

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

### **A. Tinjauan Pustaka**

#### **1. Karakteristik dan Proses Pembuatan Tiwul**

Tiwul adalah salah satu jenis pangan olahan dari ubi kayu. Tiwul merupakan makanan tradisional yang menjadi makanan pokok alternatif pengganti nasi beras. Berbeda dengan nasi putih atau beras yang berasal dari padi, tiwul memiliki ciri tersendiri, sedikit menggumpal dan berwarna kekuningan, kecoklatan, kehitaman, bahkan ada yang berbentuk putih menyerupai beras dengan aroma yang kuat. Tiwul yang biasa dijumpai yaitu berbentuk seperti butiran-butiran beras berwarna coklat kehitaman.

Ubi kayu yang akan diolah tentunya bukan merupakan jenis ubi kayu yang beracun, tetapi ubi kayu manis. Sebelum diolah menjadi tiwul, daging ubi kayu diolah terlebih dahulu menjadi gaplek. Warna kuning kecoklatan pada tiwul diperoleh dari hasil proses pengeringan ubi kayu menjadi gaplek yang kemudian diolah menjadi tiwul (Rachawati, 2010). Warna yang dihasilkan pada tiwul bergantung dari proses pengeringan. Semakin tinggi intensitas

cahaya matahari saat proses pengeringan gaplek, maka warna yang dihasilkan akan berwarna kuning kecoklatan.

Pembuatan tiwul cukup memakan waktu lama dan membutuhkan cahaya matahari yang cukup pada saat proses pengeringan. Tiwul biasanya dibuat pada musim kemarau karena pada musim tersebut intensitas cahaya matahari relatif tinggi. Proses pembuatan tiwul pada umumnya melalui beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut.

a. Pengupasan dan pencucian

Ubi kayu dikupas secara manual menggunakan pisau. Ubi kayu yang akan diolah sebaiknya masih segar sehingga kulit ubi kayu tidak dalam keadaan layu dan sulit untuk dikupas secara manual menggunakan pisau. Pada kondisi masih segar biasanya kulit ubi kayu cukup dikelupas sehingga tidak perlu menggunakan pisau untuk memisahkan daging ubi kayu dari kulitnya. Setelah itu, daging ubi kayu dicuci hingga bersih.

b. Pengirisan dalam bentuk *chips*

Pengirisan daging ubi kayu yang sudah bersih dilakukan menggunakan golok. Pengirisan dilakukan dengan cara memotong atau mencacah ubi kayu menjadi ukuran yang lebih kecil. Pencacahan ubi kayu menggunakan mesin potong akan menghasilkan potongan *chips* yang seragam dan lebih praktis. Pengirisan dilakukan agar proses pengeringan menjadi lebih cepat kering.

c. Perendaman dan penirisan

Ubi kayu yang sudah diiris dan dibentuk menjadi *chips* direndam selama dua hingga tiga hari. Perendaman dilakukan agar tekstur ubi kayu menjadi lunak sehingga memudahkan dalam proses pembuatan tiwul. Air rendaman juga harus selalu diganti agar gaplek tidak bau. Gaplek yang sudah direndam kemudian ditiriskan untuk mengurangi kadar air yang terkandung pada ubi kayu.

d. Pengeringan

Pengeringan dilakukan untuk mengurangi kadar air pada ubi kayu dengan cara penjemuran langsung di bawah cahaya matahari atau menggunakan mesin pengering. Pengeringan bertujuan mengurangi kadar air umbi yang dapat menyebabkan fermentasi dan pembusukan. Alat bantu yang digunakan saat proses pengeringan, yaitu sekop pengumpul, garu penyebar, dan garu kayu pembalik (Direktorat Bina Usaha Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, 2003).

e. Penggilingan dan Pembentukan butiran

Gaplek *chips* yang sudah dikeringkan kemudian digiling. Setelah digiling halus, tepung gaplek diberi tambahan air dan dibentuk menjadi butiran-butiran menyerupai beras. Jika dianggap terlalu lembek, maka dapat ditambahkan tepung agar tekstur lebih kenyal dan lebih mudah dibentuk. Proses pembentukan butiran dilakukan secara manual dengan cara mengayak tepung gaplek menggunakan ayakan yang berlubang atau dapat

menggunakan alat tradisional berupa tampah dan alat moderen seperti mesin granul. Namun, pembentukan butiran tiwul dengan cara manual lebih sering digunakan karena butiran tiwul yang dihasilkan lebih berukuran kecil dibandingkan dengan pembentukan tiwul menggunakan alat moderen. Selain itu, pembentukan tiwul secara manual juga dinilai lebih efisien biaya karena tidak menggunakan bahan bakar.

f. Pengeringan Lanjutan

Butiran-butiran tiwul yang dihasilkan kemudian dikeringkan untuk mengurangi kadar air sehingga tidak terjadi serangan jamur atau cendawan pada tiwul. Pengurangan kadar air dilakukan dengan cara penjemuran di bawah cahaya matahari atau menggunakan mesin pengering. Pengeringan ke dua yang dilakukan pada tahap ini tidak memerlukan waktu lama hanya sekitar 2-3 jam.

g. Pengukusan dan pendinginan

Butiran yang telah setengah kering kemudian dikukus hingga matang hingga berubah warna menjadi kuning kecoklatan. Setelah pengukusan, butiran-butiran akan menggumpal. Gumpalan tiwul tersebut didinginkan terlebih dahulu agar dapat dibentuk menjadi butiran-butiran kembali. Setelah proses pengukusan dan pendinginan tiwul siap untuk disajikan dan dikonsumsi.

Pada umumnya, tiwul memiliki tekstur yang lebih kenyal dan lengket dibandingkan dengan nasi. Walaupun berbentuk seperti butiran nasi, namun cita rasa khas dari ubi kayu itu sendiri masih terasa saat dikonsumsi. Tiwul biasanya dijadikan makanan pokok dengan mencampurkannya dengan nasi beras ataupun dikonsumsi dalam bentuk tiwul saja tanpa campuran nasi beras, bahkan beberapa rumah makan menyediakan tiwul yang digoreng sehingga memiliki cita rasa yang sama dengan nasi goreng pada umumnya. Sama seperti konsumsi nasi, tiwul atau nasi tiwul biasa dikonsumsi dengan lauk pauk atau jenis pangan pendamping lain. Hal tersebut akan menambah nilai kandungan gizi pada saat dikonsumsi. Cara penyajian tiwul pun sama seperti nasi, yaitu dikukus selama 15 hingga 20 menit (Rachmawati, 2010). Tiwul biasanya dijual rata-rata seharga Rp 5.000,00 per porsi/piring. Namun, di beberapa rumah makan tertentu tiwul atau nasi tiwul disediakan secara prasmanan sehingga harga yang diberikan oleh penjual bergantung pada sedikit banyaknya tiwul dan lauk yang dimakan.

## **2. Preferensi Konsumen**

Menurut Simamora (2003) preferensi berasal dari kata *prefer* yang berarti kecenderungan atau kesukaan seseorang dalam memilih sesuatu. Setiap orang memiliki derajat kesukaan terhadap sesuatu yang berbeda-beda yang disebut dengan preferensi. Preferensi merupakan sesuatu yang diamati, suatu pilihan utama, dan merupakan kebutuhan prioritas bagi konsumen (Wartaka, 2004).

Menurut Sanjur (1982) preferensi menggambarkan kesukaan seseorang yang dipengaruhi oleh karakteristik individu, karakteristik produk, dan karakteristik lingkungan. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada (Kotler, 1992). Dengan kata lain, untuk memilih produk mana yang akan dipilih dan dikonsumsi oleh konsumen, maka konsumen perlu adanya alternatif pilihan sehingga dapat membandingkan produk mana yang lebih disukai oleh konsumen tersebut.

Preferensi konsumen menggambarkan tindakan yang sesuai dengan selera pribadinya. Sikap seseorang terhadap makanan, suka atau tidak suka, berpengaruh terhadap konsumsi pangan orang tersebut. Pada dasarnya preferensi seseorang terhadap makanan bergantung pada karakteristik individu itu sendiri, karakteristik lingkungan tempat individu tersebut tinggal, dan karakteristik eksternal dan internal yang melekat pada makanan. Preferensi atau kesukaan seseorang terhadap makanan tidak hanya bergantung pada pengaruh sosial dan budaya, namun juga pada sifat fisik pangan, seperti warna, bentuk, dan rasa (Indriani, 2007). Menurut Drewnowski (1997) sensoris merespon pada rasa, aroma, dan tekstur makanan membantu untuk menentukan preferensi pangan dan kebiasaan makan seseorang. Selain rasa dan aroma, penampilan cara memasak dan ketidaknyamanan yang terjadi ketika seseorang mengonsumsi makanan juga menyebabkan seseorang menjadi suka atau tidak suka seseorang terhadap makanan tersebut (Sachiko, 2002 dalam Yusty, 2013).

Kondisi individu pada saat disajikan makanan juga dapat mempengaruhi tingkat kesukaan seseorang terhadap makanan, seperti seberapa lapar orang tersebut, *mood* pada saat itu, dan waktu terakhir sejak seseorang terakhir mengonsumsi makanan tersebut. Umur dan jenis kelamin juga dapat mempengaruhi preferensi seseorang terhadap makanan. Preferensi terhadap makanan bersifat elastis pada orang yang berusia muda, akan tetapi cenderung bersifat permanen bagi mereka yang berumur tua dan akhirnya menjadi kebiasaan ataupun gaya hidup. Oleh karena itu, kebutuhan kalori pria akan lebih banyak dibandingkan wanita, sehingga laki-laki mengonsumsi lebih banyak makanan. Selain itu, banyak wanita yang sangat memperhatikan citra tubuhnya sehingga banyak dari mereka yang menunda makan bahkan mengurangi porsi makan sesuai kebutuhannya agar memiliki porsi tubuh yang ideal.

Suku dan tingkat pendidikan seseorang memiliki kaitan dengan preferensi seseorang terhadap makanan yang dikonsumsi. Setiap suku memiliki adat istiadat dan makanan khas sehingga makanan tersebut menjadi suatu makanan yang terbiasa dikonsumsi oleh masyarakat suku tersebut dan melekat pada indera pengecap, contohnya pada masyarakat suku Jawa cenderung lebih menyukai makanan dengan rasa manis dan masyarakat suku Padang cenderung lebih menyukai makanan dengan rasa pedas. Setiap masyarakat mengembangkan cara untuk mencari, memilih, menangani, menyiapkan, dan memakan makanan secara turun menurun. Tingkat pendidikan mempengaruhi

pengetahuan gizi seseorang terhadap makanan. Orang yang berpendidikan tinggi cenderung memilih makanan yang bernilai gizi tinggi. Seseorang yang lebih mementingkan nilai gizi pada makanan atau alasan status kesehatan akan tetap memilih makanan yang memiliki kandungan gizi baik walaupun orang itu tidak begitu menyukai makanan tersebut sehingga dapat dikatakan bahwa preferensi seseorang terhadap makanan juga dipengaruhi oleh pengetahuan gizi dan status kesehatan. Pengetahuan gizi dan kesehatan yang dimiliki seseorang akan mempengaruhi konsumsi pangan orang tersebut (Khomsan, 2000).

Menurut Suhardjo (1989) sosial budaya mempengaruhi pemenuhan selera atau tidak selera seseorang terhadap makanan. Pilihan jenis makanan dan minuman dalam jumlah yang beragam, pada akhirnya akan mempengaruhi preferensi individu terhadap makanan dan minuman (Sanjur, 1982).

Selanjutnya Sanjur mengatakan bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen, yaitu sebagai berikut.

- a. Karakteristik individu meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, dan pengetahuan gizi.
- b. Karakteristik produk meliputi rasa, aroma, kemasan, dan tekstur.
- c. Karakteristik lingkungan meliputi jumlah keluarga, tingkat sosial, musim, dan mobilitas.



Menurut Simamora (2004) preferensi dapat terbentuk melalui tahap pola pikir konsumen yang didasari oleh dua hal, yaitu:

a. Pengalaman yang diperoleh sebelumnya

Apabila konsumen merasakan kepuasan dan kecocokan dalam membeli suatu produk, maka konsumen akan terus menerus memakai produk tersebut sehingga konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut.

b. Kepercayaan turun temurun

Dikarenakan kesetiaan menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut, konsumen dapat merasakan manfaat dalam pemakaian produk tersebut, sehingga konsumen merasakan kepuasan dan manfaat dalam membeli dan mengonsumsi produk tersebut.

Preferensi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tingkat kesukaan seseorang terhadap berbagai atribut yang melekat pada tiwul. Berdasarkan hasil penelitian Hendaris (2013) atribut yang paling diinginkan konsumen dalam mengonsumsi beras siger oleh rumah tangga di Desa Pancasila Kabupaten Lampung Selatan adalah harga murah ( $\leq$  Rp7.000,00/kg), warna coklat tua, kenyal, aroma tidak kuat. Selain itu, hasil penelitian Rochaeni (2013) menyatakan bahwa kemudahan memperoleh juga menjadi pertimbangan seseorang dalam mengonsumsi buah impor dibandingkan dengan buah lokal, sedangkan hasil penelitian Resmawati (2013) menunjukkan bahwa rasa merupakan atribut terpenting yang menjadi preferensi konsumen dalam mengonsumsi produk susu. Oleh karena itu, dalam penelitian ini atribut-atribut

yang akan diteliti meliputi harga, rasa, warna, aroma, tekstur, dan cara memperoleh.

Preferensi seseorang terhadap sesuatu akan menjadi salah satu faktor yang menentukan perilaku mengonsumsi seseorang. Tindakan yang memiliki keterlibatan langsung dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa disebut perilaku konsumen (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994). Proses pengambilan keputusan termasuk dalam tindakan yang mendahului dan mengikuti perilaku tersebut. Perilaku konsumen (*consumer behavior*) oleh Schiffman dan Kanuk (2004) didefinisikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dengan harapan bahwa perilaku tersebut akan memuaskan kebutuhan hidup konsumen. Semua kegiatan, tindakan, proses psikologis yang mendorong tindakan pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa, kegiatan mengevaluasi disebut juga perilaku konsumen (Sumarwan, 2002). Berdasarkan beberapa definisi mengenai perilaku konsumen tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan konsumen dalam mendapatkan dan menghabiskan nilai guna suatu produk barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan dan mencapai kepuasan.

Perilaku konsumen adalah dinamis. Itu berarti bahwa perilaku seseorang konsumen, grup konsumen, ataupun masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Salah satu implikasi dari perilaku konsumen yang

bersifat dinamis tersebut adalah bahwa generalisasi perilaku konsumen biasanya terbatas untuk jangka waktu tertentu, produk, dan grup tertentu (Setiadi, 2003). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi konsumen itu sendiri. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar. Menurut Setiadi (2003), faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut.

a. Faktor kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Setiap kebudayaan terdiri dari sub budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Sub budaya dapat dibedakan menjadi empat jenis, yaitu : (a) kelompok nasionalisme; (b) kelompok keagamaan; (c) kelompok ras; (d) area geografis. Selain itu, kelas sosial juga merupakan faktor yang tercakup dalam kebudayaan yang ikut berperan dalam menentukan perilaku konsumen dalam keputusan pembelian. Kelas sosial adalah kelompok-kelompok yang *relative homogeny* dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku serupa.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah kelompok referensi, keluarga, peran, dan status. Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang memiliki pengaruh langsung maupun tidak

langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok referensi tersebut digolongkan menjadi tiga kelompok, yaitu (1) kelompok primer, seperti keluarga, teman, tetangga, dan teman sejawat; (2) kelompok sekunder atau kelompok aspirasi, yaitu kelompok yang seseorang ingin menjadi anggotanya; (3) kelompok diasosiatif, yaitu kelompok yang nilai atau perilakunya tidak disukai oleh individu. Orang pada umumnya sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi mereka pada tiga cara. Pertama, kelompok referensi memperlihatkan pada seseorang perilaku dan gaya hidup baru. Ke dua, kelompok referensi mempengaruhi konsep jati diri dan sikap seseorang karena umumnya orang tersebut ingin menyesuaikan diri. Ke tiga, kelompok referensi menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri dan dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.

c. Faktor pribadi

Faktor-faktor pribadi yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah umur, tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian. Keadaan ekonomi seseorang yang mempengaruhi perilaku mengonsumsi terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk presentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung. Menurut Engel, dkk (1994), keadaan ekonomi mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk dan merek. Konsumen akan mempertimbangkannya dengan jumlah sumber

daya ekonomi yang mereka miliki sekarang atau pada masa datang untuk keputusan pembelian. Sumber daya ekonomi tersebut dapat berupa pendapatan atau kekayaan. Pengeluaran konsumen bergantung pada perubahan pendapatannya.

Gaya hidup juga memiliki peran dalam menentukan perilaku seseorang terhadap kegiatan mengonsumsinya. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup mencerminkan kelas sosial seseorang. Sedangkan kepribadian merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen. Kepribadian adalah karakteristik yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Menurut Engel, dkk (1994) kepribadian seseorang dapat digambarkan melalui pengetahuannya. Pengetahuan dalam hal ini adalah apa yang sudah diketahui oleh konsumen, sehingga merupakan faktor penentu utama dalam perilaku konsumen. Pengetahuan konsumen dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu pengetahuan harga, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian.

#### d. Faktor psikologis

Faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan, dan sikap. Kebutuhan yang mendesak sehingga mengarahkan seseorang untuk mencari kepuasan dari kebutuhan tersebut disebut motivasi. Menurut Prasetijo dan Ihalaw (2005), motivasi

adalah daya dorong bagi konsumen untuk berperilaku kepada tujuan tertentu. Motivasi membawa konsumen untuk terlibat dalam proses perilaku beli, terutama dalam proses mencari dan mengevaluasi. Setiadi (2003) mendefinisikan bahwa persepsi adalah proses seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Orang dapat membentuk berbagai macam persepsi yang berbeda dari rangsangan yang sama. Faktor-faktor persepsi meliputi perhatian yang selektif, gangguan yang selektif, dan mengingat kembali yang selektif. Setiap orang memiliki persepsi berbeda dalam melihat berbagai produk. Dengan adanya persepsi, seseorang dapat memilih dan menentukan barang-barang yang baik bagi dirinya.

Setiadi (2003) mengemukakan bahwa proses belajar menyebabkan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Pembelajaran adalah suatu proses, yang selalu berkembang dan berubah sebagai hasil dari informasi terbaru yang diterima (mungkin didapatkan dari membaca, diskusi, observasi, berpikir) atau dari pengalaman sesungguhnya, baik informasi terbaru yang diterima maupun pengalaman pribadi bertindak sebagai *feedback* bagi individu dan menyediakan dasar bagi perilaku masa depan dalam situasi yang sama (Schiffman dan Kanuk, 2004). Pembelajaran seseorang dihasilkan melalui dorongan, rangsangan, isyarat, tanggapan dan penguatan. Melalui tindakan dan proses belajar, orang akan mendapatkan kepercayaan dan sikap yang kemudian mempengaruhi perilaku membeli.

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu. Kepercayaan atau *beliefs* dapat didasarkan pada pengetahuan asli, opini, dan iman (Kotler dan Amstrong, 2006). Kepercayaan dapat berupa pengetahuan, pendapat atau sekadar percaya.

### **3. Pola Konsumsi Pangan dan Angka Kecukupan Gizi (AKG)**

Pangan merupakan komoditas yang penting dan strategis mengingat bahwa pemenuhan atas pangan adalah hak asasi manusia. Pangan adalah bahan-bahan yang dimakan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan bagi pemeliharaan, pertumbuhan, kerja, dan penggantian jaringan tubuh yang rusak. Pangan diperlukan oleh tubuh karena fungsinya sebagai triguna makanan, yaitu sebagai sumber tenaga, zat pengatur, dan zat pembangun. Pangan dikenal sebagai pangan pokok yang dimakan secara teratur oleh suatu kelompok penduduk dalam jumlah cukup besar untuk menyediakan bagian terbesar dari konsumsi energi total yang dihasilkan oleh makanan. Jenis-jenis pangan yang dikonsumsi penduduk pada suatu daerah biasanya tidak jauh dari jenis-jenis pangan yang dapat diproduksi atau ditanaman di daerah tersebut (Indriani, 2007). Suatu makanan terdiri dari sejumlah makanan padat dan cair yang dikonsumsi seseorang atau sekelompok penduduk (Harper, dkk, 2006).

Pola konsumsi pangan adalah susunan makanan yang mencakup jenis dan jumlah bahan makanan rata-rata per orang per hari yang umum dikonsumsi pada jangka waktu tertentu (Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan, 2005).

Secara kualitatif pola konsumsi pangan dapat dilihat dari apa yang dikonsumsi dan secara kuantitatif meliputi jumlah, jenis dan frekuensi yang dikonsumsi. Jumlah adalah banyaknya makanan yang dikonsumsi dalam satuan tertentu. Frekuensi adalah seberapa sering seseorang mengonsumsi suatu jenis makanan dalam waktu tertentu. Pola makan merupakan berbagai informasi yang memberi gambaran mengenai macam dan jumlah bahan makanan yang dimakan tiap hari oleh seseorang dan merupakan ciri khas untuk suatu kelompok masyarakat tertentu (Santosa dan Ranti, 2004). Konsumsi pangan dapat membentuk suatu pola konsumsi pangan karena adanya tindakan mengonsumsi secara rutin atau terus menerus dalam kurun waktu tertentu sehingga membentuk kebiasaan makan.

Berdasarkan hasil penelitian Hendaris (2013) pola konsumsi pangan seseorang juga dapat dilihat dari cara memperoleh, cara mengolah, cara mengonsumsi, dan alasan seseorang mengonsumsi pangan tersebut. Seseorang dapat memperoleh pangan karena membeli atau membuat sendiri. Sedangkan cara mengolah pangan dikategorikan atas mengolah sendiri atau menggunakan jasa pabrik. Cara seseorang mengonsumsi pangan berbeda-beda bergantung preferensi orang tersebut. Cara konsumsi seseorang dapat dilihat dari konsumsi seseorang terhadap jenis pangan tersebut, dicampur atau murni jenis pangan tersebut saja yang dikonsumsi. Alasan seseorang mengonsumsi pangan dapat dikategorikan sebagai kebiasaan, kesehatan, atau kesukaan seseorang terhadap suatu jenis pangan tertentu.



Pola makan disebut juga kebiasaan makan. Menurut Harper, dkk (2006) pola makan adalah cara yang ditempuh seseorang atau kelompok untuk memilih makanan dan mengonsumsinya sebagai reaksi terhadap pengaruh fisiologis, psikologis, budaya, dan sosial. Sodioetama (1996) berpendapat bahwa konsumsi pangan merupakan banyaknya atau jumlah pangan, secara tunggal maupun beragam, yang dikonsumsi seseorang atau sekelompok orang yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan fisiologis, psikologis dan sosiologis. Tujuan fisiologis adalah upaya untuk memenuhi keinginan makan (rasa lapar) atau untuk memperoleh zat-zat gizi yang diperlukan tubuh. Tujuan psikologis adalah untuk memenuhi kepuasan emosional atau selera, sedangkan tujuan sosiologis adalah untuk memelihara hubungan manusia dalam keluarga dan masyarakat. Perilaku konsumsi pangan merupakan perwujudan dari kebiasaan makan yang tumbuh berkembang dalam proses sosialisasi keluarga dan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang sedikit banyaknya memberi pengaruh (Baliwati, 2004).

Pola sosial yang berkembang dari adat istiadat setempat dapat mempengaruhi cara makan seseorang. Pola sosial merupakan suatu tatanan atau pola mengenai keadaan kehidupan masyarakat. Budaya merupakan cara hidup manusia yang mengajarkan bagaimana seseorang bertingkah laku dalam memenuhi kebutuhan dasar biologisnya. Menurut Suhardjo (1989) pola sosial dan budaya menentukan cara makan seseorang dalam hal:

- a. apa yang akan digunakan sebagai makanan

- b. dalam keadaan yang bagaimana makanan disajikan
- c. siapa yang menyiapkan makanan, siapa yang menyajikan makanan dan prioritas anggota keluarga tertentu dalam pola pembagian makanan
- d. hubungan antara besarnya keluarga dan umur anggota keluarga dengan pola pangan dan status gizi
- e. larangan keagamaan yang berhubungan dengan konsumsi pangan
- f. kapan seseorang boleh atau tidak boleh memakannya
- g. apa saja yang dianggap tabu, dan sebagainya

Konsumsi pangan merupakan faktor utama untuk memenuhi kebutuhan gizi seseorang. Menurut Sedioetama (1996) untuk tingkat konsumsi, pemenuhan gizi lebih banyak ditentukan oleh kualitas dan kuantitas pangan yang dikonsumsi. Kualitas pangan mencerminkan adanya zat gizi yang dibutuhkan oleh tubuh yang terdapat dalam bahan pangan, sedangkan kuantitas pangan mencerminkan jumlah setiap gizi dalam suatu bahan pangan. Jika unsur kualitas dan kuantitas dapat terpenuhi, maka status gizi baik akan tercapai.

Kecukupan gizi setiap individu pasti berbeda. Menurut Hardinsyah dan Tampubolon (2004) kecukupan gizi adalah rata-rata asupan gizi harian yang cukup untuk memenuhi kebutuhan gizi bagi hampir semua (97,5 persen) orang sehat dalam kelompok umur, jenis kelamin, dan fisiologis tertentu. Menurut Almtsier (2009) Angka Kecukupan Gizi yang dianjurkan (AKG) adalah taraf konsumsi zat-zat gizi esensial yang berdasarkan pengetahuan ilmiah dinilai cukup untuk memenuhi kebutuhan hampir semua orang sehat.

Angka kecukupan gizi adalah banyaknya zat-zat gizi minimal yang dibutuhkan seseorang untuk mempertahankan status gizi adekuat. AKG yang dianjurkan didasarkan pada patokan berat badan untuk masing-masing kelompok umur, jenis kelamin, aktivitas fisik, dan kondisi fisiologis tertentu seperti kehamilan dan menyusui. Dalam penggunaannya, bila kelompok penduduk yang dihadapi mempunyai rata-rata berat badan yang berbeda dengan patokan yang digunakan, maka perlu dilakukan penyesuaian. Bila berat badan kelompok penduduk tersebut dinilai terlalu kurus, AKG dihitung berdasarkan berat badan idealnya. AKG yang dianjurkan tidak digunakan untuk perorangan (Almatsier, 2009). Kecukupan energi dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu umur, jenis kelamin, ukuran tubuh, status fisiologis, kegiatan, efek termik, iklim dan adaptasi (Hardinsyah dan Tambupolon, 2004).

Pangan seharusnya dikonsumsi secara beragam, bergizi, dan berimbang sesuai dengan Pola Pangan Harapan (PPH) guna mencapai status gizi baik. Dengan demikian, diharapkan konsumsi pangan yang beraneka ragam dapat memperbaiki mutu gizi makanan seseorang. Kebutuhan pangan hanya dibutuhkan secukupnya sesuai dengan proporsinya masing-masing. Kelebihan atau kekurangan pangan akan menimbulkan masalah gizi dan penyakit sehingga berbagai macam zat gizi yang dikonsumsi harus dapat memenuhi kebutuhan berbagai zat gizi yang dibutuhkan tubuh dalam jumlah yang tepat.

Pola pangan harapan (PPH) adalah susunan beragam pangan atau kelompok pangan yang didasarkan atas sumbangan energinya, baik secara *absolute* maupun *relative* terhadap total energi baik dalam hal ketersediaan maupun konsumsi pangan, yang mampu mencukupi kebutuhan dengan mempertimbangkan aspek-aspek sosial, ekonomi, budaya, agama, cita rasa (Depkes RI, 2005). Menurut Bappenas (2011) pola pangan harapan adalah susunan jumlah pangan menurut 9 (sembilan) kelompok pangan yang didasarkan pada kontribusi energi yang memenuhi kebutuhan gizi secara kuantitas, kualitas maupun keragaman dengan mempertimbangkan aspek sosial, ekonomi, budaya, agama, dan cita rasa.

Pola pangan harapan mencerminkan susunan konsumsi pangan anjuran untuk hidup sehat, aktif, dan produktif. Dengan pendekatan PPH, maka mutu pangan berdasarkan skor pangan dari 9 bahan pangan dapat dinilai. Semakin tinggi skor PPH, maka konsumsi pangan semakin beragam dan berimbang. Pangan yang dikonsumsi secara beragam dalam jumlah cukup dan seimbang akan mampu memenuhi kebutuhan gizi yang diperlukan oleh tubuh. Rata-rata kecukupan energi dan protein per kapita per hari adalah 2.000 kkal dan 52 gram pada tingkat konsumsi dan 2.200 kkal dan 57 gram pada tingkat persediaan (LIPI, 2004). Susunan pola pangan harapan (PPH) dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Susunan Pola Pangan Harapan (PPH) Standar

No.	Kelompok Pangan	Energi (kkal/kap/hari)	% AKG	Bobot	Skor PPH
1.	Padi-padian	1.000	50,0	0,5	25,0
2.	Umbi-umbian	120	6,0	0,5	2,5
3.	Hewani	240	12,0	2,0	24,0
4.	Minyak dan lemak	200	10,0	0,5	5,0
5.	Buah dan biji berminyak	60	3,0	0,5	1,0
6.	Kacang-kacangan	100	5,0	2,0	10,0
7.	Gula	100	5,0	0,5	2,5
8.	Sayur dan buah	120	6,0	5,0	30,0
9.	Lain-lain	60	3,0	0,0	0,0
<b>Jumlah</b>		<b>2.000</b>	<b>100,0</b>		<b>100,0</b>

Sumber : Badan Ketahanan Pangan Kementerian RI, 2012

Dalam penelitian ini, pola konsumsi yang akan diteliti meliputi jumlah, frekuensi, cara mengonsumsi, dan alasan mengonsumsi tiwul oleh konsumen di rumah makan. Jumlah menunjukkan banyaknya tiwul yang dikonsumsi dalam waktu tertentu dan frekuensi menunjukkan seberapa sering seseorang mengonsumsi tiwul dalam waktu tertentu. Tiwul biasanya dikonsumsi dengan cara dicampur dengan nasi beras, di konsumsi dalam bentuk tiwul murni, ataupun digoreng. Alasan seseorang mengonsumsi tiwul dapat disebabkan oleh faktor kebiasaan, faktor kesukaan, alasan kesehatan, untuk pemenuhan keinginan saja, penasaran atau sekedar ingin mencoba.

#### 4. Faktor- Faktor yang Berpengaruh terhadap Konsumsi Pangan

Harper, dkk (1986) berpendapat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi cara makan atau kebiasaan makan individu baik pada tingkat masyarakat maupun

rumah tangga antara lain ketersediaan pangan, pola sosial budaya, dan faktor-faktor pribadi. Menurut Suhardjo (1989) faktor-faktor yang memengaruhi konsumsi pangan sehari-hari adalah persediaan pangan, tingkat pendapatan, pengetahuan gizi, dan besar keluarga. Koentjaraningrat (1984) dalam Khumaidi (1994) berpendapat bahwa faktor-faktor sosial budaya yang mempengaruhi kebiasaan makan individu, keluarga dan masyarakat dipengaruhi oleh:

a. Faktor perilaku

Cara seseorang berpikir/berpengetahuan, berperasaan, dan berpandangan tentang makanan (persepsi) adalah faktor perilaku yang memengaruhi kebiasaan makan. Faktor-faktor tersebut kemudian dinyatakan dalam bentuk tindakan makan dan memilih makanan. Apabila mekanisme ini terjadi berulang-ulang, maka tindakan (perilaku konsumsi) itu menjadi kebiasaan makan yang dapat diukur dengan pola konsumsi pangan.

b. Faktor lingkungan sosial

c. Faktor lingkungan ekonomi, daya beli, ketersediaan uang kontan, dan sebagainya.

d. Lingkungan ekologi, meliputi kondisi tanah, iklim, lingkungan biologi, sistem usahatani, sistem pasar, dan sebagainya.

e. Faktor ketersediaan bahan makanan, dipengaruhi oleh kondisi-kondisi yang bersifat hasil karya manusia seperti sistem pertanian (misalnya, perladangan, pengembalaan ternak), prasarana, dan sarana kehidupan

(jalan raya, jembatan, dan sebagainya), perundang-undangan, dan pelayanan pemerintah.

f. Faktor perkembangan teknologi

Bioteknologi dapat menghasilkan jenis-jenis bahan makanan yang lebih praktis dan bergizi sehingga akan berpengaruh pada pola kebiasaan makan.

Pada dasarnya, ada dua faktor yang mempengaruhi kebiasaan makan manusia, yaitu faktor ekstrinsik dan instrinsik. Faktor ekstrinsik meliputi lingkungan alam, lingkungan budaya dan agama, serta lingkungan ekonomi. Faktor instrinsik yang mempengaruhi kebiasaan makan seseorang diantaranya adalah asosiasi emosional, keadaan (status) kesehatan dan penilaian yang lebih terhadap mutu makanan (Khumaidi, 1994). Selain itu, Indriani (2007) mengemukakan bahwa faktor instrinsik yang mempengaruhi konsumsi pangan seseorang adalah kesukaan, pengetahuan gizi, dan status kesehatan. Faktor ekstrinsik yang berpengaruh terhadap konsumsi pangan seseorang adalah lingkungan sosial budaya orang tersebut tinggal. Faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi akseptabilitas seseorang terhadap pangan.

Pola pangan pokok menggambarkan salah satu ciri dari kebiasaan makan seseorang. Dalam memenuhi kebutuhan makan, seseorang akan bertindak laku berdasarkan sikap, kepercayaan, dan pemilihan makanan. Setiap masyarakat mempunyai aturan, pembatasan, rasa suka dan tidak suka, serta kepercayaan terhadap beberapa jenis makanan yang berbeda-beda sehingga

membatasi pilihannya terhadap beberapa jenis makanan (Khumaidi, 1994). Pola makan individu dalam keluarga mempunyai peranan penting dalam pembentukan pola makan masyarakat. Jumlah dan jenis makanan yang dikonsumsi selain dipengaruhi oleh hasil budaya setempat juga dipengaruhi oleh preferensi terhadap makanan. Pola konsumsi dipengaruhi oleh faktor intrinsik pada diri seseorang yaitu preferensi seseorang terhadap makanan. Selain budaya, faktor penting yang lainnya yang mempengaruhi perilaku konsumsi adalah pendapatan. Pendapatan mencerminkan kemampuan seseorang dalam melakukan konsumsi baik secara kualitas maupun kuantitas. Semakin besar pendapatan yang diperoleh, maka kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pangan maupun non pangan semakin meningkat begitu pula sebaliknya.

## **5. Teori Permintaan**

Permintaan menunjukkan berbagai jumlah suatu produk yang konsumen inginkan dan mampu beli pada berbagai tingkat harga yang mungkin selama suatu periode tertentu (Wijaya, 1991). Menurut Suhartanti dan Fathorrozi (2003) permintaan adalah berbagai jumlah barang dan jasa yang diminta pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu. Jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada suatu pasar disebut permintaan (Daniel, 2004). Permintaan pasar terhadap suatu produk adalah volume yang akan dibeli oleh



kelompok pelanggan tertentu, lingkungan tertentu, dan program pemasaran tertentu (Kotler, dkk, 2001 dalam Kurniaty, 2008).

Berdasarkan pengertian permintaan tersebut, maka dapat diketahui bahwa permintaan menunjukkan jumlah barang dan jasa yang diminta oleh konsumen pada berbagai tingkat harga, artinya dalam berbagai tingkat harga-harga tertentu terdapat sejumlah barang yang diminta oleh konsumen. Permintaan individu akan suatu barang menunjukkan jumlah yang siap untuk dibeli pada berbagai tingkat kemungkinan harga. Apabila permintaan individual akan sesuatu produk dijumlahkan akan diperoleh permintaan pasar akan produk tersebut (Nopirin, 1994).

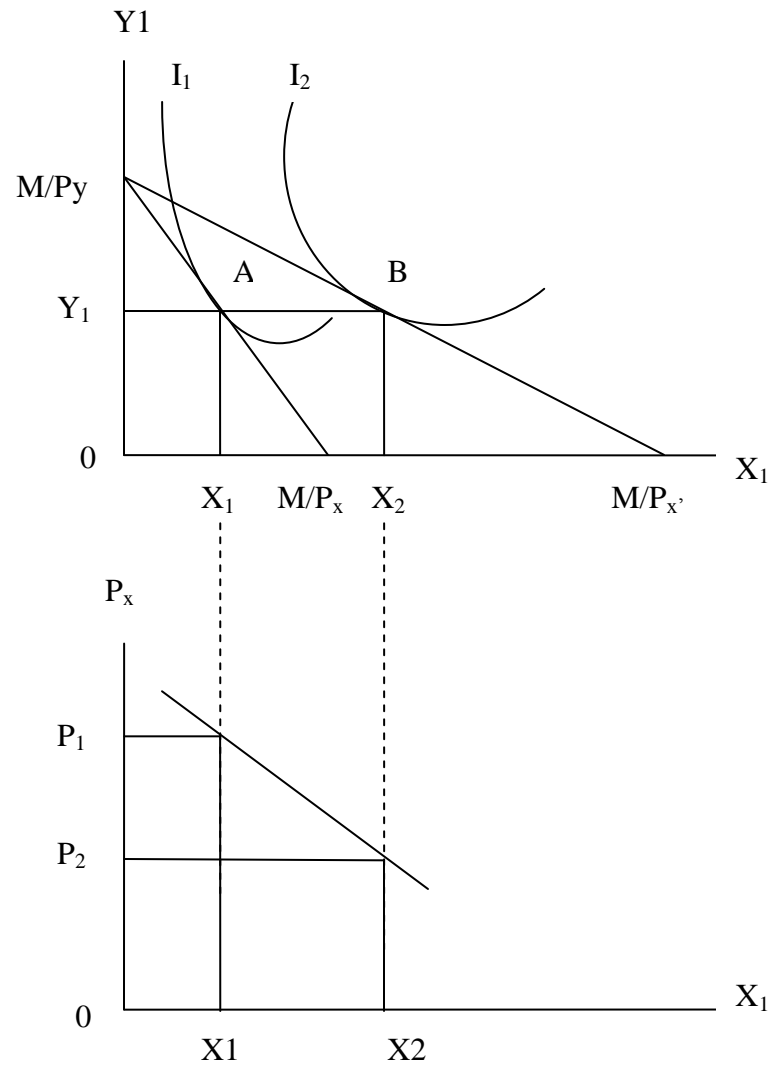
Hubungan fungsional antara jumlah barang yang diminta pada berbagai tingkat harga tersebut dapat disajikan dalam kurva permintaan. Kurva permintaan menunjukkan hubungan negatif antara harga dan jumlah permintaan.

Perubahan faktor-faktor lain tercermin pada pergeseran kurva permintaan.

Jumlah yang diminta akan berubah berubah apabila harga berubah, *ceteris paribus*. Perubahan jumlah yang diminta tercermin pada pergerakan di dalam suatu kurva permintaan. Kurva permintaan merupakan tempat titik-titik yang masing-masing menggambarkan tingkat maksimum pembelian pada harga tertentu oleh seseorang, *ceteris paribus*. Kurva permintaan dibentuk berdasarkan hukum permintaan. Kurva permintaan berbentuk miring ke bawah karena harga barang yang lebih tinggi mendorong konsumen beralih ke barang lain atau mengonsumsi dengan jumlah lebih sedikit (Mankiw, 2003).

Menurut Daniel (2004) hukum permintaan pada hakikatnya adalah makin rendah harga suatu barang, makin banyak permintaan atas barang tersebut, sebaliknya makin tinggi harga suatu barang, makin sedikit permintaan atas barang tersebut. Jumlah barang yang diminta akan naik apabila harga barang yang diminta turun dengan catatan bahwa hal-hal lain adalah tetap. Hal-hal lain yang dimaksud adalah variabel-variabel selain harga barang yang bersangkutan yang dapat mempengaruhi jumlah barang yang diminta. Terdapat pendekatan untuk menerangkan mengapa konsumen berperilaku seperti yang dinyatakan oleh Hukum Permintaan. Kurva permintaan diturunkan dari kurva *indifference*.

Kurva *indifference* adalah konsumsi atau pembelian barang-barang yang menghasilkan tingkat kepuasan yang sama. Menurut Boediono (1982) perilaku konsumen dapat diterangkan dengan pendekatan kurva *indifference* dengan anggapan bahwa (1) konsumen mempunyai pola preferensi akan barang-barang konsumsi (misalnya  $X_1$  dan  $X_2$ ) yang bias dinyatakan dalam bentuk *indifference map*, (2) konsumen mempunyai sejumlah uang tertentu, dan (3) konsumen selalu berusaha mencapai kepuasan maksimum. Penurunan kurva permintaan dari kurva *indifference* dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Penurunan kurva permintaan dari kurva *indifference*  
 Sumber : Boediono, 1982

Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat bahwa dengan sejumlah uang tertentu ( $M$ ) konsumen bisa membeli barang  $X$  sebanyak  $M/P_x$  dan barang  $Y$  sebanyak  $M/P_y$  atau konsumen bisa membelanjakan jumlah uang  $M$  tersebut untuk berbagai kemungkinan kombinasi  $X$  dan  $Y$  seperti garis yang ditunjukkan oleh garis lurus yang menghubungkan  $M/P_x$  dan  $M/P_y$ . Garis tersebut disebut garis *budget* atau *budget line*. Tingkat kepuasan maksimum yang dicapai bila

konsumen membelanjakan uang sejumlah  $M$  untuk membeli barang  $OY_1$  barang  $Y$  dan  $OX_1$  barang  $X$ , yaitu pada posisi persinggungan antara *budget line* dengan kurva *indifference* yang terletak pada titik  $A$ . Posisi ini menunjukkan posisi kepuasan yang maksimum atau posisi *equilibrium* konsumen karena  $I_1$  adalah kurva *indifference* tertinggi yang bisa dicapai oleh *budget line* tersebut. Jika harga  $X$  turun dari  $P_x$  menjadi  $P_x'$  dan harga  $Y$  tetap, maka *budget line* akan bergeser ke kanan menjadi garis  $M/P_y$  dan  $M/P_x'$  sehingga posisi *equilibrium* yang baru adalah pada titik  $B$ . Jadi, dengan adanya penurunan harga barang  $X$ , maka jumlah barang  $X$  yang diminta naik dari  $OX_1$  menjadi  $OX_2$ . Perilaku konsumen menurut Hukum Permintaan terbukti.

Pada dasarnya kebutuhan manusia mempunyai sifat yang tidak terbatas, sedangkan alat pemuas kebutuhan itu sifatnya terbatas sehingga tidak semua kebutuhan akan terpenuhi. Kebutuhan seseorang akan dapat terpenuhi apabila ia dapat mengkonsumsi barang/jasa yang ia butuhkan dan mencapai kepuasan maksimum. Perolehan kepuasan merupakan nilai daya guna yang diberikan oleh suatu barang atau jasa yang dikonsumsi. Namun demikian, konsumen dibatasi oleh pendapatan yang digunakan dalam membelanjakan uangnya dan memenuhi kebutuhan konsumen. Permintaan adalah jumlah barang yang diminta konsumen pada suatu waktu yang didukung oleh daya beli. Daya beli mencerminkan kemampuan konsumen dalam membeli sejumlah barang yang diinginkan, yang biasanya dinyatakan dalam bentuk uang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah barang yang diminta oleh konsumen adalah harga komoditi/barang itu sendiri, harga komoditi lain, pendapatan, rata-rata penghasilan rumah tangga (distribusi pendapatan), selera, dan besarnya populasi atau jumlah penduduk (Lipsey, dkk, 1995). Secara matematis faktor-faktor tersebut dapat dibentuk dalam fungsi sebagai berikut.

$$Q_{dx} = f (P_x, P_y, I, T, N)$$

Keterangan :

$Q_{dx}$	= jumlah barang x yang diminta
$P_x$	= harga barang x
$P_y$	= harga barang y
$I$	= pendapatan
$T$	= selera
$N$	= populasi

Permintaan seseorang atau suatu masyarakat terhadap suatu produk di pasaran ditentukan oleh banyak faktor. Menurut Sugiarto, dkk (2005) permintaan seseorang terhadap suatu komoditas barang tertentu ditentukan oleh beberapa faktor, diantaranya sebagai berikut.

a. Harga komoditas itu sendiri

Dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan atau *ceteris paribus*, maka dalam teori ekonomi dianggap bahwa permintaan konsumen terhadap suatu komoditas dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri. Sesuai dengan hukum permintaan bahwa apabila harga suatu barang semakin murah, maka permintaan konsumen terhadap barang itu akan bertambah. Begitu juga sebaliknya, jika harga suatu barang semakin mahal, maka permintaan konsumen terhadap barang itu akan menurun.

- b. Harga komoditas lain yang berkaitan erat dengan komoditas tersebut
- Perubahan harga pada suatu barang akan berpengaruh terhadap permintaan barang lain. Keadaan ini bisa terjadi apabila kedua barang tersebut memiliki hubungan saling menggantikan atau saling melengkapi. Terdapat dua macam barang yang bersifat substitusi (pengganti) dan bersifat komplemen (pelengkap), sedangkan kaitan suatu komoditas dengan berbagai jenis komoditas lainnya dapat dibedakan menjadi ; (1) komoditas pengganti, (2) komoditas penggenap, (3) komoditas netral. Bila kedua barang tersebut tidak saling berhubungan (netral/independen), maka diantara kedua barang tersebut tidak ada saling pengaruh.
- c. Pendapatan rumah tangga
- Tingkat pendapatan dapat mencerminkan daya beli. Makin tinggi tingkat pendapatan, daya beli makin kuat, sehingga permintaan terhadap suatu barang meningkat. Pendapatan konsumen merupakan faktor yang sangat menentukan permintaan atas berbagai jenis barang. Jenis barang dapat dibedakan menjadi empat golongan, yaitu barang inferior, barang esensial, barang normal, dan barang mewah. Secara teoritis, peningkatan pendapatan akan meningkatkan konsumsi. Dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi tidak hanya bertambah kuantitasnya, tetapi kualitasnya juga meningkat (Daniel, 2004).

d. Distribusi pendapatan

Perubahan distribusi pendapatan dapat mempengaruhi corak permintaan terhadap berbagai jenis komoditas. Permintaan atas komoditas mewah maupun komoditas sekunder akan meningkat bila konsentrasi pendapatan berada di kalangan atas. Sedangkan permintaan komoditas mewah akan menurun apabila konsentrasi pendapatan berada di kalangan bawah sehingga permintaan komoditas yang dibutuhkan oleh kalangan kelas bawah akan meningkat. Dengan kata lain, apabila distribusi pendapatan buruk, berarti daya beli secara umum melemah, sehingga permintaan terhadap suatu barang menurun.

e. Citarasa atau selera masyarakat

Perubahan citarasa atau selera seseorang terhadap sesuatu barang atau jasa akan mempengaruhi permintaan. Permintaan masyarakat terhadap suatu komoditas akan meningkat apabila selera juga meningkat, demikian pula bila selera konsumen berkurang, maka permintaan komoditas tersebut akan menurun. Selera konsumen dapat disebabkan oleh perubahan umur, perubahan pendapatan, perubahan lingkungan, dan faktor lainnya. Menurut Daniel (2004) selera konsumen juga dipengaruhi adat dan kebiasaan setempat, tingkat pendidikan, dan lainnya.

f. Jumlah Penduduk

Pertambahan penduduk akan mempengaruhi kuantitas kebutuhan suatu komoditas sehingga permintaan terhadap komoditas tersebut akan

meningkat pula. Sehingga dapat dikatakan bahwa permintaan suatu barang berhubungan positif dengan jumlah penduduk. Semakin banyak jumlah penduduk, maka semakin banyak pula permintaan barang untuk dikonsumsi. Dimisalkan saat ini jumlah penduduk bertambah sehingga masyarakat lebih banyak memerlukan barang X. Bila barang X yang tersedia di pasar atau ditawarkan oleh produsen jumlahnya tetap, maka masyarakat harus bersedia membayar komoditas tersebut dengan satuan harga yang lebih tinggi untuk suatu jumlah pembelian yang sama.

g. Ramalan mengenai keadaan di masa datang

Bila diperkirakan bahwa harga suatu barang akan naik di masa mendatang, maka sebaiknya barang itu dibeli sekarang, sehingga mendorong orang untuk membeli lebih banyak saat ini guna menghemat belanja di masa mendatang. Artinya apabila suatu komoditas tertentu memiliki prospek yang baik di masa mendatang, maka permintaan terhadap komoditas tersebut akan naik, dan sebaliknya apabila suatu komoditas tersebut diperkirakan tidak memiliki prospek yang baik di masa mendatang, maka permintaan konsumen terhadap komoditas tersebut akan cenderung menurun.

Selain, faktor-faktor yang sudah diuraikan sebelumnya, faktor lain yang berpengaruh terhadap permintaan adalah iklan dan upaya promosi. Menurut Swastha dan Irawan (2002) promosi dapat diartikan sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk



merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial. Iklan dan promosi dilakukan oleh penjual produk dengan harapan dapat mempengaruhi kuantitas yang diminta dari produk itu sendiri. Iklan dan promosi pada dasarnya dirancang untuk mempengaruhi preferensi konsumen. Selain itu, kualitas produk dan desain juga mempengaruhi permintaan konsumen. Konsumen biasanya menghargai kualitas dan desain barang dan diharapkan membeli lebih banyak produk ketika mereka melihat kualitas yang lebih tinggi atau dari desain lebih fungsional, mengingat harga yang sama. Kualitas dapat dirancang ke dalam produk perusahaan itu sendiri, atau dapat dilampirkan sebagai atribut perifer seperti layanan sopan, jaminan komprehensif, atau jaringan pelayanan yang nyaman dan sangat terlatih.

Permintaan menunjukkan perubahan jumlah barang yang diminta akibat adanya perubahan harga. Untuk mengukur seberapa besar perubahan jumlah barang yang diminta akibat adanya perubahan harga digunakan konsep elastisitas. Menurut Boediono (1982) elastisitas permintaan pasar adalah derajat kepekaan jumlah permintaan terhadap perubahan salah satu faktor yang mempengaruhinya. Elastisitas permintaan merupakan tingkat perubahan harga yang diminta akibat adanya perubahan harga suatu barang. Elastisitas permintaan merupakan perbandingan antara persentase perubahan jumlah barang yang diminta dengan persentase perubahan harga barang. Ukuran

kuantitatif yang menunjukkan besarnya pengaruh perubahan harga atau faktor-faktor lainnya terhadap permintaan suatu komoditas disebut elastisitas permintaan (Sugiarto, dkk, 2005). Angka yang mengukur besarnya pengaruh perubahan harga atas perubahan jumlah barang yang diminta disebut koefisien elastisitas permintaan dan dilambangkan dengan  $E_d$ . Menurut Arsyad (1987) faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan suatu komoditas adalah:

a. Daya substitusi komoditas tersebut

Semakin banyak dan baik barang pengganti di pasar, maka semakin besar elastisitas harga untuk barang tersebut. Sebaliknya semakin sedikit dan tidak sempurna barang pengganti yang tersedia di pasar, maka elastisitas harga barang tersebut cenderung semakin kecil.

b. Kegunaan komoditas tersebut

Semakin besar jumlah kemungkinan penggunaan suatu barang, maka akan semakin besar koefisien elastitas permintaan barang tersebut.

c. Persentase pendapatan konsumen untuk pembelian barang tersebut

Permintaan atas suatu barang akan semakin elastis apabila bagian pendapatan yang dibelanjakan oleh konsumen terhadap barang tersebut semakin besar. Pada umumnya, barang-barang yang bersifat elastis adalah barang-barang mewah, sedangkan barang yang bersifat inelastis adalah barang-barang untuk kebutuhan sehari-hari.

d. Periode waktu kebutuhan konsumen atas barang tersebut

Elastisitas permintaan barang akan semakin tinggi apabila lama waktu untuk melakukan pertimbangan semakin lama. Umumnya, kebutuhan yang sifatnya dapat ditunda bersifat elastis, sedangkan kebutuhan yang sifatnya tidak dapat ditunda bersifat inelastis.

Menurut Suparmako (1998) elastis permintaan dapat dibedakan menjadi:

a. Elastisitas harga permintaan

Elastisitas permintaan terhadap harga adalah presentase perubahan jumlah harga yang diminta dibagi dengan perubahan harga barang tersebut.

Elastisitas permintaan terhadap harga juga diartikan sebagai ukuran kepekaan perubahan jumlah komoditas yang diminta terhadap perubahan harga komoditas tersebut dengan asumsi *ceteris paribus*. Permintaan komoditas dikatakan elastis apabila jumlah komoditas yang diminta peka terhadap perubahan harga, sebaliknya permintaan komoditas dikatakan inelastis apabila jumlah komoditas yang diminta tidak peka terhadap perubahan harga. Nilai perbandingan antara persentase perubahan jumlah diminta dengan persentase perubahan harga disebut koefisien elastisitas permintaan. Elastisitas permintaan yang digambarkan dengan angka negatif menunjukkan adanya hubungan negatif antara perubahan harga dengan permintaan. Secara matematis, elastisitas permintaan terhadap harga dapat dihitung dengan rumus:

$$E_d = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} = \frac{\% \Delta Q_x / Q}{\% \Delta P_x / p} = \frac{P_x}{Q_x} \times \frac{\% \Delta Q_x}{\% \Delta P_x}$$

b. Elastisitas permintaan silang

Elastisitas silang adalah perbandingan antara persentase perubahan dalam jumlah barang yang diminta dan persentase perubahan harga barang lain. Tanggapan jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga barang lain yang mempunyai hubungan dengan barang tersebut ditunjukkan oleh elastisitas permintaan silang. Apabila perubahan harga barang Y menyebabkan permintaan barang X berubah, maka sifat penghubung diantara keduanya digambarkan oleh elastisitas silang. Barang-barang yang mempunyai hubungan ini dapat bersifat barang pengganti ataupun barang pelengkap. Menurut Suparmako (1998) apabila koefisien elastisitas silangnya bernilai positif, maka barang-barang tersebut sifatnya sebagai barang pengganti. Apabila koefisien elastisitas silangnya bernilai negatif, maka barang-barang tersebut sifatnya saling melengkapi. Secara matematis, elastisitas permintaan silang dapat dihitung dengan rumus:

$$E_s = \frac{\% \Delta Q_x}{\% \Delta P_x} = \frac{\% \Delta Q_x / Q_x}{\% \Delta P_x / p_y} = \frac{P_y}{Q_x} \times \frac{\% \Delta Q_x}{\% \Delta P_y}$$

c. Elastisitas permintaan terhadap pendapatan

Elastisitas pendapatan adalah persentase perubahan jumlah barang yang diminta dibagi dengan persentase perubahan pendapatan. Secara matematis, elastisitas pendapatan dapat dihitung dengan rumus:

$$E_i = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta I} = \frac{\% \Delta Q x / Q}{\% \Delta I / I} = \frac{I}{Q} \times \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta I}$$

Apabila persentase perubahan jumlah barang yang diminta lebih besar daripada persentase perubahan tingkat penghasilan konsumen sehingga koefisien positif dan lebih besar dari satu, maka barang tersebut disebut barang mewah. Apabila koefisien elastisitas pendapatan bernilai positif tetapi lebih kecil dari satu, artinya peningkatan jumlah barang yang diminta sebagai akibat meingkatnya pendapatan konsumen lebih kecil dari proporsionalnya, maka barang tersebut merupakan barang pokok. Apabila barang tersebut merupakan barang inferior, pergeseran kurva permintaan berlainan arah dengan perubahan pendapatan. Artinya bila pendapatan konsumen meningkat, maka konsumen akan mengurangi pembelian terhadap barang tersebut (Suparmoko, 1998). Dengan kata lain, elastisitas permintaan terhadap pendapatan dapat dibedakan menjadi barang inferior, barang normal, barang netral, dan barang superior.

## 6. Kajian Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu mengenai analisis preferensi, pola konsumsi, dan permintaan barang-barang tertentu dapat dilihat pada Tabel 4. Penelitian ini memiliki tujuan yang sama dengan penelitian terdahulu, yaitu untuk mengetahui preferensi, pola konsumsi, dan permintaan. Namun, dalam penelitian ini komoditi yang akan diteliti adalah salah satu olahan ubi kayu

dalam bentuk tiwul yang dijual di rumah makan. Penelitian ini tidak hanya menganalisis preferensi dan pola konsumsi tiwul, tetapi juga menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tiwul. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah peneliti menganalisis mengenai preferensi, pola konsumsi, dan permintaan tiwul oleh konsumen di rumah makan yang menyediakan tiwul sebagai makanan pokok pengganti nasi. Berdasarkan hasil penelitian ini nantinya dapat diketahui preferensi dan pola konsumsi tiwul oleh konsumen rumah makan dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tiwul oleh konsumen rumah makan di Provinsi Lampung.

Tabel 4. Penelitian terdahulu mengenai analisis yang berkaitan dengan preferensi, pola konsumsi, dan permintaan khususnya pada produk olahan ubi kayu.

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Hendaris, 2013	Pola Konsumsi dan Atribut-Atribut Beras Siger yang Diinginkan Masyarakat (Studi Kasus pada Masyarakat di Desa Pancasila Kabupaten Lampung Selatan)	Analisis diskriptif kualitatif dan analisis konjoin	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pola konsumsi beras siger konsumen rumah tangga di Kecamatan Natar memiliki frekuensi konsumsi 1–5 kali per minggu, cara pengonsumsi beras siger dicampur beras dengan jumlah konsumsi dalam seminggu kurang dari 1 kg, dan alasan mengonsumsinya karena kebiasaan.</li> <li>- Atribut paling utama yang menjadi pertimbangan responden adalah warna, diikuti dengan kekenyalan, aroma, harga, dan atribut yang paling terakhir adalah kemasan.</li> </ul>
2.	Rochaeni, 2013	Analisis Persepsi, Kesadaran, dan Preferensi Konsumen Terhadap Buah Lokal	Analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persepsi dan kesadaran konsumen terhadap buah lokal tidak terlalu baik, karena hanya sedikit sekali konsumen yang memiliki nilai persepsi dan kesadaran yang tinggi terhadap buah lokal. Persepsi memiliki pengaruh nyata terhadap preferensi.</li> <li>- Preferensi konsumen terhadap buah impor lebih tinggi dibandingkan dengan buah lokal.</li> <li>- Preferensi konsumen terhadap buah lokal hanya dari atribut rasa buah.</li> </ul>

3.	Sumardi, 2013	Pola Konsumsi Pangan Berbahan Ubi Kayu di Jawa Tengah	Analisis deskriptif dan eksplorasi	- Pola konsumsi masyarakat Jawa Tengah pada makanan atau bahan pangan berasal dari ubi kayu rata-rata per bulan untuk makanan utama adalah 34 kali dengan rata-rata konsumsi per kapita setiap kali konsumsi adalah 56 gram.
4.	Qodhar, 2013	Studi Preferensi Konsumen Terhadap Pasta Mangga Podang ( <i>Mangifera Indica L.</i> ) Dengan Metode Conjoint (Studi Kasus Pada Hotel-Hotel di Kota Batu)	Analisis regresi berganda	- Preferensi konsumen terhadap level atribut (karakteristik) pasta mangga podang adalah rasa lebih kuat rasa, aroma lebih kuat aroma, tingkat kekentalan yang kental, dan warna coklat muda paling disukai konsumen.
5.	Musnalika, 2012	Analisis Permintaan Pangan Tingkat Rumah Tangga Petani Padi di Kabupaten Lampung Selatan.	Model <i>Seemingly Unrelated Regression</i> (SUR).	<p>- Jenis pangan pokok yang paling banyak dikonsumsi adalah beras. Frekuensi konsumsi pangan beras sebanyak 2-3 kali dalam sehari.</p> <p>- Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pangan pada rumah tangga petani padi di Kabupaten Lampung Tengah adalah sebagai berikut.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Permintaan beras dipengaruhi oleh pendapatan rumah tangga, jumlah anggota rumah tangga, umur istri, harga tempe, dan etnis</li> <li>b. Permintaan ikan dipengaruhi oleh harga tempe dan etnis</li> </ol>



---

			<p>c. Permintaan telur ayam dipengaruhi oleh jumlah anggota rumah tangga, pendidikan istri, harga daging sapi, harga gas elpiji, dan etnis.</p> <p>d. Permintaan tempe dipengaruhi oleh harga tahu dan harga ikan</p>
6.	Ariani, 2010	<p>Analisis Konsumsi Pangan Tingkat Masyarakat Mendukung Pencapaian Diversifikasi Pangan</p>	<p>Analisis deskriptif kualitatif dengan tabel-tabel</p> <p>- Pola konsumsi pangan masyarakat sudah semakin beragam dengan skor PPH yang semakin besar. Namun untuk menuju pola pangan PPH, konsumsi beras harus dikurangi, sebaliknya untuk umbi-umbian, pangan hewani, sayur, dan buah masih perlu ditingkatkan secara signifikan.</p> <p>- Konsumsi pangan kelompok padi-padian sudah melebihi anjuran PPH, sedangkan untuk kelompok pangan lainnya masih jauh dari cukup. Kontribusi energi dari umbi-umbian hanya mencapai 40 gram/kapita /hari.</p> <p>- Penurunan konsumsi umbi-umbian lebih banyak dikarenakan perubahan gaya hidup yang berdampak pada gaya makan. Masih adanya masyarakat termasuk media massa yang menganggap pangan lokal umbi-umbian adalah makanan inferior dan dianggap orang miskin bila mengkonsumsinya.</p>

---

7.	Analia, 2009	Analisis Diversifikasi Konsumsi Pangan Rumah Tangga di Sumatera Barat Menuju Pola Pangan Harapan (PPH)	Metode <i>Recall</i> dan analisis regresi berganda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rata-rata skor PPH rumah tangga di Sumatera Barat baik di desa maupun di kota belum mencapai skor PPH ideal dan belum beragam dan seimbang.</li> <li>- Padi-padian adalah jenis makanan yang dominan dikonsumsi oleh rumah tangga di Sumatera Barat.</li> <li>- Pendapatan rumah tangga, jumlah anggota rumah tangga, dan pendidikan istri berpengaruh signifikan terhadap diversifikasi konsumsi pangan rumah tangga</li> </ul>
8.	Cahyaningsih, 2008	Analisis Pola Konsumsi Pangan di Provinsi Jawa Barat	Analisis deskriptif dan perhitungan AKG	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konsumsi beras terlihat masih mendominasi pola konsumsi pangan sumber karbohidrat terutama beras. Kontribusi energi umbi-umbian kurang dari 5 persen pada semua golongan pengeluaran baik di pedesaan maupun perkotaan di Jawa Barat.</li> </ul>
9.	Suyastiri, 2008	Diversifikasi Konsumsi Pangan Pokok Berbasis Potensi Lokal Dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan Rumah Tangga di Kecamatan Semin Kabupaten Gunung Kidul	Metode deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pola diversifikasi konsumsi pangan pokok pengganti beras, yaitu mengikuti pola beras-jagung, beras-ketela, dan beras-jagung-ketela pohon</li> <li>- Konsumsi pangan pokok berbeda antara rumah tangga tergantung dari tinggi rendahnya tingkat pendapatan.</li> </ul>

---

				<p>- Faktor-faktor yang mempengaruhi pola diversifikasi konsumsi pangan dalam mewujudkan ketahanan pangan rumah tangga pedesaan adalah pendapatan rumah tangga, harga pangan, dan jumlah anggota keluarga.</p>
10	Andrarini, 2004	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Tiwul di Pedesaan dan Perkotaan di Kabupaten Gunung Kidul Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	Analisis regresi dan analisis deskriptif kualitatif	<p>- Faktor budaya meliputi pemilihan bahan pangan pokok apabila pendapatan meningkat, untuk tamu, untuk pesta, ternyata sangat memberikan pengaruh terhadap pembentukan kebiasaan makan tiwul masyarakat.</p> <p>- Pada contoh di desa, tidak ditemukan hubungan antara faktor sosial ekonomi, pengetahuan gizi dengan konsumsi tiwul. Hasil analisis regresi terhadap contoh di kota menunjukkan bahwa jenjang pendidikan ibu berpengaruh negatif dan pendapatan per kapita memberikan pengaruh negatif terhadap konsumsi tiwul.</p>

---

## **B. Kerangka Pemikiran**

Diversifikasi konsumsi berbasis pangan lokal adalah penganekaragaman konsumsi pangan pokok alternatif pengganti beras yang merupakan komoditas unggulan suatu daerah dan dikonsumsi berdasarkan budaya setempat dan kearifan lokal. Pangan lokal digunakan sebagai alternatif pengganti pangan pokok karena budidayanya yang mudah, sesuai dengan iklim daerah setempat, dan sudah dikenal baik oleh masyarakat. Bahan makanan pokok yang dapat dijadikan sebagai pengganti beras adalah jagung, ubi kayu, dan ubi jalar karena memiliki kandungan karbohidrat seperti beras.

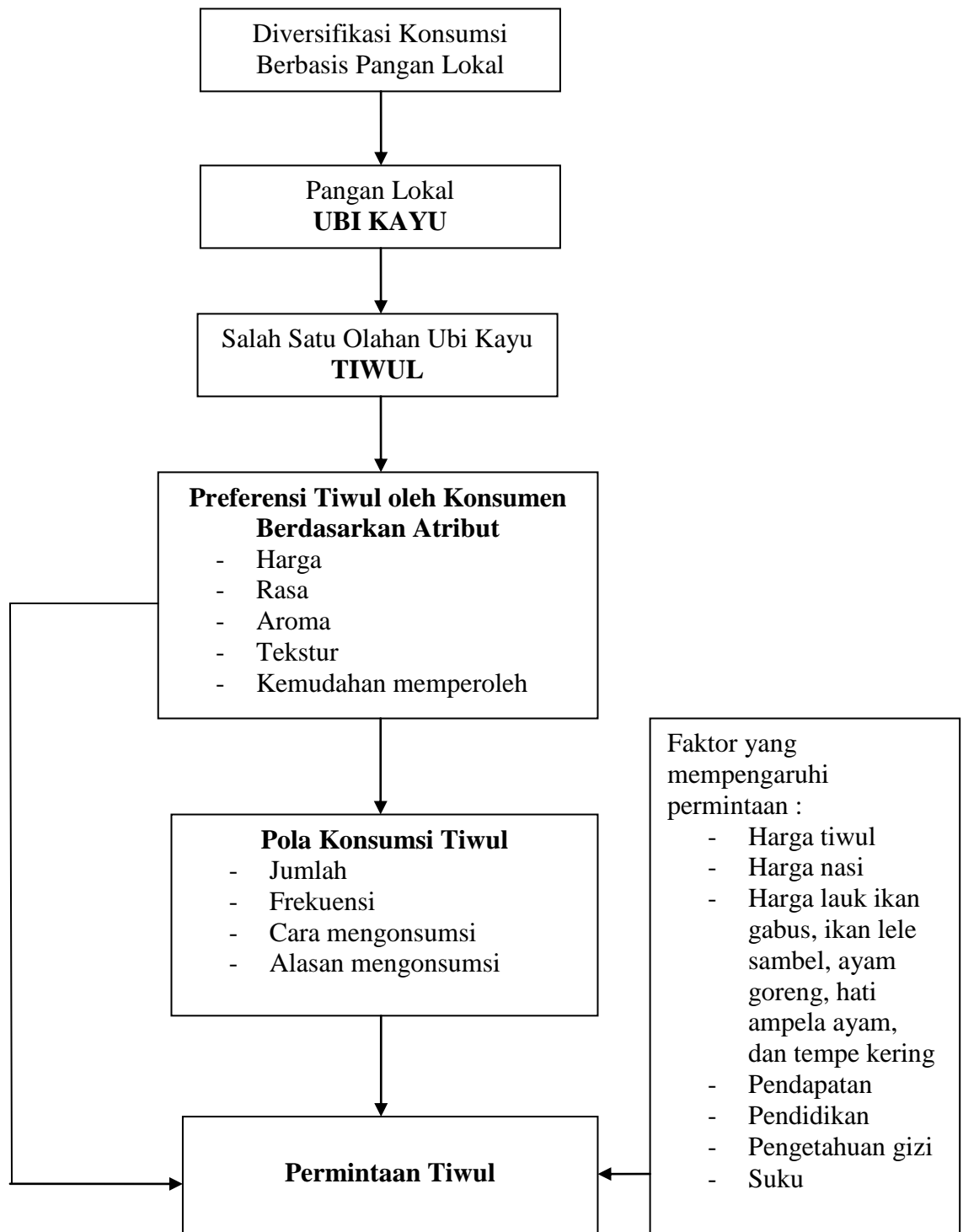
Ubi kayu merupakan pangan pokok alternatif Provinsi Lampung karena merupakan komoditas unggulan. Besarnya surplus pada ubi kayu dan skor PPH yang masih rendah menunjukkan bahwa bahan pangan yang berasal dari umbi-umbian ini belum dikonsumsi secara baik sehingga konsumsi masyarakat dapat dikatakan belum beragam dan berimbang. Diversifikasi konsumsi pangan lokal dapat dilakukan dengan mengonsumsi olahan pangan tersebut. Tiwul merupakan hasil olahan dari ubi kayu yang bentuknya menyerupai beras, namun memiliki tekstur lebih lengket dan berwarna kuning kecoklatan atau coklat kehitaman. Tiwul masih disediakan sebagai makanan pokok alternatif pengganti nasi di beberapa rumah makan di Provinsi Lampung.

Preferensi adalah derajat kesukaan seseorang terhadap sesuatu. Preferensi seseorang terhadap tiwul dapat diketahui dengan menganalisis tingkat kesukaan

seseorang terhadap atribut-atribut yang melekat pada tiwul itu sendiri. Atribut-atribut tersebut meliputi rasa, warna, aroma, tekstur, harga, dan kemudahan memperoleh.

Preferensi atau sikap suka dan tidak suka seseorang terhadap tiwul akan berpengaruh terhadap pola konsumsi tiwul orang tersebut. Pola konsumsi adalah susunan makanan yang dikonsumsi rata-rata per orang per hari dilihat dari frekuensi dan jumlah konsumsi pada periode tertentu. Pola konsumsi menunjukkan cara seseorang memilih dan mengonsumsi makanan sebagai tanggapan terhadap pengaruh fisiologis, psikologis, budaya, dan sosial. Pola konsumsi seseorang terhadap tiwul dapat dilihat dari frekuensi, jumlah, cara mengonsumsi, dan alasan seseorang mengonsumsi tiwul.

Pola konsumsi tiwul seseorang menunjukkan adanya permintaan tiwul oleh konsumen. Permintaan tiwul menunjukkan jumlah tiwul yang diminta oleh konsumen pada tingkat harga tertentu dalam waktu tertentu. Permintaan tiwul masyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu harga tiwul itu sendiri ( $P_x$ ), harga barang lain ( $P_y$ ) meliputi harga nasi, harga lauk ikan gabus, harga lauk ikan lele sambel, harga lauk ayam goreng, harga lauk hati ampela ayam, dan harga sayur urap, pendapatan ( $I$ ), tingkat pendidikan, pengetahuan gizi, selera atau preferensi ( $T$ ), dan suku. Permintaan mencerminkan pola konsumsi seseorang dalam bentuk jumlah yang diminta. Kerangka pemikiran mengenai analisis preferensi, pola konsumsi, dan permintaan tiwul masyarakat dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 2. Kerangka pemikiran preferensi, pola konsumsi, dan permintaan oleh konsumen rumah makan di Provinsi Lampung

### **C. HIPOTESIS**

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah (1) Diduga harga tiwul, harga lauk ikan gabus, harga lauk ikan lele sambel, harga lauk ayam goreng, harga lauk hati ampela ayam, harga lauk tempe kering, pendapatan konsumen, dan selera berpengaruh negatif terhadap permintaan tiwul oleh konsumen di rumah makan dan (2) diduga faktor-faktor lainnya, yaitu harga nasi, pendidikan, pengetahuan gizi, dan suku berpengaruh positif terhadap permintaan tiwul oleh konsumen di rumah makan.