



# Prosiding

## LOKAKARYA NASIONAL INOVASI TEKNOLOGI PERTANIAN MENDUKUNG HARI PANGAN SEDUNIA 2007

Buku II - Teknologi Padi dan Palawija



Bandar Lampung, 25 - 26 Oktober 2007

### KERJASAMA :



Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian  
Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung  
Lembaga Penelitian Universitas Lampung  
Perhimpunan Penyuluh Pertanian Provinsi Lampung

# POLA KONSUMSI DAN FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP JUMLAH KONSUMSI BIHUN TAPIOKA DI KOTA BANDAR LAMPUNG DAN METRO

W.D. Sayekti, F.E. Prasmatiwati, dan R. Adawiyah\*)

UNIVERSITAS LAMPUNG

\*) Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mempelajari: pola konsumsi dan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap jumlah konsumsi bihun tapioka di Kota Bandar Lampung dan Metro. Penelitian dilaksanakan di Kota Bandar Lampung dan Metro. Kedua kota dipilih secara sengaja (*purposive*) didasarkan pada keragaman karakteristik sosial ekonomi Kota Bandar Lampung, sedangkan Kota Metro dipilih karena merupakan sentra produksi bihun di Propinsi Lampung. Pengambilan data dilaksanakan pada bulan September sampai dengan November 2006. Penelitian dilaksanakan dengan metode survei dan sensus. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple cluster sampling*, dan *sequential sampling*. Data dianalisis secara deskriptif dan statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen rumah tangga dan pedagang di Kota Metro masing-masing sebanyak sebanyak 30 orang (85,71%) dan 31 orang (86,11%) mengkonsumsi bihun tapioka, sedangkan di Bandar Lampung tidak mengkonsumsi. Jumlah konsumsi bihun tapioka konsumen rumah tangga di Kota Metro adalah 733,87 gram per rumah tangga per bulan, sedangkan konsumen pedagang adalah 73.360 gram per pedagang per bulan. Sebagian besar (65,63%) konsumen pedagang membeli bihun dengan frekuensi 30 kali per bulan (setiap hari), sedangkan konsumen rumah tangga masing-masing sebanyak 45,16 persen dengan frekuensi satu dan dua kali per bulan. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi bihun tapioka konsumen rumah tangga adalah harga mi kering, harga cabai, dan jumlah anggota keluarga, sedangkan yang mempengaruhi konsumsi bihun tapioka konsumen pedagang adalah harga bihun tapioka, besar modal usaha, dan pendidikan.

Kata kunci: pola konsumsi

## ABSTRACT

*Consumption Pattern And Factors Influencing The Amount Of Tapioca Vermicelli Consumption At The City Of Bandar Lampung And Metro. The objectives of this research were to study consumption pattern and factors influencing the amount of tapioca vermicelli consumption. The research was held at Bandar Lampung and Metro City. Those city chosed purposively base on the diversity of socio economic characteristic for Bandar Lampung and production central of tapioca vermicelli at Lampung Province for Metro. Data*

were collected on September until November 2006. Survey and census method were applied for this research and used simple cluster sampling and sequential sampling technic. Data were analyzed descriptively and statistically. The result showed that household and vendor at Metro as many as 30 people (85,71%) and 31 people (86,11%) respectively consume tapioca vermicelli. There were no household and vendor consume tapioca vermicelli at Bandar Lampung. Household and vendor at Metro consume 733,87 gram per household per month and 73.360 gram per vendor per month respectively. Most of vendor (65,63%) bough cassava vermicelli 30 times per month (everyday), while household 45,16 % bought ones and twice per month. Factors that influence household's consumption of tapioca vermicelli were the price of dry noodle, the price of chili, and household size. However the factors that influence vendor tapioca vermicelli consumption were the price of tapioca vermicelli, capital, and education.

*Key word: consumption pattern.*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Diversifikasi pangan yang merupakan salah satu aspek yang ditangani dalam mewujudkan ketahanan pangan masyarakat, ternyata sampai dengan saat ini hasilnya belum sesuai dengan yang diharapkan. Salah satu indikatornya adalah bahwa pola konsumsi pangan masyarakat masih didominasi oleh padi-padian (terutama beras).

Upaya mengurangi ketergantungan terhadap beras dapat dilakukan dengan meningkatkan ketersediaan aneka olahan pangan dengan rekayasa pengolahan pangan yang merupakan hasil pertanian. Hardinsyah dan Martianto (2001) menyatakan bahwa umbi-umbian mempunyai prospek yang cukup luas untuk dikembangkan, baik sebagai substitusi beras maupun untuk diolah menjadi "makanan bergengsi".

Produk mi adalah produk nonberas yang paling disukai diantara produk nonberas lainnya sebagai pengganti nasi untuk sarapan (Pusat Studi Pangan dan Gizi Institut Pertanian Bogor, 2004). Sesuai dengan bahan bakunya nama mi di masyarakat dibedakan: mi (terigu), soun (tepung aren), dan bihun (tepung beras, jagung, tapioka).

Dari hasil penelitian Sayekti, Lestari, dan Rangga (2004) diketahui bahwa bihun merupakan pangan jenis mi yang cukup penting dalam menu makanan masyarakat. Pada konsumen rumah tangga dan pedagang bihun menduduki peringkat ke dua diantara berbagai jenis mi, masing-masing setelah mi instan untuk konsumen rumah tangga dan setelah mi segar pada konsumen pedagang (bakso).

Bihun tapioka merupakan pangan alternatif yang potensial di Propinsi Lampung mengingat Propinsi Lampung merupakan sentra produksi tepung tapioka. Selanjutnya yang perlu diketahui adalah bagaimana pola konsumsi bihun tapioka dan faktor apa saja yang berpengaruh terhadap jumlah konsumsi bihun tapioka. Pola konsumsi masyarakat pada daerah bukan sentra dan sentra industri bihun tapioka akan berbeda, oleh karena itu kajian ini melihat pola konsumsi bihun tapioka di Kota Bandar Lampung dan Metro.

### **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan mempelajari pola konsumsi bihun tapioka dan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap jumlah konsumsi bihun tapioka di Kota Bandar Lampung dan Metro.

## **BAHAN DAN METODA**

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Daerah penelitian dipilih secara sengaja yang didasarkan pada pertimbangan bahwa Kota Bandar Lampung merupakan pusat aktivitas ekonomi, sedangkan Kota Metro dipilih karena merupakan sentra produksi bihun (tapioka) di Propinsi Lampung. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Juli sampai dengan November 2006.

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan adalah metode sensus dan survai. Metode sensus digunakan untuk studi pola konsumsi konsumen pedagang di Kota Metro, Metode survai digunakan untuk studi pola konsumsi konsumen rumah

tangga di Kota Bandar Lampung dan Metro serta konsumen pedagang di Kota Bandar Lampung.

Teknik sampling yang digunakan untuk konsumen rumah tangga adalah *probability sampling* yaitu sampling sekuensial (Malhotra, 2005). Jumlah sampel rumah tangga yang diambil sebanyak masing-masing 30 unit sampel untuk Kota Bandar Lampung dan Kota Metro. Jumlah sampel pedagang di Kota Metro berdasarkan hasil sensus diperoleh 40 sampel. Untuk Konsumen pedagang di Kota Bandar Lampung dilakukan pengambilan sampel gugus sederhana (*simple cluster sampling*), dengan jumlah 32 pedagang.

### Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif dan statistik. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengkaji pola konsumsi, sedangkan analisis statistik digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap jumlah konsumsi bihun tapioka yaitu dengan menggunakan fungsi *Cobb-Douglas*.

Fungsi untuk melihat faktor-faktor yang berpengaruh terhadap konsumsi bihun tapioka konsumen rumah tangga adalah sebagai berikut :

$$Dbtpk = b_0 \cdot Hbtpk^{b1} \cdot Hmk^{b2} \cdot Hkcp^{b3} \cdot Hcb^{b4} \cdot Htlr^{b5} \cdot Hsw^{b6} \cdot Tpdk^{b7} \cdot Jklg^{b8} \cdot DI^{b9} \cdot e^{diDi+u}$$

*Keterangan :*

Jumlah permintaan bihun tapioka (Dbtpk), Harga bihun tapioka (Hbtpk), Harga mi kering (Hmk), Harga kecap (Hkcp), Harga cabai (Hcb), Harga telur (Htlr), Harga sawi (Hsw), Tingkat pendidikan (Tpdk), Jumlah anggota keluarga (Jklg), Tingkat pendapatan (DI), intersep ( $b_0$ ), koefisien regresi ( $b_i$ ), bilangan natural ( $e = 2,7182$ ), Kesalahan pengganggu ( $u$ ).

Untuk menduga parameter model fungsi persamaan tersebut selanjutnya ditransformasikan ke dalam bentuk logaritma natural ( $\ln$ ), sehingga diperoleh persamaan regresi linier berganda untuk konsumsi bihun tapioka konsumen rumah tangga:

$$\ln Dbtpk = \ln b_0 + b_1 \ln Hbtpk + b_2 \ln Hmk + b_3 \ln Hkcp + b_4 \ln Hcb + b_5 \ln Htlr + b_6 \ln Hsw + b_7 \ln Tpdk + b_8 \ln Jklg + b_9 DI + u$$

Pola yang sama digunakan pada fungsi untuk melihat faktor-faktor yang berpengaruh terhadap konsumsi bihun tapioka konsumen pedagang dengan menyesuaikan variabel-variabelnya. Pengujian parameter secara bersama-sama dilakukan dengan uji F, sedangkan pengujian secara parsial menggunakan uji t.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian diketahui bahwa baik konsumen rumah tangga maupun pedagang di Kota Bandar Lampung tidak mengkonsumsi bihun tapioka. Hal tersebut terjadi karena di Kota Bandar Lampung hanya sedikit sekali konsumen yang mengetahui bahwa ada bihun yang berbahan baku tapioka yaitu masing-masing 5,71 persen untuk konsumen rumah tangga dan 8,57 persen konsumen pedagang. Selain hal tersebut tidak dikonsumsinya bihun tapioka oleh konsumen di Kota Bandar Lampung juga disebabkan oleh ketidaktersediaan bihun tapioka di pasar Kota Bandar Lampung.

### Pola Konsumsi

Pola konsumsi bihun tapioka adalah susunan beragam jenis bihun tapioka yang biasa dimakan seseorang yang dicerminkan dalam jumlah, jenis, dan frekuensi mengkonsumsi bihun. Jumlah konsumsi bihun menunjukkan banyaknya bihun yang dibeli oleh responden selama suatu periode tertentu. Jumlah konsumsi bihun tapioka oleh responden dapat dilihat pada Tabel 1.

Terlihat dari Tabel 1 bahwa dalam hal jumlah konsumsi jelas ada perbedaan antara responden rumah tangga dengan pedagang. Hal ini jelas terjadi karena responden rumah tangga membeli untuk konsumsi rumah tangganya, sedangkan responden pedagang membeli untuk dijual kembali dalam bentuk makanan olahan untuk konsumen dalam jumlah yang sangat besar.

Tabel 1. Jumlah konsumsi bihun tapioka dalam satuan kg/bulan.

Responden	Uraian	Jumlah
Rumah Tangga	Jumlah Responden (orang)	30
	Rata-rata konsumsi (gram /bln)	733,87
	Konsumsi Maks (gram)	2000,00
	Konsumsi Min (gram)	250,00
Pedagang	Jumlah Responden (orang)	32
	Rata-rata konsumsi (gram/bln)	73.360,00
	Konsumsi Maks (gram)	280.000,00
	Konsumsi Min (gram)	14.000,00

Meskipun tidak sebanyak merek bihun beras, juga terdapat beberapa merek bihun tapioka yang dipasarkan di Kota Metro. Adapun merek bihun tapioka yang dikonsumsi konsumen rumah tangga dan pedagang dapat dilihat pada Tabel 2. Pada Tabel 2 terlihat bahwa bihun tapioka merek Monas Lancar dan Orang Tani mendominasi jenis merek

yang dikonsumsi rumah tangga masing-masing sebesar 38,71 persen. Untuk konsumen pedagang merek yang paling banyak dikonsumsi adalah Monas Lancar. Merek Monas Lancar banyak diminati oleh konsumen pedagang karena bihun merek Monas Lancar sudah dikenal masyarakat Kota Metro sejak dulu (dikenal dengan istilah *brand loyalty*) dan juga harganya murah.

Tabel 2. Merek bihun tapioka yang dikonsumsi oleh konsumen .

No.	Merek	Konsumen			
		Rumah Tangga		Pedagang	
		$\Sigma$	(%)	$\Sigma$	(%)
1.	Monas Lancar	12	38,71	17	53,13
2.	Orang Tani	12	38,71	11	34,38
3.	Angsa	4	12,90	2	6,25
4.	Obor	1	3,23	-	-
5.	Dua Jangkar	1	3,23	1	3,13
6.	Dua Merpati	1	3,23	-	-
7.	Bulan	-	-	1	3,13
Jumlah		31	100,00	32	100,00

Frekuensi pembelian bihun yang dimaksud adalah seberapa sering bihun dibeli oleh konsumen rumah tangga maupun konsumen pedagang.

Frekuensi pembelian bihun tapioka konsumen disajikan pada Tabel 3

Pada Tabel 3, terlihat bahwa terdapat perbedaan frekuensi pembelian antara rumah tangga dan pedagang. Pedagang membeli bihun tapioka setiap hari karena memang diperlukan setiap hari, sedangkan rumah tangga tidak setiap hari menggunakannya.

Tabel 3. Frekuensi pembelian bihun tapioka oleh konsumen rumah tangga

Konsumen	Frekuensi pembelian (x/bulan)	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
Rumah tangga	1	14	45,16
	2	14	45,16
	3	3	9,68
	Jumlah	31	100,00
Pedagang	30	21	65,03
	15	9	28,13
	6	1	3,13
	4	1	3,13
	Jumlah	32	100,00

#### Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Konsumsi Bihun Tapioka

Faktor – faktor yang mempengaruhi konsumsi bihun tapioka oleh konsumen ditentukan berdasarkan hasil analisis regresi linier dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 13 dengan memasukkan seluruh variabel bebas yang diduga berpengaruh terhadap permintaan bihun. Konsumsi bihun dalam penelitian ini dibagi dalam dua model, yaitu model konsumsi bihun tapioka pada konsumen rumah tangga dan pedagang. Analisis regresi untuk melihat faktor-faktor yang berpengaruh terhadap jumlah konsumsi bihun tapioka dilakukan beberapa tahap sehingga diperoleh model yang terbaik.

Hasil analisis regresi dari model terbaik untuk konsumen rumah tangga yang diperoleh dapat dilihat pada Tabel 4.



Tabel 4. Hasil analisis regresi jumlah konsumsi bihun tapioka rumah tangga

Variabel	Koefisien regresi	T-hitung	P-value
Konstanta	2,193	0,556	0,583
Harga bihun tapioka (Rp/kg)	-0,902	-0,958	0,347
Harga mi kering (Rp/kg)	1,532 <sup>a</sup>	2,187	0,038
Harga cabai (Rp/kg)	-0,634 <sup>b</sup>	-1,457	0,158
Harga telur (Rp/kg)	0,958	0,529	0,601
Jumlah anggota keluarga (jiwa)	1,113 <sup>c</sup>	3,248	0,003
F-hitung	3,739		0,012 <sup>d</sup>
R square	0,428		
Adjusted R square	0,313		
Durbin Watson test	2,327		

Keterangan ;

a : Nyata pada taraf kepercayaan 96,2% c : Nyata pada taraf kepercayaan 99,7%

b : Nyata pada taraf kepercayaan 84,2% d : Nyata pada taraf kepercayaan 98,8%

Hasil R square yang diperoleh pada Tabel 4 sebesar 0,428 yang berarti bahwa 42,8 persen variasi yang terjadi pada model permintaan bihun tapioka sebagai variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel – variabel bebas sedangkan sisanya 57,2 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Nilai hasil uji F-hitung sebesar 3,739 dengan probabilitas 0,012 menjelaskan bahwa semua variabel bebas pada model secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap permintaan bihun tapioka (Dbtpk). Dari hasil uji-t diketahui bahwa ada 3 variabel bebas yang berpengaruh nyata terhadap permintaan bihun tapioka (Dbtpk), yang terdiri dari harga mi kering (Hmk), harga cabai (Hcb), dan jumlah anggota keluarga (Jklg). Hasil akhir model persamaan permintaan bihun tapioka adalah :

$$\ln Dbtpk = 2,193 \ln hbtpk^{-0,902} \ln Hmk^{1,532} \ln Hcb^{-0,634} \ln Htlr^{0,958} \ln Jklg^{1,113} e^{diDi+u}$$

Adapun pengaruh dari masing-masing variabel bebas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a) Harga bihun tapioka (Hbtpk)

Harga bihun tapioka tidak berpengaruh nyata terhadap konsumsi bihun dengan harga bihun tapioka ini tidak berpengaruh nyata dikarenakan harga bihun tapioka yang dijual di pasar relatif murah, sehingga bisa dijangkau oleh daya beli masyarakat.

b). Harga mi kering (Hmk)

Harga mi kering berpengaruh nyata secara positif terhadap konsumsi bihun tapioka. Hal ini dikarenakan mi kering dan bihun tapioka memiliki fungsi yang sama dalam menu makan rumah tangga. Selain sebagai pensubstitusi nasi, mi kering juga digunakan sebagai lauk makan.

b) Harga cabai (Hcb)

Harga cabai berpengaruh nyata secara negatif terhadap konsumsi bihun tapioka Hal tersebut menunjukkan bahwa cabai merupakan barang komplementer bihun tapioka.

c) Harga telur (Htlr)

Harga telur tidak berpengaruh nyata dikarenakan telur sebagai barang komplementer dalam olahan bihun tapioka hanya dibutuhkan sedikit, banyak alternatif barang komplementer sebagai pengganti telur.

d) Jumlah anggota keluarga (Jklg)

Jumlah anggota keluarga berpengaruh nyata secara positif terhadap konsumsii bihun tapioka. Jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap permintaan bihun tapioka karena dengan bertambahnya jumlah anggota keluarga maka kebutuhan makanan untuk dikonsumsi tentunya juga akan semakin bertambah.

Hasil analisis regresi dari model terbaik untuk konsumen pedagang yang diperoleh dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil analisis regresi pendugaan model jumlah konsumsi bihun tapioka oleh konsumen pedagang

Variabel	Koef. Regresi	t-hitung	P-value
Konstanta	-0,462	-0,007	0,994
Harga bihun tapioka (Rp/kg)	0,005 <sup>b</sup>	1,567	0,132
Harga bihun beras (Rp/kg)	0,001	0,458	0,652
Harga daging sapi (Rp/kg)	-0,001	-1,274	0,217
Harga kecap (Rp/625 ml)	0,001	0,228	0,822
Harga saos tomat (Rp/625 ml)	0,005	0,437	0,667
Harga cabai (Rp/kg)	-0,002	-0,907	0,357
Harga taugé (Rp/kg)	0,002	0,374	0,712
Besar modal usaha (Rp/minggu)	0,0000018 <sup>a</sup>	4,610	0 000
Pendidikan (tahun)	0,754 <sup>c</sup>	1,376	0,183
Lama usaha (tahun)	0,252	1,274	0,217
F-hitung	6,911		0,000
R <sup>2</sup> (adjusted)	0,656		
R <sup>2</sup>	0,767		
Durbin Watson	2,468		

Keterangan :

- a. Nyata pada taraf kepercayaan 99%    c. Nyata pada taraf kepercayaan 81,7%  
 b. Nyata pada taraf kepercayaan 86,8 %

Dari Tabel 5 terlihat bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,767. Nilai tersebut berarti bahwa peubah-peubah bebas harga bihun beras, harga bihun tapioka, harga daging sapi, harga kecap, harga saos tomat, harga cabai, harga taugé, besar modal usaha per minggu, pendidikan, dan lama usaha dapat menjelaskan 76,7 persen dari keragaan permintaan bihun tapioka, sedangkan 23,3 persen sisanya diterangkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Nilai F-hitung sebesar 6,911 yang signifikan pada tingkat kepercayaan 99 persen, berarti semua variabel independen yang dimasukkan dalam model secara bersama – sama mampu menjelaskan variabel dependen. Pengaruh dari masing-masing variabel bebas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a) Harga bihun tapioka (Hbpk)

Harga bihun tapioka (Hbt) berpengaruh nyata dan positif terhadap konsumsi bihun tapioka. Hal ini tidak sesuai dengan hukum permintaan. Harga bihun tapioka menggambarkan kualitasnya. Untuk diketahui bahwa kualitas bihun tapioka yang diproduksi di Kota Metro tidak stabil, karena proses produksi yang ada masih kurang baik. Hal ini berpengaruh terhadap konsumsi bihun tapioka

b) Harga bihun beras (Hbb)

Harga bihun beras (Hbb) tidak berpengaruh nyata terhadap konsumsi bihun tapioka. Pada konsumen pedagang di Kota Metro bihun beras dan bihun tapioka digunakan secara bersamaan.

c) Harga daging sapi (Hds)

Harga daging sapi tidak berpengaruh nyata terhadap konsumsi bihun tapioka. Tidak berpengaruh nyatanya harga daging sapi karena harga daging sapi di daerah penelitian nilainya kurang bervariasi.

d) Harga kecap (Hk), harga saos tomat (Hst), dan harga cabai (Hcb)

Ketiga faktor tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi bihun pedagang. Hal tersebut menunjukkan bahwa kecap, saos tomat, dan cabai merupakan bahan pelengkap bakso yang cukup penting sehingga naik turunnya harga tidak berpengaruh terhadap konsumsi bihun tapioka.

e) Harga tauge (Ht)

Harga tauge (Ht) tidak berpengaruh nyata terhadap konsumsi bihun tapioka. Tidak berpengaruh nyatanya harga tauge karena harga tauge di daerah penelitian cenderung sama sehingga nilainya kurang bervariasi.

f) Besar modal usaha (Bmu)

Faktor besar modal usaha (Bmu) berpengaruh nyata positif terhadap konsumsi bihun tapioka. Besar modal usaha terkait dengan besar pengeluaran bihun tapioka yang berarti jumlah konsumsi semakin banyak.

g) Pendidikan (Pdd)

Faktor pendidikan (Pdd) berpengaruh nyata positif terhadap konsumsi bihun tapioka. Pendidikan yang tinggi akan menentukan baiknya kinerja usahanya yang berdampak meningkatnya omset usaha.

h) Lama berusaha (Lmb)

Faktor lama berusaha (Lmb) tidak berpengaruh nyata terhadap konsumsi bihun tapioca. Tidak berpengaruh nyatanya lama berusaha menunjukkan lama berusaha tidak menentukan omset usahanya.

Dari hasil analisis di atas, maka secara matematis bentuk persamaan permintaan bihun tapioka oleh konsumen pedagang sebagai berikut :

$$\text{Dbtpk} = -0,462 + 0,005\text{Hbt} + 0,001\text{Hbb} - 0,001\text{Hds} + 0,001\text{Hk} + 0,005\text{Hst} \\ - 0,002\text{Hc} + 0,002\text{Ht} - 0,0000018\text{Bmu} + 0,754\text{Pdd} + 0,252\text{Lmb} + e$$

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Konsumen rumah tangga dan pedagang di Kota Bandar Lampung tidak mengonsumsi bihun tapioka. Jumlah konsumsi bihun tapioka konsumen rumah tangga dan pedagang di Kota Metro masing-masing 733,87 gram per rumah tangga per bulan dan 73.360 gram per pedagang per bulan. Konsumen rumah tangga banyak mengonsumsi bihun tapioka merek Monas Lancar dan Orang tani, sedangkan pedagang merek Monas Lancar. Frekuensi pembelian bihun tapioka konsumen rumah tangga adalah satu dan dua kali per bulan, sedangkan pedagang 30 kali per bulan (setiap hari).

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap konsumsi bihun tapioka konsumen rumah tangga di Kota Metro adalah harga mi kering, harga cabai, dan jumlah anggota keluarga, sedangkan yang berpengaruh terhadap jumlah konsumsi bihun tapioka pedagang adalah harga bihun tapioka, besar modal usaha, dan tingkat pendidikan.

### Saran

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa bihun tapioka baru dikonsumsi oleh konsumen di Kota Metro, disebabkan bihun tapioka belum dikenal oleh konsumen di Kota Bandar Lampung. Oleh karena itu, perlu diupayakan pengenalan bihun tapioka kepada masyarakat luas yang dapat dilakukan dengan melakukan promosi dengan berbagai cara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hardinsyah dan D. Martianto. 2001. Pembangunan Ketahanan Pangan berbasis Agribisnis. *Prosiding pada Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat untuk Mencapai Ketahanan Pangan dan Pemulihan Ekonomi*. Pusat Studi Kebijakan Pangan dan Gizi Institut Pertanian Bogor, Agrindo Aneka Consult, Partnership of Economis growth (PEG) USAID, dan Badan Bimas Ketahanan Pangan Departemen Pertanian. Hlm. 40-51.
- Malhotra, N.K. 2005. *Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta. 345 hlm.
- Pusat Studi Pangan dan Gizi Institut Pertanian Bogor. 2004. Kerangka Acuan Kerja (TOR) Riset Unggulan Strategi Nasional Diversifikasi Pangan Pokok. Pusat Studi Pangan dan Gizi Institut Pertanian Bogor. Bogor. 13 hlm.
- Sayekti, W.D., D.H. Lestari, dan K.R. Rangga. 2004. Kajian tentang Permintaan dan Preferensi terhadap Mi, Bihun, dan Soun serta Kelayakan Usaha, Keuntungan, dan Nilai Tambah Mi, Bihun, dan Soun di Propinsi Lampung. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung. 201 hlm.

### Diskusi :

#### Pertanyaan dan Saran:

#### *Dari Samsu (Unila)*

Bihun tapioka dibandingkan bihun jagung mana yang bernilai gizi tinggi dan faktor apa yang menyebabkan makanan bihun jadi makanan sampingan?

#### Tanggapan/jawaban:

Untuk kadar gizi belum dilakukan secara mendalam, baru sebatas selera konsumen dan prospek pasar. Diduga karena selera masyarakat yang belum terbiasa maka bihun baru menjadi makanan sampingan saja, kedepannya barangkali perlu sosialisasi dan pengenalan kepada generasi sehingga dimungkinkan menjadi makanan pokok.