedianya pangan. Menurut Suhardjo, 2003 pola konsumsi pangan seseorang dapat dilihat dari dua aspek, yaitu :

### **(1) Aspek Sosial Budaya**

#### **(a) Budaya Pangan**

Budaya suatu rumah tangga mempunyai pengaruh yang kuat terhadap pola makan seseorang. Budaya juga dapat mempengaruhi seseorang dalam memilih bahan makanan, hal ini juga mempengaruhi jenis, cara, dan bagaimana makanan tersebut disajikan.

Umumnya kebiasaan makan seseorang tidak didasarkan atas keperluan fisik akan zat-zat yang terkandung dalam pangan, namun kebiasaan ini berasal dari pola pangan yang diterima budaya kelompok dan diajarkan kepada seluruh anggota rumah tangga sehingga masing-masing anggota keluarga mempunyai selera yang berbeda untuk tiap jenis pangan tertentu.

#### **(b) Pola Makanan**

Jumlah jenis makanan serta banyaknya bahan makanan dalam pola pangan suatu

daerah tertentu biasanya berkembang dari pangan yang telah ditanam di tempat tersebut untuk jangka waktu panjang. Disamping itu kelangkaan pangan dan kebiasaan bekerja dari keluarga berpengaruh pula terhadap pola pangan.

(c) Pembagian Makan dalam Rumah Tangga

Secara tradisional ayah mempunyai prioritas utama atas jumlah dan jenis makanan tertentu dalam keluarga dan dalam pembagian makanan biasanya dimulai dari yang tertua. Pada dasarnya wanita, anak wanita, dan anak yang masih kecil boleh makan bersama anggota keluarga pria, tetapi di beberapa lingkungan budaya mereka terpisah pada meja lain atau bahkan setelah pria selesai makan.

(d) Besar Keluarga

Hubungan antara laju kelahiran yang tinggi dan kurang gizi sangat nyata pada masing-masing keluarga. Sumber pangan keluarga terutama mereka yang memiliki anggota keluarga sedikit akan lebih mudah memenuhi kebutuhan makanannya karena yang harus diberi makanan jumlahnya sedikit. Pangan yang tersedia untuk suatu keluarga yang besar mungkin cukup untuk anggota keluarga yang besarnya setengah dari keluarga tersebut, tetapi tidak cukup untuk mencegah gangguan gizi pada keluarga yang besar tersebut.

Anak-anak yang tumbuh dalam keluarga miskin dengan jumlah anggota keluarga yang besar adalah paling rawan terhadap kurang gizi diantara seluruh anggota keluarga dan anak yang paling kecil biasanya terpengaruh oleh kekurangan pangan. Hal ini bisa terjadi, karena jika besar keluarga bertambah, maka pangan untuk setiap anak berkurang dan banyak orang tua yang tidak menyadari akan hal ini, sehingga anak-anak yang muda mungkin tidak diberi cukup makan.

(e) Faktor Pribadi

Disamping banyak faktor yang mempengaruhi tersedianya pangan dan pola sosial budaya yang berkaitan dengan cara makan, juga terdapat faktor pribadi dan kesukaan yang mempengaruhi jumlah dan jenis makanan yang di konsumsi penduduk. Beberapa diantaranya adalah: (1) banyaknya informasi yang dimiliki seseorang tentang kebutuhan tubuh akan gizi selama beberapa masa dalam perjalanan hidupnya, (2) kemampuan seseorang untuk menerapkan pengetahuan gizi ke dalam pemilihan pangan dan pengembangan cara pemanfaatan pangan yang sesuai, (3) hubungan keadaan kesehatan seseorang dengan kebutuhan akan pangan untuk pemeliharaan kesehatan dan pengobatan penyakit.

(f) Pengetahuan Gizi

Suatu hal yang menyakinkan tentang pentingnya pengetahuan gizi didasarkan pada tiga kenyataan: (1) status gizi yang cukup adalah penting bagi kesehatan dan kesejahteraan, (2) setiap orang hanya akan cukup gizi jika makanan yang dimakannya mampu menyediakan zat gizi yang diperlukan untuk pertumbuhan tubuh yang optimal, pemeliharaan, dan energi, (3) ilmu gizi memberikan fakta-fakta yang perlu sehingga penduduk dapat belajar menggunakan pangan dengan baik bagi perbaikan gizi.

Kurangnya pengetahuan dan salah konsepsi tentang kebutuhan pangan dan nilai pangan adalah umum dijumpai setiap Negara di dunia. Kemiskinan dan kekurangan persediaan pangan yang bergizi merupakan faktor penting dalam masalah kurang gizi. Penggunaan yang lebih baik dari pangan yang tersedia dapat dilakukan penduduk yang memahami bagaimana mempergunakannya untuk membantu peningkatan status gizi.

(g) Preferensi

Apakah suatu makanan dianggap memenuhi selera atau tidak, tergantung tidak hanya pada pengaruh sosial budaya, tetapi juga dari sifat fisiknya. Reaksi indera rasa terhadap makanan sangat berbeda pada setiap orang. *Flavor* suatu faktor penting dalam pemilihan pangan, antara lain meliputi bau, tekstur, dan suhu. Penampilan yang meliputi warna dan bau juga mempengaruhi sikap terhadap pangan. Selain pengaruh reaksi indera terhadap pemilihan pangan, kesukaan pangan pribadi makin terpengaruh oleh pendekatan melalui media. Beberapa diantara perubahan ini berpengaruh positif terhadap status gizi, sedangkan yang lainnya berpengaruh negatif.

(h) Status Kesehatan

Status gizi atau tingkat konsumsi pangan merupakan bagian terpenting dari status kesehatan seseorang. Tidak hanya status gizi yang mempengaruhi kesehatan seseorang, tetapi status kesehatan juga mempengaruhi status gizi.

**(2) Aspek Psikologi**

Setiap manusia membutuhkan makanan untuk mempertahankan hidupnya. Sikap manusia terhadap makanan banyak dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman dan respon-respon yang diperlihatkan oleh orang lain terhadap makanan sejak masa kanak-kanak. Pengalaman yang diperoleh ada yang dirasakan menyenangkan atau sebaliknya tidak menyenangkan, sehingga setiap individu dapat mempunyai sikap suka dan tidak suka terhadap makanan. Menurut Suhardjo (2003), banyak faktor yang mempengaruhi besarnya pengeluaran konsumsi pangan rumah tangga. Faktor-faktor tersebut dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu :

### **(a) Faktor-faktor Ekonomi**

Empat faktor ekonomi yang menentukan tingkat konsumsi adalah :

#### **Pendapatan keluarga**

Pendapatan keluarga amat besar pengaruhnya terhadap tingkat konsumsi, biasanya semakin tinggi tingkat pendapatan, maka tingkat konsumsi semakin tinggi, karena pendapatan meningkat, kemampuan rumah tangga untuk membeli aneka kebutuhan konsumsi semakin besar, atau mungkin juga pola hidup menjadi semakin konsumtif, setidaknya-tidaknya semakin menuntut kualitas hidup yang baik.

#### **Kekayaan Keluarga**

Kekayaan keluarga adalah kekayaan riil (rumah, tanah, dan mobil) dan finansial (deposito berjangka, saham, dan surat-surat berharga). Kekayaan tersebut dapat meningkatkan konsumsi karena menambah pendapatan. Misalnya, bunga deposito yang diterima tiap bulan dan *dividen* yang diterima setiap tahun menambah pendapatan keluarga. Demikian juga rumah, tanah, dan mobil yang disewakan. Penghasilan-penghasilan tersebut akan dipakai sebagai konsumsi dan tentunya hal ini akan meningkat pengeluaran konsumsi.

#### **Perkiraan Tentang Masa Depan**

Jika keluarga memperkirakan masa depan makin baik, mereka akan meraskan lebih leluasa untuk melakukan konsumsi. Karenanya pengeluaran konsumsi cenderung meningkat. Jika keluarga memperkirakan masa depannya makin jelek, mereka pun mengambil ancang-ancang dengan menekan pengeluaran konsumsi.

Faktor-faktor internal yang dipergunakan untuk memperkirakan prospek masa depan keluarga antara lain adalah: pekerjaan ayah atau ibu, pendapatan keluarga, dan jumlah anggota keluarga yang bekerja, sedangkan faktor-faktor eksternal

yang mempengaruhi prediksi keluarga tentang masa depannya antara lain :  
kondisi perekonomian domestik dan internasional, jenis-jenis dan kebijakan ekonomi yang dijalankan pemerintah.

### **(b) Faktor-faktor Demografi (kependudukan)**

Menurut Suhardjo (2003), ada beberapa faktor demografi yang mempengaruhi konsumsi pangan masyarakat, diantaranya adalah :

#### **1. Jumlah Anggota Keluarga**

Jumlah anggota keluarga akan menentukan jumlah dan pola konsumsi suatu produk atau jenis makanan tertentu. Keluarga dengan jumlah anggota yang lebih banyak akan membeli dan mengkonsumsi beras, daging, sayuran, buah-buahan, dan kacang-kacangan yang lebih banyak dibandingkan dengan keluarga yang memiliki anggota lebih sedikit.

#### **2. Usia**

Perbedaan usia juga akan mengakibatkan perbedaan selera dan kesukaan terhadap jenis makanan tertentu. Anak-anak akan memiliki selera yang berbeda dari orang dewasa, sehingga para ibu rumah tangga akan lebih banyak menyajikan makanan sesuai dengan selera anggota keluarga. Semakin banyak jenis yang harus dihidangkan, maka tingkat konsumsi suatu keluarga akan semakin tinggi.

#### **3. Pendidikan dan Pekerjaan**

Pendidikan dan pekerjaan adalah dua karakteristik konsumen yang saling berhubungan. Pendidikan akan menentukan jenis pekerjaan yang dilakukan oleh seorang konsumen. Beberapa profesi seperti dokter, pengacara, atau akuntan memerlukan syarat pendidikan formal agar bisa bekerja sebagai profesi tersebut.

Selanjutnya, profesi dan pekerjaan seseorang akan mempengaruhi pendapatan yang diterima. Pendapatan dan pendidikan tersebut kemudian akan mempengaruhi pola konsumsi seseorang.

### **(c) Faktor-faktor Nonekonomi**

Faktor-faktor non ekonomi yang paling berpengaruh terhadap besarnya konsumsi adalah faktor sosial budaya masyarakat. Misalnya berubahnya pola kebiasaan makan, perubahan etika dan tata nilai karena ingin meniru kelompok masyarakat lain yang dianggap lebih hebat. Contoh paling konkrit di Indonesia adalah berubahnya kebiasaan berbelanja dari pasar tradisional ke pasar swalayan. Begitu juga kebiasaan makan, dari makan masakan yang disediakan ibu di rumah menjadi kebiasaan makan di restoran atau pusat-pusat jajanan yang menyediakan makanan siap saji (*fast food*).

## **3. Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen yang tidak dapat secara langsung dikendalikan oleh perusahaan perlu dicari informasinya semaksimal mungkin. Banyak pengertian perilaku konsumen yang dikemukakan oleh para ahli, salah satunya yang didefinisikan oleh Sunarwan (2003), perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.

Pengertian lain mengenai perilaku konsumen menurut Blackwell, Engel, dan Miniard (1994), perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan yang langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk

proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Tindakan membeli terwujud pada pilihan-pilihan konsumen terhadap merek, jumlah produk, tempat, waktu, dan frekuensi pembelian.

Menurut Umar (2000), perilaku konsumen terbagi dua bagian, yang pertama adalah perilaku yang tampak, variabel-variabel yang termasuk kedalamnya adalah jumlah pembelian, waktu, karena siapa, dengan siapa, dan bagaimana konsumen melakukan pembelian. Kedua adalah perilaku yang tersembunyi, variabel-variabelnya antara lain persepsi, ingatan terhadap informasi, dan perasaan kepemilikan oleh konsumen. Perilaku konsumen sangat penting untuk dipelajari atau dianalisis, karena ada beberapa manfaat yang akan diperoleh. Menurut Loudon dan Bitte (1998), dengan menganalisis perilaku konsumen maka suatu perusahaan dapat :

- (1) Mengetahui peluang pasar yang ada. Perusahaan yang mengetahui apa sebenarnya yang diinginkan oleh konsumen akan dapat melihat bagian-bagian mana yang belum terpenuhi.
- (2) Dengan analisis konsumen, perusahaan dapat menentukan pasar sasaran (target pasar) yang akan dilayani. Perusahaan tidak dapat melayani dan memenuhi kegiatan konsumen.
- (3) Dengan analisis konsumen, perusahaan dapat menentukan strategi pemasaran yang akan dilakukan.

Menurut Anoraga (1997), perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor individual (internal). Faktor eksternal yang utama yaitu: (1) kebudayaan, setiap budaya terdiri dari sub budaya yang meliputi kebangsaan, agama, ras, dan daerah geografis, (2) faktor sosial yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peranan, dan status. Faktor eksternal yang utama yaitu: (1)



Faktor pribadi yang meliputi usia dan tingkat daur hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri, (2) faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

Menurut Blackwell, Engel, dan Miniard (1994), sikap individu kaitannya dengan produk dapat berarti sikap mendukung atau tidak mendukung. Sikap mendukung atau tidak mendukung individu terhadap suatu produk merupakan suatu sikap multi atribut. Sikap ini menggambarkan hubungan antara pengetahuan konsumen dan sikap terhadap produk yang berkenaan dengan ciri atau atribut produk.

Sebuah produk pada dasarnya adalah kumpulan dari atribut-atribut setiap produk, baik barang maupun jasa dapat dideskripsikan dengan menyebutkan atribut-atributnya. Menurut Kotler (1997), yang termasuk atribut paroduk yaitu mutu, ciri, dan model produk. Menurut Crawford (1991), atribut produk terdiri atas tiga tipe, yaitu ciri atau rupa (*features*), fungsi (*function*) dan manfaat (*benefits*).

Ciri dapat berupa ukuran, karakteristik estetis, servis atau jasa, penampilan, harga, susunan maupun *trademark*. Sementara manfaat dapat berupa kegunaan, kesenangan yang berhubungan dengan panca indra, manfaat non material seperti kesehatan dan penghematan misalnya waktu. Selain itu manfaat dapat pula berupa manfaat langsung dan tidak langsung. Atribut fungsi jarang digunakan dan sekarang diperlakukan sebagai ciri-ciri dan manfaat tergantung permasalahannya. Menurut Swastha (1984), dalam perilaku konsumen terdapat tiga hal pokok, yaitu:

(1) Proses pengambilan keputusan

Merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui berbagai rangsangan yang ada baik intern maupun ekstern.

(2) Kegiatan fisik

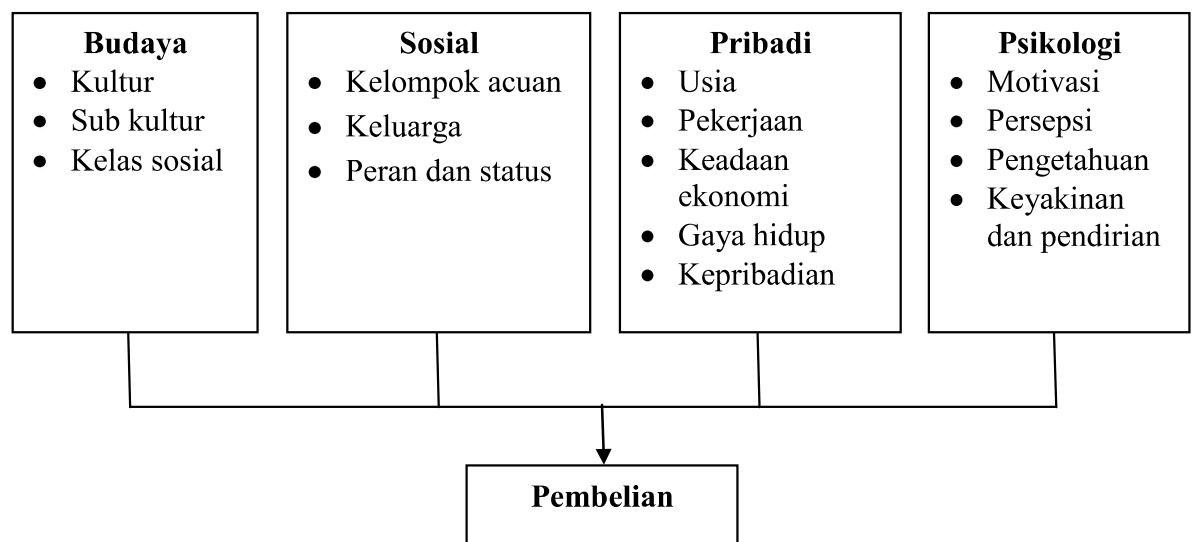
Merupakan kegiatan dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa ekonomi.

(3) Pengalaman

Yaitu suatu penilaian atau anggapan terhadap suatu produk yang diakibatkan oleh pengalaman mengkonsumsi produk tersebut di waktu lampau.

#### 4. Faktor Utama yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Proses keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor sehingga proses keputusan antara keputusan antar satu konsumen dengan konsumen lain berbeda. Menurut Kotler (1997), ada empat faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen. Perilaku konsumen (*buying behaviour*) sangat dipengaruhi oleh kebudayaan, sosial, pribadi, psikologi. Untuk jelasnya dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen.

### (1) Faktor Budaya

Budaya mengacu pada serangkaian nilai, gagasan, sikap, dan simbol lain yang bermakna melayani manusia untuk berkomunikasi, membuat tafsiran dan mengevaluasi sebagian anggota masyarakat (Blackwell, Engel, dan Miniardi, 1994).

Faktor-faktor budaya mempengaruhi pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap konsumen, faktor budaya ini dipengaruhi kultur, sub kultur, dan kelas sosial pembeli. Kultur atau kebudayaan adalah simbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia sebagai penentu dan pengatur tingkah laku manusia dalam masyarakat yang ada (Stanton, 1996). Setiap kultur terdiri dari sub-sub kultur yang lebih kecil memberikan identifikasi dan sosialisasi anggotanya yang lebih spesifik. Sub kultur mencakup kebangsaan, agama, ras, dan daerah geografis. Ini semua akan mempengaruhi tingkah laku konsumen dalam pembelian suatu produk.

Kelas sosial adalah pembagian di dalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagi nilai, minat dan perilaku, serta pembelian yang sama (Kotler, 1997). Kelas sosial menunjukkan preferensi produk dan pemilihan merek yang berbeda-beda dalam berbagai kategori produk tertentu. Ukuran-ukuran yang bisa dipakai untuk menggolongkan masyarakat ke dalam kelas sosial antara lain pendapatan, pendidikan, pekerjaan, kekayaan, dan variabel lainnya.

### (2) Faktor sosial

Faktor sosial atau lingkungan masyarakat sangat berperan dalam memberikan kontribusi pada perilaku konsumen terhadap produk atau jasa yang akan dibeli.

Faktor sosial secara garis besar terdiri dari kelompok acuan, keluarga, dan peran

status sosial. Kelompok acuan adalah kelompok-kelompok yang mempengaruhi pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Contoh kelompok acuan adalah keluarga, organisasi formal, dan perkumpulan olah raga. Pemimpin opini adalah orang yang dapat dipercaya, dianggap ‘pemberi pengaruh’ (*influential*) dan sebagai sumber informasi mengenai pemakaian produk (Kotler, 1997).

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah menjadi objek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh dalam menentukan keputusan untuk melakukan pembelian. Keluarga memainkan peranan yang terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku manusia. Ada dua macam keluarga pembelian yaitu keluarga sebagai sumber orientasi yang terdiri dari orang tua, dan keluarga sebagai keturunan, yaitu pasangan suami, istri, dan anak.

Seseorang berpartisipasi dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya, baik itu keluarga, klub, maupun organisasi. Posisi orang tersebut dalam kelompok dapat didefinisikan dalam istilah peran dan status. Peran dan status ini juga mempengaruhi dalam pemilihan produk dan jasa yang akan dibutuhkan.

### (3) Faktor pribadi

Keputusan seseorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu, usia pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep pembeli. Orang-orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya, mulai dari bayi hingga lanjut usia seperti sistem terhadap makanan, pakaian, perabot, dan rekreasi, hal ini dikarenakan

kebutuhan hidupnya berubah seiring dengan perubahan usianya.

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Pekerja kasar kebutuhan dan daya belinya tidak akan sama dengan pekerja kantoran, dan sebagainya. Pemasar harus berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa. Sebuah perusahaan bahkan dapat mengkhususkan produknya untuk kelompok pekerja tertentu.

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan seseorang. Keadaan ekonomi terdiri dari penghasilan yang dapat dibelanjakan tingkat, kestabilan, pola waktu), tabungan dan aktiva (persentase yang lancar/likuid), hutang kemampuan untuk meminjam, dan sikap atas belanja atau menabung. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas (menghabiskan waktu dan uang), minat dan pendapatan seseorang. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan dari seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya (Kotler, 1997).

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda. Kepribadian menunjukkan karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan ciri-ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kemampuan beradaptasi, dan sebagainya.

#### (4) Faktor psikologis

Keputusan seseorang untuk membeli juga dipengaruhi oleh motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan, dan pendirian. Motif adalah suatu kebutuhan yang cukup kuat mendesak untuk mengarahkan seseorang agar dapat mencari pemuasan

terhadap kebutuhan itu.

Persepsi adalah proses memilih, mengorganisasikan, menafsirkan masukan-masukan informasi oleh seseorang untuk menciptakan sebuah gambaran yang bermakna tentang dunia (Kotler, 1997). Pembelajaran menunjukkan perubahan dalam perilaku seseorang individu yang bersumber pada pengalaman. Keyakinan merupakan suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu. Pendirian menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan emosional, kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa objek atau gagasan.

## **5. Penelitian Terdahulu**

1. Hasil penelitian Kordiyana K. Rangga (2006) menunjukkan bahwa angka kecukupan gizi (energi, protein, Fe) mahasiswa sudah pada kriteria baik. angka vitamin A ditemukan sebagian besar angka mahasiswa berada pada kriteria buruk. Rata-rata konsumsi zat gizi mahasiswa dari makanan jananan adalah 629,82 kkal untuk zat gizi energi, 23,92 gram untuk zat gizi protein, 78,95 RE untuk zat gizi vitamin A, dan 10,07 untuk zat gizi Fe (zat besi).
2. Hasil penelitian Fisia (2004) menunjukkan bahwa pengeluaran nonpangan rumah tangga petani di Kecamatan Pesisir Tengah Krui lebih besar dari pada pengeluaran pangan, hal ini berarti semakin tinggi pendapatan biasanya semakin berkurang persentase yang dibelanjakan untuk kebutuhan pangan. Tingkat pendapatan mempengaruhi pola pengeluaran

dalam rumah tangga antara lain mempengaruhi pengeluaran untuk konsumsi pangan anggota keluarga.

3. Hasil penelitian Irdawati (2007) menunjukkan bahwa NKRG rumah tangga di Kelurahan Way Kandis sudah baik, tetapi TKE dan TKP belum baik, berarti konsumsi pangan sumber energi dan protein rumah tangga di Kelurahan Way Kandis masih kurang.
4. Perbedaan antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian lain adalah penelitian terdahulu hanya mengkaji tentang konsumsi jajanan mahasiswa, sedangkan dalam penelitian ini membahas pola konsumsi pangan mahasiswa secara keseluruhan.

## **B. Kerangka Pemikiran**

Pangan merupakan sumber makanan yang mengandung gizi lengkap dan sehat. Unsur gizi dan pangan merupakan salah satu determinan kualitas sumberdaya manusia yang sangat penting. Generasi muda dan calon-calon sumberdaya manusia yang berkualitas di masa yang akan datang, mahasiswa memiliki peranan sentral dalam melanjutkan dan mencapai sasaran pembangunan, sehingga perlu mendapat perhatian ekstra dalam konsumsi makanannya. Asupan gizi yang sehat dan seimbang sangatlah diperlukan untuk dapat menunjang berbagai kegiatan perkuliahan dan serta aktifitas-aktifitas lainnya.

Menurut Randal (1982), ada tiga faktor yang mempengaruhi konsumsi pangan yaitu karakteristik individu, karakteristik makanan, dan karakteristik lingkungan. Karakteristik individu meliputi umur jenis kelamin, pendapatan, pengetahuan gizi (pendidikan), keterampilan memasak, dan pengetahuan menyiapkan makanan,

bumbu yang dipakai, dan kombinasi makanan, sedangkan karakteristik lingkungan meliputi musim, lokasi geografis, mobilisasi urbanisasi penduduk, jumlah keluarga, dan tingkat sosial masyarakat.

Dalam penelitian ini tidak seluruh faktor dari masing-masing karakteristik tersebut dipilih sebagai variabel, faktor-faktor yang berpengaruh terhadap konsumsi pangan mahasiswa Fakultas Pertanian Unila yang diteliti disesuaikan dengan kondisi yang ada yaitu pengeluaran pangan, jumlah anggota keluarga, jenis kelamin, pengetahuan gizi dan kesehatan.

Berg dan Muscat (1987) berpendapat bahwa pendapatan merupakan salah satu hal yang paling menentukan dalam hal pengambilan keputusan di bidang pangan baik dalam hal kualitas maupun kuantitas. Semakin tinggi pendapatan maka pangan yang dikonsumsi akan semakin meningkat jumlah maupun kualitasnya. Pendapat tersebut sama dengan pendapat Harper, dkk (1986) yang menyatakan bahwa pada umumnya jika tingkat pendapatan naik, maka jumlah dan jenis makanan cenderung akan membaik pula.

Pola konsumsi dapat diukur dengan rata – rata pengeluaran konsumsi yang dapat melihat jumlah pengeluaran konsumsi baik pangan maupun non pangan terhadap jumlah total pengeluaran seseorang. Pergeseran pola pengeluaran dari pangan ke non pangan terjadi karena elastisitas permintaan terhadap pangan pada umumnya rendah, sebaliknya permintaan terhadap barang non pangan pada umumnya tinggi. Keadaan ini terlihat jelas pada kelompok penduduk yang tingkat konsumsi pangannya mencukupi maksimal, sehingga peningkatan pendapatan akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan barang non pangan, ditabung, ataupun investasi (Kuncoro, 2007).

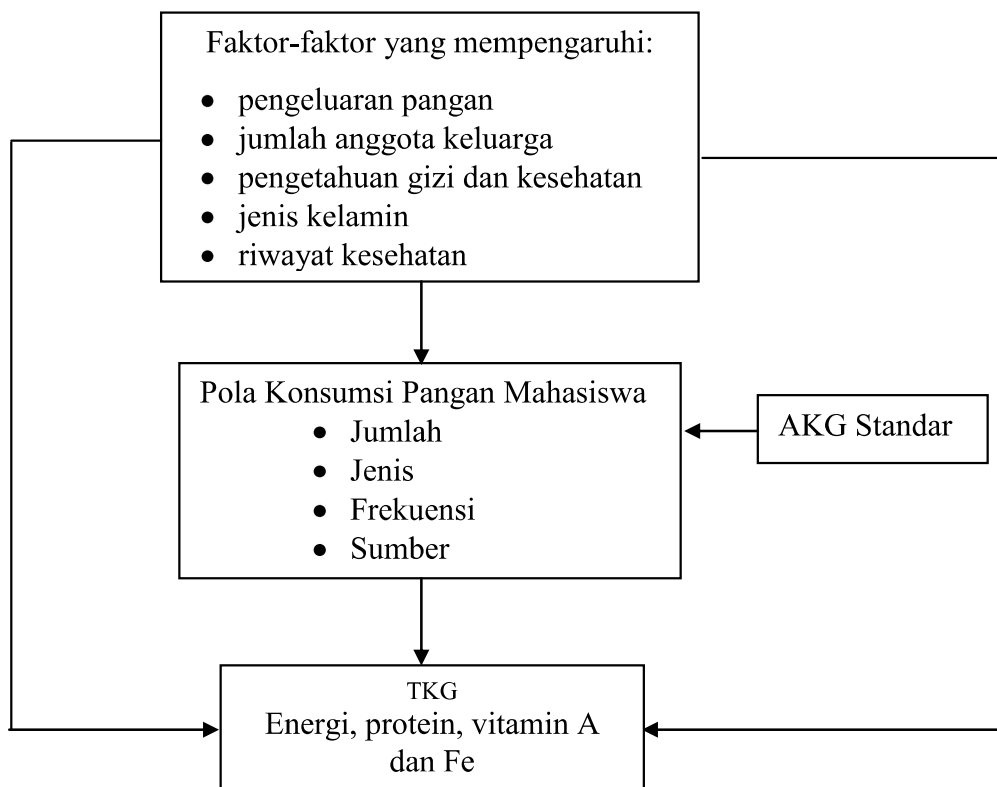


Tingkat pengetahuan (pendidikan) tentang gizi dan kesehatan juga berperan dalam perilaku konsumsi pangan. Menurut Suhardjo (1988) individu yang memiliki tingkat pendidikan/pengetahuan gizi lebih tinggi akan memilih dan mengkonsumsi pangan yang lebih baik mutu gizinya.

Faktor sosial budaya (akseptabilitas makanan atau pantangan, distribusi makanan dalam keluarga, dan lain-lain), dan faktor demografi (jenis kelamin, usia, jumlah anggota keluarga, pendidikan formal dan lingkungan) akan mempengaruhi pola konsumsi pangan seseorang Suhardjo (2003).

Kecukupan zat gizi mahasiswa tergantung pada apa yang dalam kenyataannya dia makan. Hal ini berkaitan dengan konsumsi pangan sehari-hari mahasiswa.

Analisis konsumsi pangan yang akan dikaji dalam penelitian ini merupakan bagian dari pola konsumsi pangan antara lain terdiri dari jumlah pangan yang dikonsumsi, jenis pangan yang dikonsumsi, frekuensi mengkonsumsi, dan sumber pangan. Bersarnya konsumsi pangan oleh mahasiswa akan berkontribusi pada pemenuhan kebutuhan zat gizi sesuai dengan Angka Kecukupan Gizi (AKG) yang dianjurkan bagi setiap mahasiswa Fakultas Pertanian UNILA. Selanjutnya kerangka pemikiran dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka pemikiran analisis pola konsumsi pangan pada mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Lampung.

### C. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Diduga faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi pangan mahasiswa Fakultas Pertanian Unila adalah pengeluaran pangan, jumlah anggota keluarga, jenis kelamin, serta pengetahuan gizi dan kesehatan,