

PENGARUH PRESEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MENGKONSUMSI DAGING SAPI DI KABUPATEN SOPPENG SULAWESI SELATAN

Asni¹, Rahmatia²

Ekonomi dan Studi Pembangunan, STIE Lamappapoleonro Soppeng¹

Ekonomi dan bisnis, Universitas Hasanuddin²

e-mail : asninisanugra77@gmail.com¹, e-mail : rahmatiayunus@gmail.com²

ABSTRAK

Konsumsi daging sapi di kab soppeng sulawesi selatan terus mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir, meskipun pada tahun – tahun sebelumnya konsumsi daging sapi tidak pernah meningkat, malah cenderung menurun, perilaku dan kegemaran masyarakat dan lingkungan geografi yang mendukung akan perilaku mengkonsumsi daging sapi yang harganya tergolong tinggi, isu ini akan dibahas pada tulisan ini. Penelitian ini menjelaskan pengaruh antara persepsi harga dan kualitas produk dalam membedakan keputusan untuk mengkonsumsi [membeli atau tidak membeli] daging sapi di kab soppeng dengan mengambil sampel 43 orang pengunjung pasar sentral di kab soppeng, yang mewakili populasi pengunjung pasar dan melakukan analisis diskriminant untuk menguji variabel persepsi harga dan kualitas produk dalam membedakan keputusan untuk mengkonsumsi [membeli atau tidak membeli] daging sapi dengan menggunakan pendekatan theory dan empirikal untuk menjelaskan hubungan dari variabel tersebut. Pada penelitian ini ditemukan hubungan atau pengaruh persepsi harga secara parsial atau dapat mempengaruhi keputusan untuk membeli atau tidak membeli artinya pada tingkat harga pembeli mampu membedakan kapan waktunya untuk membeli dan kapan waktunya untuk tidak membeli, begitu juga pada kualitas produk secara parsial mampu mempengaruhi keputusan pembeli untuk mengkonsumsi [membeli atau tidak membeli] artinya produk yang berkualitas dan yang tidak berkualitas mempengaruhi pembeli untuk membeli atau tidak membeli. secara multivariate kedua variabel persepsi harga dan kualitas produk mempengaruhi pembeli dalam mengkonsumsi daging sapi, dimana pada tingkat harga dan kualitas produk, pembeli mampu untuk membedakan kapan waktunya untuk membeli dan kapan waktunya untuk tidak membeli.

Kata kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Konsumsi Daging Sapi.

ABSTRACT

Beef consumption in South Sulawesi Soppeng regency has continued to increase in recent years, although in previous years beef consumption has never increased, instead it has tended to decline, behavior and public interest and geographical environment that will support the behavior of consuming beef whose prices are classified high, this issue will be discussed in this paper. This study explains the influence between perceived price and product quality in differentiating the decision to consume [buy or not buy] beef in Soppeng Regency by taking a sample of 43 central market visitors in Soppeng Regency, who represent the market visitor population and conduct discriminant analysis to test variables perception of price and product quality in differentiating the decision to consume [buy or not buy] beef using a theoretical and empirical approach to explain the relationship of these variables. In this study found the relationship or influence of perceived price perception partially or can influence the decision to buy or not buy means that at the price level the buyer is able to distinguish when to buy and when not to buy, as well as the product quality can partially influence the buyer's decision to consume [buy or not buy] means a quality product and does not have the quality of influencing the buyer to buy or not buy. multivariate both the variable price perception and product quality affect buyers in consuming beef, where at the level of price and product quality, buyers are able to distinguish when to buy and when not to buy.

Keywords: Price Perception, Product Quality, Beef Consumption.

PENDAHULUAN

Kabupaten Soppeng adalah kabupaten yang berada pada daerah ketinggian yang mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani, peternak, ASN,

pegawai swasta dan selebihnya adalah pekerja serabutan. Penghasilan masyarakat sebagai ASN, peternak dan petani lebih memudahkan mereka untuk mengkonsumsi daging sapi daripada membeli ikan

laut yang harganya setara dengan daging sapi, karena ikan –ikan laut yang dijual dipasar sentaral attar pasar pasar tradisional di kabupaten soppeng berasal dari kabupaten lain yang tentu saja menggunakan biaya transportasi yang cukup mahal sehingga setelah samapai di pasar harga daripada ikan laut tersebut menjadi mahal.Membeli daging lebih mnguntungkan bagi mereka dibandingkan dengan membeli ikan laut. Lingkungan geografi yang berada pada ketinggian yang jauh dari perairan lebih memudahkan penduduk mendapatkan daging sapi dari para peternak lokal daripada membeli ikan ikan laut yang harganya sama atau setara dengan daging sapi.Pendapatan penduduk yang terdiri dari ASN, petani dan peternak , pegawai swasta dan pekerja serabutan yang memiliki penghasilan tetap dan tidak tetap , namun tidak mempengaruhi mereka untuk tidak mengkonsumsi Daging sapi sekalipun harga daging sapi tergolong tinggi.Mengkonsumsi daging sapi merupakan hal biasa dan tidak hanya di temui pada saat hari raya .meskipun demikian mereka tetap saja memiliki pandangan yang berbeda beda terhadap kapan membeli dan tidak membeli dengan melihat persepsi harga dan kualitas produk.Harga yang tinggi tidak mempengaruhi mereka untuk tidak membeli dan sebiliknya dengan kualitas produk , produk yang buruk tidak memiliki harga dan mempengaruhi pembeli untuk tidak mengkonsumsi daging sapi.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep theory yang menjelaskan dan sangat terkenal yaitu Triple Botton Line yang berusaha menjelaskan keseimbangan lingkungan,sosial dan keuangan dalam suatu keluarga [Elkington,1997].Lingkungan sosial dan keuangan turut memberikan pengaruh bagi suatu keluarga untuk mengambil keputusan membeli atau tidak membeli daging sapi di kabupaten soppeng.Seperti diketahui mayoritas penduduk kab soppeng memiliki penghasilan tetap sebagai ASN, petani, peternak.

dan pegawain swasta dan pekerja serabutan yang memiliki penghasilan yang didukung oleh lingkungan geografis yang jauh dari perairan yang lebih menguntungkan bagi mereka mengkonsumsi daging sapi yang lebih mudah didapat daripada membeli ikan laut yang harganya setara dengan membeli daging sapi

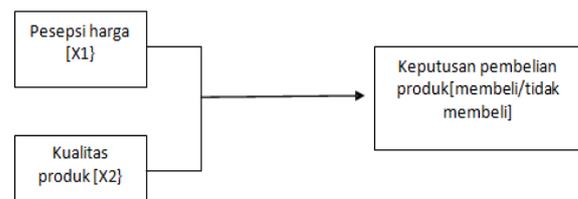
Masyarakat lebih bahagia dan memiliki rasa gembira ketika bisa membeli daging sapi atau ada kebahagiaan tersendiri yang mereka miliki ketika mereka bisa mengkonsumsi daging sapi.seperti

diketahui bahwa harga daging sapi lebih tinggi daripada harga daging lain, namun sikap dan perilaku untuk memutuskan membeli tidak mempengaruhi ketika harga tinggi, harga tinggi tidak merubah poladan sikap konsumsi mereka [The Theory Of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decision,2015].Perilaku gemar mengkonsumsi daging sapi dipengaruhi oleh keputusan untuk mengkonsumsi daging sapi yang dianggap lebih mudah untuk didapatkan karena sebagian penduduk kab soppeng bekerja sebagai peternak daging sapi

Meskipun dipasar pusat kota Soppeng dan pasar pasar tradisional, harga daging sapi relatif tinggi, tetapi penghasilan yang tetap menjadikan masyarakat lebih memilih untuk membeli daging daripada ikan [Why we buy what we buy, Theory of consumption value, Sheth,J.N.Newman,B.I dan Gross,B.L 1991]. Mengkonsumsi daging sapi adalah hal biasa ditemui dan tidak hanya pada hari raya atau hari tertentu saja.sebagian dari mereka menganggap mengkonsumsi daging sapi lebih menguntungkan bagi mereka karena bisa mengurangi pengeluaran mereka di bandingkan dengan membeli ikan laut yang harganya setara atau sama dengan daging sapi.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini di gunakan analisis diskriminan dimana analisis ini diharapkan mampu memberikan faktor pembeda dalam pengambilan keputusan untuk mengkonsumsi daging sapi.



Gambar 1. Keputusan Pembelian

Gambar diatas memperlihatkan perbedaan antara persepsi harga dan kulitas produk dalam menentukan keputusan mengkonsumsi membeli atau tidak membeli daging sapi.

Tabel 1 . Analysis Case Processing Summary

Unweighted Cases	N	Percent
Valid	42	97.7
Missing or out-of-range group codes	0	.0
At least one missing discriminating variable	1	2.3
Both missing or out-of-range group codes and at least one missing	0	.0
	1	2.3
	43	100.0

Tabel diatas menunjukkan bahwa ada 43 sampel dari pengunjung pasar yang diamati dan terdapat 1 data yang tidak valid, jdi total data yang valid adalah berjumlah 42 orang.

Tabel 2. Group statis

Keputusan Pembelian (Y)	Mean	Std. Deviation	Valid N (listwise)	
			Unweighted	Weighted
Tidak membeli				
Persepsi Harga (X1)	2.6167	.26502	15	15.000
Kualitas Produk	2.6667	.45426	15	15.000
(X2) Persepsi Harga	3.6296	.46186	27	27.000
(X1)	3.5802	.36506	27	27.000
Total	3.2679	.63292	42	42.000
Kualitas Produk (X2)	3.2540	.59268	42	42.000

Tabel diatas menerangkan bahwa pada kasus yang dianalisa terdapat 42 responden, dimana 15 responden memberi keputusan 0 [tidak membeli] dan 27 memberi keputusan 1 [membeli]. Pada variabel X1, nilai rata-rata X1 pada kelompok 1 atau kelompok yang membeli adalah sebesar 3,62 sedangkan kelompok 0 atau kelompok yang tidak membeli 2,61 yang artinya rata rata X1 pada kelompok 1 atau kelompok membeli lebih tinggi di bandingkan dengan kelompok 0 atau kelompok tidak membeli. Pada variabel X2, nilai rata –rata X2 pada kelompok 1 adalah sebesar 3,58 sedangkan pada kelompok 0 adalah 2,66

Tabel 3. Tests of Equality of Group Means

	Wilks'	F	d	d	Si
Persepsi Harga (X1)	.398	60.613	1	40	.000
Kualitas Produk	.441	50.666	1	40	.000

Tabel tersebut menjelaskan bahwa kedua variabel tersebut signifikan <0.05, maka kedua variabel tersebut memberikan perbedaan dalam pengambilan keputusan mengkonsumsi daging sapi di kab.soppeng sulsel. Angka signifikansi untuk kedua variabel sebesar 0.000 dengan dengan nilai F 60.613 pada persepsi harga[X1] dan nilai F 50.666 pada kualitas produk[X2] , maka kedua variabel masing-masing kelompok X1 dan X2 mempunyai perbedaan yang signifikan.

Tabel 4 Eigenvalue

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	2.870 ^a	10	100	.861

Pada tabel eigenvalues terdapat nilai canonical correlation dimana digunakan untuk mengukur derajat hubungan antara hasil diskriminan attar besarnya variabel yang mampu diterangkan variabel independen terhadap vvariabel dependen. Dari tabel diatas di peroleh nilai canonical corelation sebesar 0.861 bila di kuadratkan $[0.861 \times 0.861] = 0.7413$ artinya 74,13% varians dari variabel independen [kelompok] dapat dijelaskan dari model diskriminan yang terbentuk. Nilai korelasi canonical menunjukkan hubungan antara nilai diskriminan dengan kelompok. Dimana nilai sebesar 0.861 berarti hubungannya sangat tinggi karena mendekati angka 1 [besarnya korelasi antara 0-1]

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini penulis menemukan bahwa persepsi harga sangat menentukan konsumsi daging sapi di kab soppeng sulawesi selatan, dimana pada tingkat harga pembeli mampu membedakan kapan membeli dan kapan tidak membeli, meskipun persepsi harga secara parsial mempengaruhi keputusan mengkonsumsi daging sapi dan tidak diikuti oleh kualitas produk karena kualitas yang buruk tidak memiliki harga dan mempengaruhi pembeli untuk tidak membeli. Ini di tunjukkan oleh tabel test of equality of group means dimana signifikansi = 0,05% artinya pada tingkat harga tertentu pembeli mampu membedakan keputusan untuk membeli atau tidak membeli daging sapi dengan tingkat perbedaan = 0,05 % .pada uji vektor rata-rata memperlihatkan kedua variabel tersebut yaitu persepsi harga dan kualitas produk secara bersama –sama mempengaruhi konsumsi daging sapi di kab soppeng , hasil ini di tampilkan oleh tabel wilks lambda dengan tingkat signifikansi =0,05% yang artinya pada tingkat harga dan kualitas produk secara bersama-sama , pembeli mampu membedakan keputusan untuk membeli dan tidak membeli daging sapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony dan Govindarajan. 2005. Management Control System, Edisi 11, Buku 2 penerjemah : F.X. Kurniawan Tjakrawala, dan Krista. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Armstrong, M. 1998. Performance Management. England : Clays, Ltd. St. Lvesple.
- Daft, Richard L. 2011. Era Baru Manajemen. Jakarta : Salemba Empat.

- Darwinanti, 2008, Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Pt Perkebunan Nusantara III Deli Serdang- 2 Sei Karang, Sumatera Utara.
- Fajar Al Siti dan Tri Heru. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia Sebagai Dasar Meraih Keunggulan Bersaing, edisi pertama, cetakan kedua, Yogyakarta, Penerbit : UPP STIM YKPN.
- Hani, Handoko. 2000. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia, Edisi Kedua. Yogyakarta : BPFPE.
- Handoko, Hany T. 1995. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : BPFPE.
- Hariandja, MARIHOT Tua Efendi, 2002, Manajemen Sumberdaya Manusia, Pengadaan, Pengembangan, Pengkompensasian, dan Peningkatan Produktivitas Pegawai, cetakan pertama, edisi pertama, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Hutapea, Parulian dan Nurianna Thoha, 2008, Kompetensi Plus : Teori, Desain, Kasus dan Penerapan untuk HR dan Organisasi yang Dinamis, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kaswan. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Keunggulan Bersaing Organisasi. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Kuswadi. 2004. Cara Mengukur Kepuasan Karyawan. Jakarta: PT Elex Media.
- Mathis, R.L, Jackson, J.H, 2006. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Salemba Empat
- Mangkunegara, A. A. Anwar Prabu. 2001. Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia. Cetakan Pertama. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Mangkunegara Anwar Prabu, 2005, Manajemen Sumber Daya Manusia, Penerbit : Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Margono, 2004, Metodologi Penelitian Pendidikan, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Martoyo, Susilo 1992. Manajemen Sumber Daya Manusia. BPFPE Yogyakarta.
- Marwansyah. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Ketiga. Penerbit : Alfabeta. Bandung.
- Moekijat. 2010. Sumber Daya Manusia. cetakan kesembilan, Penerbit : Mandar Maju. Bandung.
- Mondy, R Wayne. 2008. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Mulyadi. 1997. Akuntansi Manajemen Keuangan (Konsep, Manfaat dan Rekayasa). Edisi Kedua. Yogyakarta : Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi.
- NitiseMITO, A.S. 2012. Manajemen Personalia dan Manajemen SDM. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Prihadi, S, 2004, Kinerja, Aspek Pengukuran, Penerbit : PT. Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Robbins, P.S. 2001. Perilaku Organisasi. Penerbit : Index Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Samsuddin Sadili. 2006. Manajemen Sumber Daya Manusia. Pustaka Setia: Bandung.
- Sedarmayanti, 2008, Manajemen Sumber Daya Manusia, cetakan kedua, Penerbit : Mandar Maju, Bandung.
- Sekaran, Uma. 2014. Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Dalam Sugiyono, dan Hair. 1998(Ed.), Sumber data Edisi 4. Jakarta : Salemba Empat.
- Slamet Frengky, 2014, Dasar-Dasar Kewirausahaan, Teori dan Praktik, cetakan kedua,, Penerbit : Indeks, Jakarta.
- Sopiah. 2008. Perilaku Organisasional. Yogyakarta : C.V.Andi Offset.
- Spencer, Lyle M., David C. McClelland, Signe M Spencer, 1990, Competency. Assessment Method History and State of the Art, Hay/McBer Research Press., Boston.
- Sudarmanto, 2009, Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM, cetakan pertama, Penerbit : Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2010 . Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeda.
- Sunyoto, Agus. 1991. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : STIE IPWI.
- Usmara. (2002). Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia. Jogjakarta : Asmara Books.
- Wibowo, 2007. Manajemen Kinerja.Edisi ketiga. Jakarta: Rajawali Pers