

KEBIASAAN BELANJA KONSUMEN MINYAK GORENG CURAH DAN KEMASAN DI KECAMATAN PANGKALAN KERINCI, KABUPATEN PELALAWAN, PROVINSI RIAU

CONSUMERS' SHOPPING HABITS OF BULK AND PACKAGED COOKING OIL IN PANGKALAN KERINCI SUB-DISTRICT, PELALAWAN DISTRICT, RIAU PROVINCE

Yeni Kusumawaty¹, Evy Maharani¹, Tengku Harunur Rasyid², Sonia Magdalena¹

¹Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Riau

²Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Riau

ABSTRACT

This study was conducted to determine consumer habits in purchasing bulk and packaged cooking oil in Pangkalan Kerinci Subdistrict, Pelalawan District, Riau Province. Respondents in this study were 46 housewives who consumed cooking oil in Pangkalan Kerinci Subdistrict, which were divided into 4 groups. The method applied in this research was focus group discussion (FGD). Data were analyzed using descriptive analysis. Respondents consume more packaged cooking oil than bulk cooking oil because of the cleanliness and hygiene of packaged cooking oil. There are seven purchase locations that are often used as a place of purchase, namely neighbourhood food stalls (warung), Indomaret, supermarkets, Alfamart, traditional markets and wholesalers. Factors that influence respondents in choosing cooking oil are price, location of purchase, package size and discount.

Keywords : focus group discussion, bulk cooking oil, packaged cooking oil, behavior, consumers

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui kebiasaan konsumen dalam membeli minyak goreng curah dan kemasan di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. Responden pada penelitian ini adalah 46 ibu rumah tangga yang mengkonsumsi minyak goreng di Kecamatan Pangkalan Kerinci yang dibagi menjadi 4 kelompok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *focus group discussion* (FGD). Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Responden lebih banyak mengkonsumsi minyak goreng kemasan dibanding minyak goreng curah karena kebersihan dan sifat higienis dari minyak goreng kemasan. Terdapat tujuh lokasi pembelian yang sering dijadikan sebagai tempat pembelian yaitu warung, indomaret, hypermarket, alfamart,

swalayan, pasar dan grosir. Faktor yang mempengaruhi responden dalam memilih minyak goreng adalah harga, lokasi pembelian, ukuran kemasan dan diskon.

Kata Kunci : *Focus Group Discussion*, Minyak Goreng Curah, Minyak Goreng Kemasan, Kebiasaan, Konsumen.

PENDAHULUAN

Kelapa sawit merupakan tanaman perkebunan utama di Indonesia. Kelapa sawit menjadi komoditas penting dikarenakan mampu memiliki rendemen tertinggi dibandingkan minyak nabati lainnya yaitu dapat menghasilkan 5,5-7,3 ton CPO/ha/tahun (PPKS, 2013). Provinsi Riau merupakan sentra perkebunan kelapa sawit terbesar di Indonesia dengan luas areal dan produksi sebesar 25,94% dari total luas areal dan produksi kelapa sawit di Indonesia. Kabupaten Pelalawan merupakan kabupaten dengan peringkat keempat terbesar sentra produksi minyak sawit di Riau (Direktorat Jendral Perkebunan, 2016). Hasil produksi kelapa sawit diolah menjadi produk *crude palm oil* (CPO) dan *palm kernel oil* (PKO) yang kemudian diolah menjadi produk turunan berupa minyak goreng. Produksi minyak goreng di Indonesia mengalami fluktuasi dengan kecenderungan meningkat dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Peningkatan jumlah produksi tersebut terjadi karena peningkatan jumlah penduduk dan seiring dengan peningkatan permintaan produk minyak goreng (BPS, 2016).

Industri minyak goreng sawit dalam negeri terbagi menjadi dua,

yaitu minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan. Minyak goreng curah merupakan minyak goreng yang dijual ke pasar tanpa menggunakan merek dan label diukur dalam satuan massa (kilogram). Minyak goreng curah ini biasanya ditempatkan di dalam jerigen besar atau drum lalu dijual kepada konsumen secara eceran. Minyak goreng kemasan adalah minyak goreng yang ditawarkan ke pasar dengan menggunakan kemasan, merek, dan label produk. Minyak goreng kemasan diukur dalam satuan volume (liter) dan dikemas dengan botol, plastik refill, dan jerigen. Walaupun minyak goreng curah masih mendominasi lebih dari 60 persen pangsa pasar, namun semakin banyak konsumen menggunakan minyak goreng merek (Supriyana, 2006).

Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian dipengaruhi oleh banyak faktor, menurut Kotler dan Armstrong (2001) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Selain itu perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak dapat dipengaruhi oleh pemasar, seperti dengan adanya kebijakan pemerintah mengenai minyak goreng wajib

kemasan. Kebijakan pemerintah mengenai minyak goreng wajib kemasan sebelumnya diatur dalam peraturan menteri perdagangan (Permendag) Nomor 80/M-Dag/PER/10/2014, dan mengalami perubahan menjadi peraturan menteri perdagangan (Permendag) Nomor 9/M-Dag/PER/2/2016. Kebijakan ini mewajibkan penggunaan minyak goreng wajib kemasan untuk dikonsumsi oleh seluruh masyarakat Indonesia, dengan merek Minyakita (Primadhyta, 2016).

Peraturan pemerintah tersebut diharapkan dapat memberi dampak peningkatan kesadaran masyarakat dan pengetahuan akan pentingnya konsumsi minyak goreng wajib kemasan sehingga akan menyebabkan penurunan tingkat konsumsi terhadap minyak goreng curah, dan pemasaran minyak goreng curah dipasar juga akan semakin berkurang. Berdasarkan hal tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kebiasaan konsumen dalam membeli produk minyak goreng curah dan kemasan di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan.

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan. Pemilihan Kabupaten Pelalawan dengan pertimbangan bahwa Kabupaten Pelalawan menempati peringkat keempat dalam produksi kelapa sawit di Provinsi Riau. Pemilihan Kecamatan Pangkalan Kerinci

karena lokasi tersebut merupakan ibu kota dari Kabupaten Pelalawan dan terdapat berbagai ritel-ritel belanja yang lengkap dengan akses yang mudah untuk dikunjungi konsumen. Waktu kegiatan *focus group discussion* dilaksanakan pada bulan September 2018 sampai Oktober 2018.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *focus group discussion*. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan yang menggunakan produk minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan. Teknik pengambilan sampel untuk *focus group discussion* dilakukan dengan metode *non probability sampling*. Dalam penelitian ini teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *convenience sampling*. *Convenience sampling* adalah teknik pengambilan responden atas dasar pertimbangan peneliti yang menganggap bahwa elemen-elemen yang dikehendaki telah terwakili dalam responden yang diambil. Sampel dipilih karena aksesibilitas dan kedekatan sampel dengan peneliti.

Kegiatan *focus group discussion* dilaksanakan dengan pembagian kedalam 4 kelompok berdasarkan tingkat upah minimum kabupaten yaitu sebesar Rp.2.561.250 (BPS, 2018), sehingga peneliti memutuskan untuk menetapkan Rp.2.500.000 sebagai batasan pendapatan antara pendapatan menengah keatas dan

pendapatan menengah kebawah. Tujuan pembagian sampel dalam metode *focus group discussion* berdasarkan golongan pendapatan yaitu agar perolehan informasi yang diperoleh dari sampel sesuai dengan keadaan dan perasaan yang dialami oleh setiap sampel dalam

mengonsumsi minyak goreng tanpa harus mengikuti jawaban dari pihak lain, terkhususnya yang memiliki golongan pendapatan yang berbeda dengan sampel tersebut. Sampel pada metode *focus group discussion* dikelompokkan sesuai dengan Tabel 1.

Tabel 1. Pembagian kelompok *focus group discussion*

Golongan Pendapatan	Kelompok Sampel	Jumlah Sampel
Menengah ke atas	Ibu Rumah Tangga	15
	Ibu Pekerja	6
Menengah ke bawah	Ibu Rumah Tangga	12
	Ibu Pekerja	13
Jumlah Total		46

Tabel 1 menjelaskan bahwa kelompok *focus group discussion* dibagi menjadi dua status yaitu ibu pekerja dan ibu rumah tangga serta tingkat pendapatan yaitu menengah ke atas dan menengah ke bawah. Hal ini karena konsumen minyak goreng pada umumnya adalah kalangan ibu-ibu baik itu yang bekerja selain pekerjaan rumah tangga maupun ibu rumah tangga itu sendiri. Walaupun tidak menutup kemungkinan bahwa kalangan bapak-bapak/laki-laki juga merupakan konsumen minyak goreng, tetapi dalam studi ini hanya mengambil ibu-ibu karena dianggap lebih berpengalaman dalam membeli minyak goreng.

Data yang diperoleh dari kegiatan *focus group discussion* dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2012) penelitian deskriptif yaitu, penelitian

yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Adapun pertanyaan yang akan diberikan kepada responden yaitu: (1) jenis minyak goreng yang sering dibeli, (2) alasan membeli minyak goreng, (3) lokasi pembelian minyak goreng yang dominan dilakukan, serta (4) faktor yang mempengaruhi memilih minyak goreng.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Focus group discussion dilakukan dengan membagi menjadi empat kelompok berdasarkan pendapatan dan pekerjaan dari ibu rumah tangga. Kelompok *focus group discussion* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kelompok *focus group discussion*

Hari/ Tanggal	Kelompok FGD	Sasaran FGD	Tingkat Pendapatan	Lokasi	Jumlah Responden
Sabtu/29 September 2018	1	Ibu Rumah Tangga	Pendapatan menengah keatas (\geq Rp.2.500.000)	Kelurahan Pangkalan Kerinci Kota	15
Senin/17 September 2019	2	Ibu Pekerja	Pendapatan menengah keatas (\geq Rp.2.500.000)	Kelurahan Pangkalan Kerinci Barat	6
Jumat/28 September 2018	3	Ibu Rumah Tangga	Pendapatan menengah kebawah ($<$ Rp.2.500.000)	Kelurahan Pangkalan Kerinci Kota	12
Senin/01 Oktober 2018	4	Ibu Pekerja	Pendapatan menengah kebawah ($<$ Rp.2.500.000)	Kelurahan Pangkalan Kerinci Timur	13
Jumlah					46

Pendapatan rumah tangga dibagi menjadi dua yaitu pendapatan menengah keatas dan pendapatan menengah kebawah, biaya sebesar Rp.2.500.000 sebagai batasan pendapatan antara pendapatan menengah keatas dan pendapatan menengah kebawah. Pekerjaan responden dibagi juga menjadi dua yaitu berdasarkan bekerja dan tidak bekerja, jika responden bekerja maka di kelompokkan kedalam ibu pekerja namun jika responden tidak bekerja maka di kelompokkan kedalam ibu rumah tangga. Jumlah keseluruhan responden yang menghadiri kegiatan

focus group discussion sebanyak 46 responden.

1. Jenis Minyak Goreng

Berdasarkan hasil kegiatan *focus group discussion*, responden mengkonsumsi jenis minyak goreng yang berbeda. Terdapat tiga jenis minyak yang dikonsumsi oleh responden, yaitu minyak goreng kemasan, minyak goreng curah, minyak goreng campuran. Jenis Minyak goreng yang dikonsumsi responden dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jenis minyak goreng yang dikonsumsi responden

No	Jenis Minyak Goreng	FGD 1	FGD 2	FGD 3	FGD 4	Jumlah	Persentase (%)
1	Kemasan	12	6	3	5	26	56,52
2	Curah	1	0	6	3	10	21,74
3	Campuran	2	0	3	5	10	21,74
Jumlah		15	6	12	13	46	100.00

Berdasarkan hasil dari 46 responden yang mengikuti *focus group discussion*, diperoleh jenis minyak goreng yang dominan

dikonsumsi oleh responden yaitu minyak goreng kemasan dengan jumlah 26 responden dan tingkat persentase sebesar 56,52%. Dimana

pada kelompok *focus group discussion* satu hingga empat terdapat responden yang mengkonsumsi minyak goreng kemasan. Hal ini berarti minyak goreng kemasan sudah dikonsumsi oleh setiap kelompok *focus group discussion* baik pada kelompok dengan pendapatan menengah keatas atau pendapatan menengah kebawah dan ibu rumah tangga atau ibu pekerja. Pernyataan ini sesuai dengan hasil penelitian Fitriana (2015) menunjukkan bahwa peralihan pola konsumsi dari minyak goreng curah dan ke minyak goreng bermerek pun semakin besar. Minyak goreng yang dikemas dalam botol atau plastik dianggap lebih bersih dan higienis oleh masyarakat daripada minyak goreng yang dijual eceran oleh pedagang keliling yang ditempatkan didalam jerigen dan drum.

Jenis minyak goreng curah dikonsumsi oleh 10 responden dengan tingkat persentase sebesar 21,74%. Kelompok *focus group discussion* yang banyak mengkonsumsi minyak goreng curah terdapat pada kelompok tiga, dengan kategori pendapatan menengah kebawah/ibu rumah tangga, sebanyak enam responden.

Jenis minyak goreng campuran dikonsumsi oleh 10 responden dengan tingkat persentase sebesar 21,74%. Pada bagian jenis minyak goreng campuran, memiliki dua penjelasan sebagai berikut: (1) responden tersebut mengkonsumsi minyak goreng kemasan dan

terkadang mengkonsumsi minyak goreng curah. Hal ini berarti responden cenderung menggunakan minyak goreng kemasan namun dikarenakan beberapa faktor, salah satunya seperti keterbatasan dana di akhir bulan, maka responden memutuskan untuk menggunakan minyak goreng curah pada akhir bulan. (2) Responden

mengkonsumsi kedua jenis minyak tersebut namun untuk penggunaan yang berbeda. Pada bagian ini, responden menggunakan minyak goreng curah sebagai bahan untuk keperluan usaha/dagang sedangkan minyak goreng kemasan digunakan untuk keperluan konsumsi rumah tangga. Jumlah responden terbanyak yang menggunakan minyak goreng campuran terdapat pada kelompok *focus group discussion* empat, dengan kategori pendapatan menengah kebawah/ibu pekerja, sebanyak lima responden.

2. Alasan Pembelian Minyak Goreng

Dalam mengkonsumsi minyak goreng setiap responden tentu memiliki alasan tersendiri, baik itu responden yang mengkonsumsi minyak goreng curah maupun minyak goreng kemasan. Pada penelitian ini diperoleh alasan dari setiap responden dalam mengambil keputusan menggunakan jenis minyak goreng. Alasan mengkonsumsi minyak goreng curah pada setiap kelompok *focus group discussion* dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah responden berdasarkan alasan mengkonsumsi minyak goreng curah pada kelompok *focus group discussion*

No	Alasan Membeli Minyak Goreng Curah	Jumlah	Persentase (%)
1	Harga terjangkau	6	22.22
2	Dapat dibeli dengan berbagai ukuran	6	22.22
3	Lokasi pembelian	4	14.81
4	Persediaan kemasan habis	4	14.81
5	Mudah diperoleh	3	11.11
6	Lebih murah	3	11.11
7	Untuk jualan	1	3.70
Jumlah		27	100.00

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada Tabel 4 maka alasan yang paling mendominasi yaitu harga terjangkau dan dapat dibeli dengan berbagai ukuran. Jumlah responden yang memiliki alasan membeli minyak goreng curah berdasarkan harga terjangkau dan dapat dibeli dengan berbagai ukuran sebanyak enam responden. Kedua alasan ini memiliki jumlah responden yang sama dan menjadi

hal yang utama bagi responden untuk membeli dan mengkonsumsi minyak goreng curah.

Pada kegiatan *focus group discussion* juga diperoleh alasan responden membeli minyak goreng kemasan. Hasil yang diperoleh dari kegiatan *focus group discussion* untuk alasan responden membeli minyak goreng kemasan dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Jumlah responden berdasarkan alasan mengkonsumsi minyak goreng kemasan pada kelompok *focus group discussion*

No	Alasan Membeli Minyak Goreng Kemasan	Jumlah	Persentase (%)
1	Bersih/higienis	19	9.18
2	Untuk kesehatan	17	8.21
3	Harga terjangkau	16	7.73
4	Kandungan yang aman	16	7.73
5	Irit/dapat digunakan berulang-ulang	15	7.25
6	Sering promo/diskon	15	7.25
7	Harga lebih murah	13	6.28
8	Kebiasaan	13	6.28
9	Kemasan praktis	13	6.28
10	Iklan dari Produk	11	5.31
11	Mudah diperoleh	10	4.83
12	Hasil masakan lebih berkualitas	9	4.35

No	Alasan Membeli Minyak Goreng Kemasan	Jumlah	Persentase (%)
13	Kejernihan	7	3.38
14	Keputusan keluarga	6	2.90
15	Lebih aman dikonsumsi	6	2.90
16	Bentuk kemasan beragam	4	1.93
17	Dapat dibeli dengan berbagai ukuran	3	1.45
18	Keterangan yang tertera	3	1.45
19	Masa kadaluarsa	3	1.45
20	Rasa masakan lebih enak	3	1.45
21	Lebih terjamin	2	0.97
22	Lebih terpercaya	2	0.97
23	Pemasaran yang luas	1	0.48
Jumlah		207	100.00

Berdasarkan Tabel 5 maka alasan yang paling mendominasi responden dalam membeli dan mengkonsumsi minyak goreng kemasan yaitu kebersihan/higienis yang terdapat pada minyak goreng kemasan. Jumlah responden yang memiliki alasan membeli minyak goreng kemasan berdasarkan bersih/higienis sebanyak 19 responden. Bagi responden kebersihan dan sifat higienis dari suatu minyak goreng kemasan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan ketika mengkonsumsinya. Alasan ini menjadi alasan terutama responden dalam pembelian minyak goreng kemasan. Minyak yang bersih dan higienis merupakan minyak yang jernih, aman, terjamin, dan terpercaya untuk dikonsumsi bagi kesehatan responden. Hal ini berkaitan dengan alasan responden mengkonsumsi minyak goreng kemasan berdasarkan kejernihan, lebih aman dikonsumsi, lebih

terjamin, dan lebih terpercaya. Pernyataan ini sesuai dengan hasil penelitian Zakia (2017) menunjukkan bahwa produk dari minyak goreng kemasan dilihat dari tingkat ke higienisan dan bentuk kemasannya. Semakin banyak konsumen menggunakan minyak goreng kemasan karena konsumen sekarang lebih memperhatikan tingkat kandungan gizi dari minyak itu sendiri sehingga konsumen tidak salah langkah dalam memilih mengkonsumsi minyak tersebut.

Alasan responden berdasarkan bersih/higienis berhubungan dengan alasan pada urutan kedua dari responden *focus group discussion* dalam membeli minyak goreng kemasan, yaitu untuk kesehatan. Jumlah responden yang memiliki alasan untuk kesehatan dalam membeli minyak goreng kemasan terdiri dari 17 responden. Kesehatan merupakan suatu yang penting dan membutuhkan perhatian khusus. Responden berpendapat bahwa

mengonsumsi minyak goreng kemasan lebih sehat daripada mengonsumsi minyak goreng curah dengan alasan sudah menjadi kebiasaan dan menjadi keputusan dalam keluarga setiap responden untuk membeli dan mengonsumsi minyak goreng kemasan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Fitriana (2015) menunjukkan bahwa minyak goreng kemasan biasanya mempunyai mutu yang lebih tinggi dibandingkan dengan minyak goreng curah. Minyak goreng kemasan biasanya menggunakan teknologi proses yang lebih tinggi dibandingkan minyak goreng curah.

Kelebihan proses produksi tersebut misalnya dilakukan dua kali penyaringan, dilakukan proses deodorasi dan pemucatan, sehingga dihasilkan minyak goreng yang lebih jernih dan tidak berbau.

3. Lokasi Pembelian Minyak Goreng

Tempat pembelian minyak goreng merupakan tempat yang sering dikunjungi oleh responden ketika membeli minyak goreng. Adapun tempat atau lokasi yang biasa dikunjungi oleh responden *focus group discussion* dapat dilihat secara jelas pada Tabel 6.

Tabel 6. Tempat pembelian minyak goreng curah dan kemasan pada kelompok *focus group discussion*

No	Tempat Pembelian Minyak Goreng Curah dan Kemasan	Jumlah	Persentase (%)
1	Warung	16	21.33
2	Indomaret	15	20.00
3	Hypermarket	13	17.33
4	Alfamart	13	17.33
5	Swalayan	10	13.33
6	Pasar	6	8.00
7	Grosir	2	2.67
Jumlah		75	100.00

Berdasarkan Tabel 6, bahwa tempat pembelian minyak goreng yang sering dikunjungi oleh responden yaitu warung dengan jumlah 16 responden. Alasan dari responden yang memilih warung sebagai alasan utama dalam penentuan tempat pembelian minyak goreng dikarenakan jarak antara tempat tinggal dan warung cukup dekat dan tidak membutuhkan waktu

yang lama, sehingga ini mendorong responden untuk membeli minyak goreng di warung. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Hurriani (2005) menunjukkan bahwa dalam pertimbangan memilih lokasi pembelian minyak goreng, konsumen memiliki kebiasaan membeli minyak goreng di warung. Selanjutnya tempat atau lokasi pembelian minyak goreng yang

berada pada urutan kedua yaitu indomaret. Hal ini sama dengan alasan responden memilih warung sebagai tempat pembelian minyak goreng dan juga didasari dengan alasan pada lokasi pembelian tersebut sering mengadakan promo/diskon.

Jika ditinjau berdasarkan tingkat pendapatan dari kelompok *focus group discussion* sesuai dengan tempat pembelian minyak goreng, maka diperoleh pada kelompok *focus group discussion* 1 dan 2 dengan tingkat pendapatan \geq Rp.2.500.000 dominan memilih indomaret dan alfamart untuk membeli minyak goreng. Pada kelompok *focus group discussion* 3 dan 4 dengan tingkat pendapatan $<$ Rp.2.500.000 dominan memilih warung dan hypermarket untuk membeli minyak goreng. Secara garis besar diperoleh dua jenis tempat pembelian minyak goreng berdasarkan dari hasil kegiatan *focus group discussion* yaitu:

- a. Ritel tradisional seperti warung, pasar dan toko/grosiran
- b. Ritel modern seperti alfamart, indomaret, hypermarket, dan swalayan

Ritel tradisional adalah ritel yang berupa kios atau warung rumah tangga yang dikelola dengan manajemen lebih tradisional dan pada umumnya berada di sekitar lingkungan perumahan seperti: toko, grosir, warung dan pasar. Ritel

modern adalah ritel yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya berada dikawasan perkotaan dan sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu pelayanan yang baik kepada konsumen seperti: minimarket, hypermarket, dan swalayan (Sinaga, 2006).

4. Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Minyak Goreng

Ketika hendak membeli dan mengkonsumsi minyak goreng, konsumen pastinya memiliki beberapa faktor yang penting sebagai penentu dalam pembelian minyak goreng. Faktor yang mempengaruhi responden ialah hal-hal yang mempengaruhi responden dalam pembelian minyak goreng ketika sedang berada dilokasi pembelian minyak goreng. Berdasarkan hasil *focus group discussion* diperoleh faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi responden dalam pembelian minyak goreng ketika sedang berada dilokasi pembelian. Faktor ini dibedakan berdasarkan jenis minyak goreng yang dikonsumsi oleh responden, baik minyak goreng curah ataupun minyak goreng kemasan. Faktor yang mempengaruhi responden dalam pengambilan keputusan membeli dan mengkonsumsi minyak goreng curah dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan membeli minyak goreng curah

No	Faktor yang Mempengaruhi Membeli Minyak Goreng Curah	Jumlah	Persentase (%)
1	Harga	10	40.00
2	Lokasi pembelian	8	32.00
3	Ukuran kemasan	6	24.00
4	Kegunaan	1	4.00
Jumlah		25	100.00

Faktor yang paling utama mempengaruhi responden dalam membeli minyak goreng curah yaitu harga, dengan jumlah responden sebanyak 10 responden. Jika terdapat perbedaan harga diantara kedua lokasi pembelian minyak goreng curah, maka responden menyatakan akan mencari lokasi atau tempat penjualan minyak goreng curah dengan harga yang lebih murah. Secara tidak langsung hal ini juga didukung oleh faktor yang mempengaruhi responden berdasarkan lokasi pembelian. Selain itu, responden akan cenderung memilih lokasi pembelian yang sudah dikenal sehingga dapat memberikan bon kepada responden tersebut.

Bagi beberapa responden, faktor harga juga berhubungan dengan ukuran kemasan minyak goreng curah yang akan dibeli. Hal ini didukung dengan pembelian minyak goreng curah yang dapat dibeli dengan berbagai ukuran misalnya: 0,25 kg, 0,5 kg, dan 1 kg. Responden menyatakan, semakin sedikit ukuran kemasan atau minyak goreng yang dibeli maka harga yang dikeluarkan juga semakin sedikit.

Selain itu beberapa responden juga menyatakan akan ada potongan harga yang berlaku bagi konsumen yang membeli minyak goreng curah namun dengan syarat membeli dalam jumlah yang banyak.

Harga dan ukuran kemasan juga berkaitan dengan kegunaan minyak goreng bagi responden. Terdapat satu responden yang menyatakan kegunaan dari minyak goreng curah sebagai faktor pendorong dalam mengkonsumsi minyak tersebut. Adapun pengertian kegunaan pada hal ini yaitu responden menggunakan minyak goreng curah sebagai salah satu bahan baku usaha. Penggunaan minyak goreng sebagai bahan baku dalam kegiatan penjualan tentunya memerlukan jumlah yang banyak, sehingga ketika membeli minyak goreng terdapat potongan harga dikarenakan responden tersebut membeli dalam jumlah yang banyak.

Hasil yang diperoleh dari kegiatan *focus group discussion* untuk faktor yang mempengaruhi responden dalam pengambilan keputusan membeli dan mengkonsumsi minyak goreng kemasan dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan membeli minyak goreng kemasan

No	Hal yang Mempengaruhi Membeli Minyak Goreng Kemasan	Jumlah	Persentase (%)
1	Harga	31	19.75
2	Lokasi pembelian	25	15.92
3	Promo/diskon	18	11.46
4	Merek dagang	16	10.19
5	Bentuk kemasan (keadaan)	12	7.64
6	Tanggal kadaluarsa	12	7.64
7	Ukuran kemasan	10	6.37
8	Kandungan	9	5.73
9	Kejernihan produk	7	4.46
10	Keterangan	7	4.46
11	Kegunaan	5	3.18
12	Higienis	3	1.91
13	Iklan	1	0.64
14	Praktis	1	0.64
Jumlah		157	100.00

Harga menjadi faktor pertimbangan pertama bagi responden *focus group discussion*. Jumlah responden yang memilih harga sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian minyak goreng sebanyak 31 responden. Pada bagian ini, responden akan membandingkan harga dari beberapa merek dagang minyak goreng kemasan. Responden akan cenderung memilih minyak goreng kemasan yang memiliki harga murah, faktor ini juga sejalan dengan faktor dengan urutan kedua dan ketiga yaitu lokasi pembelian dan promo/diskon.

Pengertian dari lokasi pembelian yaitu, responden akan memilih tempat pembelian yang sering mengadakan promo/diskon terhadap minyak goreng kemasan

serta pelayanan yang diberikan kepada responden. Adapun jumlah responden yang memiliki alasan lokasi pembelian sebagai faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian minyak goreng kemasan ialah 25 responden. Responden *focus group discussion* juga akan memilih minyak goreng kemasan yang memiliki promo atau diskon sehingga biaya yang dikeluarkan untuk pembelian minyak goreng menjadi berkurang. Hasil yang diperoleh dari kegiatan *focus group discussion*, responden yang mengonsumsi minyak goreng kemasan cenderung membeli minyak goreng kemasan karena adanya promo/diskon yang diadakan pada hari sabtu dan minggu. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Linda (2015) menunjukkan bahwa sebagian

besar konsumen berbelanja pada saat pengadaan diskon berlangsung, karena konsumen beranggapan mereka mendapatkan manfaat yang lebih apabila mereka berbelanja pada saat pengadaan program diskon berlangsung.

Pada faktor selanjutnya responden dipengaruhi oleh merek dagang dari minyak goreng kemasan tersebut. Merek dagang sejalan dengan bentuk/keadaan kemasan, tanggal kadaluarsa, dan ukuran kemasan. Responden akan membeli merek dagang minyak goreng kemasan pada ukuran tertentu sesuai yang biasa dikonsumsi, dengan memperhatikan keadaan bentuk kemasan dan tanggal kadaluarsa. Selanjutnya kandungan, kejernihan, keterangan dan kegunaan dari minyak goreng kemasan menjadi faktor yang mempengaruhi responden dalam membeli dan mengkonsumsi minyak goreng kemasan. Minyak goreng kemasan yang memiliki kandungan dan kejernihan minyak yang baik serta memiliki keterangan lengkap yang tercantum pada kemasan akan mendorong responden untuk membelinya.

Faktor higienis, iklan dan praktis menjadi ketiga faktor terendah yang mempengaruhi responden dalam mengambil keputusan membeli minyak goreng kemasan, hal ini dikarenakan bagi beberapa konsumen berpendapat bahwa seluruh minyak goreng kemasan tentu sudah memiliki sifat yang higienis, terutama jika

dibandingkan dengan minyak goreng curah sehingga responden tidak ragu terhadap sifat higienis minyak goreng kemasan ketika membelinya. Kepercayaan responden didorong juga dengan iklan yang diadakan khusus minyak goreng tersebut. Selain itu untuk sifat praktis yang dimiliki oleh minyak goreng, mengkonsumsi minyak goreng kemasan tentunya lebih praktis jika dibandingkan ketika mengkonsumsi minyak goreng curah.

KESIMPULAN

Kebiasaan konsumen dalam membeli minyak goreng curah dan kemasan di Kecamatan Pangkalan Kerinci yang diperoleh dari *focus group discussion* yaitu jenis minyak goreng yang dominan digunakan responden adalah minyak goreng kemasan. Kebersihan dan sifat higienis dari minyak goreng kemasan merupakan alasan yang utama bagi responden *focus group discussion* dalam mengkonsumsi minyak goreng kemasan. Terdapat tujuh lokasi pembelian yang sering dijadikan sebagai tempat pembelian yaitu warung, indomaret, hypermarket, alfamart, swalayan, pasar dan grosir yang berada di Kecamatan Pangkalan Kerinci.

Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan membeli minyak goreng curah dan kemasan berdasarkan *focus group discussion* ialah harga, lokasi pembelian, ukuran kemasan, dan diskon.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan. 2018. Kabupaten Pelalawan Dalam Angka 2018. BPS Kabupaten Pelalawan. Pangkalan Kerinci.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan. 2017. Kecamatan Pangkalan Kerinci Dalam Angka 2016. BPS Kabupaten Pelalawan. Pangkalan Kerinci.
- Direktorat Jendral Perkebunan. 2016. Statistik Perkebunan Indonesia 2015-2017: Kelapa Sawit (Oil Palm). Sekretariat Direktorat Jendral Perkebunan. Jakarta.
- Fitriana. 2015. Analisis Perbandingan Sikap Konsumen dalam Memilih Produk Minyak Goreng Kemasan dan Curah (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Kota Pekanbaru). *JOM FEKON*. 2(1): 1-14.
- Hurriani, V. 2005. Pembelian, Penggunaan, Penyimpanan, dan Konsumsi Minyak Goreng pada Rumah Tangga Miskin dan Tidak Miskin di Kota Bogor Serta Estimasi Level Fortifikan. Skripsi (Tidak dipublikasikan). Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 8. Erlangga. Jakarta.
- Linda. 2015. Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Program Diskon Pada Minat Beli Ulang Di Matahari Versus Ramayana. Skripsi (Tidak dipublikasikan). Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS). 2013. Profil Pusat Penelitian Kelapa Sawit. Medan.
- Primadhyta, Safyra. 2016. Mendag Tunda Kewajiban Penjualan Minyak Goreng Kemasan. CNN Indonesia. 16 Februari 2016.
- Sinaga, Pariaman. 2006. Penelitian Dampak Keberadaan Pasar Modern (Supermarket dan Hypermarket) Terhadap Usaha Ritel Koperasi/Waserda dan Pasar Tradisional. *Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM*. 1(1): 1-8.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Supriyana, Eko. 2006. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Minyak Goreng Bermerek dan Tidak Bermerek (Kasus: Rumah Makan di Kota Bogor). Skripsi (Tidak dipublikasikan). Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Zakia, Farah. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Minyak Goreng Curah dan Minyak Goreng Kemasan Studi Kasus Pasar Peunayong Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah*. 2(1): 1-10.