

**ANALISIS PREFERENSI, POLA KONSUMSI, DAN PERMINTAAN TIWUL  
OLEH KONSUMEN RUMAH MAKAN DI PROVINSI LAMPUNG**

*(Analysis of Preference, Patterns of Consumption, and The Demand of Tiwul  
by Consumers at Food Stall in Lampung Province)*

Tyas Sekartiara Syafani, Dyah Aring Hepiana Lestari, Wuryaningsih Dwi Sayekti

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 1  
Bandar Lampung 35145, e-mail: sekartiaryafani@gmail.com

**ABSTRACT**

*This research's aims are to analyze preference, patterns of consumption, and factors affecting of tiwul's demand by consumers at food stall in Lampung Province. The study was conducted in South Lampung District and West Tulang Bawang District. There were four food stalls located at Dayasakti Village, Pulung Kencana Village, and Sidomulyo Village. Food stall sells tiwul as the main menu. There were 60 respondents in this study that was taken by accidental sampling. Data collection was carried out in February - June 2014. The method of analysis in this study is descriptive quantitative and verification analysis. The results showed that preference of tiwul by consumers at food stall in Lampung Province was at medium category. Attributes of tiwul that wanted by consumers at stall food was low price ( $\leq$  Rp5,000), blackish brown color, chewy texture, not strong scent, little taste, and close mileage traveled. Consumption patterns of tiwul was as follows: consumption frequency of once to twice per month, usually consumed pure tiwul by the number of average consumption of 932.52 grams, and the reason for eating tiwul was because of the preference. Factors that significantly affected the demand of tiwul by consumers at food stall in Lampung Province was price of chicken gizzard, price of tempe, and ethnic. The side dish of gizzard chicken was as a complementary good and tempe was as a substitution good.*

*Key words: consumption, demand, preference, tiwul*

**PENDAHULUAN**

Pembangunan pertanian merupakan bagian integral dari pembangunan ekonomi nasional. Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah untuk membangun ekonomi nasional melalui pembangunan pertanian adalah program ketahanan pangan. Berdasarkan Peraturan Menteri Pertanian nomor 14 tahun 2012, ketahanan pangan merupakan prioritas pembangunan nasional. Ketahanan pangan dapat dicapai dengan pemenuhan kebutuhan pangan dari sumber pangan domestik.

Pangan diperlukan tubuh atas fungsinya sebagai triguna makanan untuk pemenuhan gizi dan sumber energi. Pada dasarnya tidak ada satupun jenis pangan yang mempunyai kandungan gizi yang lengkap dan cukup sehingga pangan perlu dikonsumsi secara beragam, berimbang, dan bergizi (3B) sesuai dengan Pola Pangan Harapan (PPH) yang dianjurkan sehingga tercapai status gizi baik. Beras merupakan pangan pokok bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Menurut Sumodiningrat (2001) dilihat dari aspek konsumsi, pemahaman bahwa konsumsi beras merupakan

indikator masyarakat maju menyebabkan perubahan kebiasaan dan ketergantungan konsumsi pangan terhadap beras.

Diperkirakan sekitar 96 persen penduduk Indonesia bergantung pada beras (Rozi 2006). Menurut Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian RI (2012), total permintaan beras terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan penduduk yang masih tinggi, yaitu sebesar 1,49 persen per tahun. Jumlah impor beras mencapai 205.496 kilogram pada tahun 2011. Menurut BKP Kementerian Pertanian RI (2012) Indonesia sebenarnya dalam jangka waktu delapan tahun telah terjadi penurunan lebih dari satu kilo per tahun. Namun, penurunan konsumsi beras tersebut tidak diimbangi dengan peningkatan konsumsi pangan lokal. Konsumsi pangan pokok justru beralih ke pengonsumsi makanan dari gandum dan terigu yang merupakan komoditas impor. Hal tersebut merupakan salah satu indikasi masalah ketahanan pangan dan kemandirian pangan karena tidak terpenuhinya ketersediaan pangan bagi penduduk Indonesia yang semakin meningkat (Disperindag Provinsi Lampung 2011).

Untuk mengurangi konsumsi beras, maka upaya yang dilakukan pemerintah adalah melalui program diversifikasi konsumsi pangan. Diversifikasi konsumsi pangan adalah suatu proses pemanfaatan dan pengembangan suatu bahan pangan sehingga penyediaan dan konsumsinya semakin beragam dan mengacu pada pencapaian PPH agar tercapai status gizi yang baik. Diversifikasi konsumsi pangan pada dasarnya harus berasal dari sumber pangan lokal. Bahan makanan yang diproduksi secara lokal sudah sesuai dengan sumberdaya dan iklim daerah setempat, sehingga ketersediaannya dapat diupayakan secara optimal. Salah satu pangan lokal yang mudah ditemukan adalah jenis pangan dari golongan umbi-umbian. Ubi kayu merupakan pangan lokal dan komoditas andalan yang memberikan kontribusi cukup tinggi bagi perekonomian di Provinsi Lampung.

Ketersediaan ubi kayu yang tinggi di Provinsi Lampung ternyata tidak berbanding lurus dengan konsumsi masyarakat terhadap ubi kayu itu sendiri. Ubi kayu merupakan salah satu bahan makanan lokal Provinsi Lampung yang memiliki surplus sebesar 8.871 ton atau 9,4 persen menurut BKP Provinsi Lampung (2011). Pada tahun 2012 konsumsi umbi-umbian di Provinsi Lampung belum mencapai harapan, yaitu sebesar 22,8 kg/kapita/tahun atau setara ubi kayu 21,1 kg/kapita/tahun. Skor PPH golongan umbi-umbian pada tahun 2012 lebih rendah dari standar ideal, yaitu hanya mencapai 2,0 (BKP Provinsi Lampung 2012). Hal tersebut diakibatkan karena bergesernya pola konsumsi masyarakat yang beragum ke pola konsumsi tunggal, yaitu beras.

Guna menunjang keberhasilan program diversifikasi konsumsi pangan lokal, salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah peningkatan konsumsi ubi kayu dari berbagai jenis olahannya. Salah satu olahan ubi kayu yang merupakan makanan tradisional suku Jawa adalah tiwul. Saat ini tiwul sudah banyak dijual di rumah makan. Tiwul yang dikonsumsi tentunya berdasarkan preferensi atau selera masing-masing konsumen. Preferensi seseorang terhadap makanan menimbulkan perilaku mengonsumsi. Pola konsumsi seseorang terhadap tiwul mencerminkan permintaan tiwul itu sendiri. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi, pola konsumsi, dan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan tiwul oleh konsumen rumah makan di Provinsi Lampung.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Lampung Selatan dan Tulang Bawang Barat pada bulan Januari-Juni 2014. Desa Sidomulyo, Kecamatan Sidomulyo di Kabupaten Lampung Selatan dan Desa Dayasakti, Kecamatan Tumijajar, serta Desa Pulung Kencana, Kecamatan Tulang Bawang Tengah di Kabupaten Tulang Bawang Barat dipilih sebagai tempat penelitian dengan pertimbangan bahwa terdapat rumah makan yang menjual tiwul sebagai menu utama.

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang mengonsumsi tiwul di rumah makan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non probability sampling* karena populasi yang diteliti jumlah dan identitas anggota tidak diketahui. Pengambilan sampel dilakukan secara *accidental*. Banyaknya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 60 orang konsumen. Sampel yang dijadikan responden di Kabupaten Lampung Selatan sebanyak 30 konsumen di satu rumah makan yang terdapat di Desa Sidomulyo dan sebanyak 30 konsumen lainnya di tiga rumah makan yang terdapat di Desa Dayasakti dan Desa Pulung. Pembagian responden pada masing-masing rumah makan di Kabupaten Tulang Bawang Barat sebanyak 10 konsumen.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data primer adalah wawancara dan pengamatan langsung. Data sekunder diperoleh melalui metode pencatatan yang berasal dari instansi/lembaga yang terkait dengan penelitian.

Untuk menjawab tujuan pertama, yaitu mengetahui preferensi konsumen terhadap tiwul di rumah makan digunakan metode deskriptif kuantitatif dengan kategorisasi. Preferensi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penilaian konsumen terhadap atribut intrinsik rasa, aroma, warna, tekstur, harga, dan kemudahan memperoleh.

Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut tiwul digunakan data *rating* dengan aturan penilaian skala *likert* 3 butir. Jawaban yang paling tidak sesuai dengan keinginan responden diberi skor satu, sedangkan jawaban yang paling sesuai dengan keinginan responden diberi skor tiga. Jumlah pertanyaan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap tiwul yang disajikan di rumah makan adalah 6 butir pertanyaan sehingga skor minimum adalah 6 dan skor maksimum adalah 18.

Kategori tingkat kesukaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah tidak suka, sedang/biasa saja, dan suka. Kategori ini juga merupakan patokan dalam menentukan faktor selera yang mempengaruhi permintaan tiwul oleh konsumen rumah makan. Menurut Suparman (1990) untuk mempermudah pengklasifikasian, maka digunakan rumus interval kelas sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Range (R)}}{\text{Kategori (K)}} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

- Range (R) = Skor tertinggi – skor terendah
- Kategori = Tiga adalah jumlah kelas

Hasil perhitungan interval kelas tersebut digunakan untuk menentukan kategori preferensi tiap konsumen di rumah makan berdasarkan enam atribut yang ditentukan. Kriteria preferensi konsumen rumah makan adalah sebagai berikut.

- a. interval nilai 6 – 10 tidak suka
- b. interval nilai 11 – 14 biasa saja atau sedang
- c. nterval nilai 15 – 18 suka

Untuk menjawab tujuan ke dua, yaitu mengetahui pola konsumsi tiwul konsumen digunakan adalah analisis deskriptif dengan tabulasi data. Hal-hal yang dianalisis dalam pola konsumsi konsumen mencakup jumlah, frekuensi, cara mengonsumsi, alasan mengonsumsi. Jumlah dan frekuensi konsumsi tiwul dapat diketahui secara *Recall* (menanyakan ulang) pada konsumen yang mengonsumsi tiwul selama satu bulan terakhir.

Untuk mengetahui kontribusi energi yang dihasilkan dari konsumsi tiwul terhadap Angka Kecukupan Gizi (AKG) konsumen rumah makan, maka dilakukan perhitungan dengan cara membandingkan jumlah energi yang terkandung dalam tiwul yang dikonsumsi dengan AKG anjuran. Menurut Hardinsyah dan Martianto (1989) untuk mengetahui kandungan gizi bahan makanan dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{KGij} = (\text{Bj}/100 \times \text{Gij} \times \text{BDDj}/100) \dots\dots\dots (2)$$

Angka kecukupan gizi (AKG) dihitung dengan rumus:

$$\text{AKG} = \text{BB} / \text{BB standar} \times \text{AKG standar} \dots (3)$$

Keterangan:

- KGij = Kandungan gizi (energi) tiwul yang dikonsumsi

- Bj = Berat tiwul yang dikonsumsi (gram)
- Gij = Kandungan gizi (energi) dalam 100 gram tiwul
- BDDj = Berat yang dapat dimakan
- AKG = Angka kecukupan gizi (energi) yang dianjurkan (kilokalori)
- BB = Berat badan aktual (kg)
- BB standar = Berat badan standar (kg)
- AKG standar = Angka kecukupan gizi dalam tabel kecukupan gizi yang dianjurkan (kilokalori)

Menurut Indriani (200) untuk menghitung kontribusi konsumsi tiwul digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Kontribusi (kcal/hr)} = \frac{\sum \text{Konsumsi}}{\text{AKG}} \times 100\% \dots (4)$$

Untuk menjawab tujuan ketiga, yaitu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tiwul oleh konsumen rumah makan di Kabupaten Lampung Selatan dan Tulang Bawang Barat digunakan metode verifikatif dengan analisis regresi fungsi permintaan. Untuk menduga parameter model, maka fungsi permintaan ditransformasikan ke dalam bentuk logaritma natural (ln) sehingga diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\ln Y = \ln b_0 + b_1 \ln X_1 + b_2 \ln X_2 + b_3 \ln X_3 + b_4 \ln X_4 + b_5 \ln X_5 + b_6 \ln X_6 + b_7 \ln X_7 + b_8 \ln X_8 + d_1 D_1 + d_2 D_2 + d_3 D_3 + d_4 D_4 + d_5 D_5 + d_6 D_6 + d_7 D_7 + u \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan:

- Y = Permintaan tiwul
- b<sub>0</sub> = Intersep
- b<sub>1</sub>-b<sub>8</sub> = Koefisien variabel bebas
- d<sub>1</sub>-d<sub>7</sub> = Koefisien *dummy*
- X<sub>1</sub> = Harga tiwul (Rp/porsi)
- X<sub>2</sub> = Harga nasi (Rp/porsi)
- X<sub>3</sub> = Harga lauk ikan gabus (Rp/porsi)
- X<sub>4</sub> = Harga lauk ikan lele sambal (Rp/porsi)
- X<sub>5</sub> = Harga lauk ayam goreng (Rp/porsi)
- X<sub>6</sub> = Harga lauk hati ampela ayam (Rp/porsi)
- X<sub>7</sub> = Harga lauk tempe kering (Rp/porsi)
- X<sub>8</sub> = Pendapatan (Rp/bulan)
- D<sub>1</sub> = Tingkat pendidikan  
D<sub>1</sub> = 1 jika tingkat pendidikan SMA  
D<sub>1</sub> = 0 jika selain SMA
- D<sub>2</sub> = Tingkat pendidikan  
D<sub>2</sub> = 1 jika Perguruan Tinggi  
D<sub>2</sub> = 0 jika selain Perguruan Tinggi

- $D_3$  = Pengetahuan gizi  
 $D_3 = 1$  jika pengetahuan gizi sedang  
 $D_3 = 0$  lainnya
- $D_4$  = Pengetahuan gizi  
 $D_4 = 1$  jika pengetahuan gizi tinggi  
 $D_4 = 0$  lainnya
- $D_5$  = Selera/Preferensi  
 $D_5 = 1$  selera sedang,  $D_5 = 0$  lainnya
- $D_6$  = Selera/Preferensi  
 $D_6 = 1$  selera tinggi,  $D_6 = 0$  lainnya
- $D_7$  = Suku  
 $D_7 = 1$  jika suku Jawa,  $D_7 = 0$  lainnya
- e = Bilangan natural (2,7182)
- u = Kesalahan acak

Untuk menguji hasil perhitungan agar tidak menghasilkan persamaan yang bias, maka dilakukan uji asumsi klasik. Tujuan dilakukan uji multikolinieritas adalah untuk mengetahui apakah ada korelasi antar variabel bebas. Menurut Ghozali (2006) jika variabel-variabel independen saling berkorelasi, yaitu nilai toleransi  $< 0,10$  atau sama dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)  $> 10$ , maka mengindikasikan adanya multikolinieritas.

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi ke observasi lain. Ada tidaknya gejala heteroskedastis dapat diketahui dengan melakukan Uji *White*. Jika nilai *P value chi square*  $< 5\%$ , maka terdapat gejala heteroskedastis (Gujarati 2006)

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan uji t dan uji F. Pengambilan keputusan dengan uji t dan uji F menggunakan taraf kepercayaan 90 persen. Untuk mengetahui elastisitas permintaan terhadap harga, elastisitas silang, dan elastisitas pendapatan, diperoleh dari nilai koefisien regresi yang dihasilkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Preferensi Konsumen terhadap Tiwul

Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi mayoritas konsumen tiwul di rumah makan berada pada kategori sedang/biasa saja. Tiwul yang dijual di rumah makan di Kabupaten Lampung Selatan dan Tulang Bawang Barat memiliki atribut intrinsik yang berbeda seperti tekstur, warna, dan rasa. Preferensi konsumen dan atribut-atribut yang diinginkan konsumen tiwul di rumah makan dapat dilihat pada Tabel 1.

Konsumen menilai bahwa harga tiwul yang dijual tidak terlalu mahal, yaitu Rp5000 per porsi, namun sebagian besar konsumen tetap menginginkan harga tiwul yang lebih murah. Aroma tiwul yang dijual di rumah makan juga sudah sesuai dengan keinginan konsumen, artinya tiwul yang dijual di rumah makan diolah secara baik sehingga tidak menimbulkan bau yang tidak sedap ketika dikukus. Dari segi kemudahan memperoleh, konsumen menilai bahwa tiwul mudah diperoleh karena jarak rumah makan tiwul yang tidak terlalu jauh dari pasar sebagai pusat kegiatan perekonomian, namun konsumen menginginkan rumah makan tiwul berada di sekitar pasar sehingga selain lebih mudah dijangkau karena jaraknya lebih dekat, namun juga mudah ditemukan.

Ditinjau dari segi warna, mayoritas konsumen tiwul di rumah makan lebih menyukai tiwul yang berwarna coklat kehitaman dibandingkan dengan tiwul yang berwarna kuning kecoklatan. Hal ini dikarenakan warna tiwul yang pada umumnya dikenal oleh masyarakat adalah warna coklat kehitaman. Dilihat dari segi tekstur, sebesar 60 persen konsumen lebih menyukai tiwul dengan tekstur kenyal. Pada umumnya tiwul memang bertekstur kenyal, berbeda dengan nasi yang memiliki tekstur jauh lebih lembut.

Pada atribut rasa tiwul, sebanyak 58,33 persen konsumen lebih menyukai rasa tiwul yang sedikit pahit. Hal tersebut dikarenakan tiwul pada umumnya memiliki rasa sedikit pahit. Warna coklat kehitaman tersebut diakibatkan oleh fermentasi yang tidak diimbangi dengan intensitas cahaya matahari yang tinggi pada proses pengeringan. Selain itu, tiwul memiliki rasa sedikit pahit karena kandungan glukosa yang lebih rendah dibandingkan dengan nasi. Secara keseluruhan, perbedaan atribut-atribut yang diinginkan oleh konsumen tiwul di Kabupaten Lampung Selatan dan Tulang Bawang Barat hanya berdasarkan atribut tekstur dan warna tiwul.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Qodhar (2013) mengenai preferensi konsumen terhadap pasta mangga podang pada hotel-hotel di Kota Batu, Malang. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap pasta mangga sangat dipengaruhi oleh rasa, warna, kekentalan atau tekstur, dan aroma. Namun, berbeda dengan hasil penelitian Rochaeni (2013) yang menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap buah lokal hanya berdasarkan atribut rasa.

Tabel 1. Atribut-atribut yang diinginkan konsumen rumah makan di Kabupaten Lampung Selatan dan Tulang Bawang Barat

No.	Karakteristik Tiwul	Atribut yang Diinginkan Konsumen	Jumlah (orang)		Jumlah (Provinsi Lampung)	
			Lampung Selatan	Tulang Bawang Barat	Orang	%
1.	Harga	Murah (<Rp 5.000,00/porsi)	23	19	42	70,00
		Sedang (Rp 5.000,00 –Rp 8.000,00/porsi)	7	11	18	30,00
		Mahal (>Rp 8.000,00/porsi)	0	0	0	0,00
2.	Tekstur	Kenyal	11	23	34	56,67
		Lembut	19	7	26	43,33
3.	Warna	Kuning kecoklatan	18	7	25	41,67
		Coklat kehitaman	12	23	35	58,33
4.	Aroma	Kuat	8	9	17	28,33
		Tidak kuat	22	21	43	71,67
5.	Rasa	Manis	12	13	25	41,67
		Sedikit pahit	18	17	35	58,33
6.	Kemudahan memperoleh berdasarkan jarak	Dekat	20	19	39	65,00
		Sedang	10	11	21	35,00
		Jauh	0	0	0	0,00

Pada dasarnya preferensi seseorang terhadap makanan tidak hanya bergantung pada karakteristik eksternal dan internal yang melekat pada makanan, tetapi juga karakteristik lingkungan tempat individu tersebut tinggal. Sebagian besar mata pencaharian pokok penduduk di Kabupaten Tulang Bawang Barat dan Lampung Selatan adalah petani. Hampir seluruh petani di Kabupaten Tulang Bawang Barat dan Lampung Selatan membudidayakan ubi kayu. Baik di Kabupaten Lampung Selatan dan Tulang Bawang Barat, keduanya memiliki tingkat produksi ubi kayu yang tinggi.

**Pola Konsumsi Tiwul oleh Konsumen**

Pola konsumsi adalah susunan makanan yang mencakup jenis dan jumlah bahan makanan rata-rata per orang per hari yang umum dikonsumsi pada jangka waktu tertentu. Berdasarkan hasil penelitian, responden dalam penelitian ini memiliki frekuensi konsumsi sebanyak 1-2 kali per bulan. Berbeda dengan hasil penelitian Sumardi (2013) bahwa pola konsumsi nasi ubi kayu oleh masyarakat di beberapa kabupaten di Jawa Tengah rata-rata sebanyak 34 kali per minggu. Penggunaan nasi ubi kayu masih dilakukan masyarakat pedesaan yang kondisi lahan dan geografinya marginal sehingga stigma konsumsi makanan berbahan ubi kayu sebagai makanan masyarakat yang berekonomi marginal masih cukup lekat, sekalipun jenis-jenis makanan dan penyajiannya telah banyak berkembang.

Dilihat dari jumlah tiwul yang dikonsumsi oleh konsumen, rata-rata jumlah tiwul yang dikonsumsi adalah 932,52 gram per bulan atau 31,08 gram per

hari. Bila dikonversikan ke dalam energi, maka rata-rata energi yang dihasilkan dari pengonsumsi tiwul sebesar 119,59 kilo kalori. Kebutuhan energi konsumen rata-rata dalam satu hari sebesar 2.385 kilo kalori sehingga sebesar 5,16 persen kebutuhan energi per orang per hari berasal dari asupan tiwul dikonsumsi dalam jumlah tertentu.

Menurut BKP Provinsi Lampung (2011), berdasarkan standar nasional pola pangan harapan, idealnya dibutuhkan energi 2.000 kilo kalori (kcal) perkapita perhari dengan 6 persen komposisinya berasal dari golongan umbi-umbian. Bila dibandingkan dengan jumlah ideal untuk golongan umbi-umbian tersebut, maka rata-rata jumlah konsumsi tiwul oleh konsumen rumah makan di Kabupaten Lampung Selatan dan Tulang Bawang Barat hamper mendekati jumlah ideal. Hasil penelitian Ariani (2010) menunjukkan bahwa pola konsumsi pangan masyarakat sudah semakin beragam dengan skor PPH yang meningkat walau hanya mendekati skor PPH ideal. Untuk menuju pola pangan yang diharapkan sesuai acuan PPH, konsumsi beras harus dikurangi, sebaliknya untuk umbi-umbian, pangan hewani dan sayur serta buah masih perlu ditingkatkan secara signifikan.

Sebagian besar konsumen rumah makan dalam penelitian ini mengonsumsi tiwul murni. Sebesar 21,70 persen konsumen mengonsumsi tiwul dengan campuran nasi putih. Campuran sedikit nasi putih pada tiwul bertujuan untuk meminimalisasi rasa pahit pada tiwul. Sisanya sebesar 6,7 persen konsumen tiwul mengonsumsi tiwul dengan cara digoreng. Dilihat dari segi alasan konsumsi, sebesar 55,00 persen konsumen

mengonsumsi karena faktor kesukaan dan sebesar 33,33 persen konsumen mengonsumsi karena faktor kesukaan. Faktor kesukaan dan kebiasaan seseorang terhadap tiwul tersebut sangat dipengaruhi oleh suku. Beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kesukaan dan kebiasaan makan seseorang, diantaranya arti makanan bagi masyarakat tersebut, tradisi masyarakat, budaya, dan keluarga. Sisanya hanya sebesar 8,33 persen konsumen yang mengonsumsi tiwul karena alasan untuk memenuhi keinginan saja.

**Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Permintaan Tiwul oleh Konsumen Rumah Makan**

Permintaan tiwul adalah jumlah tiwul yang dikonsumsi oleh konsumen di rumah makan yang menjual tiwul sebagai menu pokok alternatif pengganti nasi beras yang dinyatakan dalam satuan gram dan dalam jangka waktu satu bulan. Berdasarkan hasil regresi analisis fungsi permintaan tiwul, variabel harga nasi (X2), harga lauk ikan gabus (X3), harga lauk ikan lele sambal (X4) dikeluarkan untuk mendapatkan model permintaan yang paling baik.

Harga nasi (X2) paling tidak berpengaruh terhadap permintaan tiwul karena sebagian besar konsumen biasa mengonsumsi tiwul murni. Walaupun penjual menyediakan nasi putih sebagai alternatif menu, tetapi konsumen tetap mengonsumsi tiwul, bukan nasi. Harga lauk ikan gabus (X3) dan harga lauk ikan lele sambal (X4) juga dikeluarkan dari model persamaan karena harga lauk ikan gabus (X3) dan harga lauk ikan lele sambal (X4) memiliki nilai korelasi *Pearson* yang tinggi, yaitu 0,967 sehingga terdapat gejala multikolinier. Harga lauk tersebut juga dijual dengan harga yang relatif sama di keempat rumah makan tiwul yang dijadikan lokasi penelitian sehingga harga lauk tidak bervariasi. Menurut Winarno (2007) untuk menghasilkan spesifikasi model regresi yang baik, maka salah satu asumsi yang harus dipenuhi adalah nilai variabel X harus bervariasi. Hal-hal ini menyebabkan hasil regresi yang tidak bagus.

Berdasarkan Tabel 2, maka secara matematis bentuk persamaan permintaan tiwul oleh konsumen rumah makan di Provinsi Lampung adalah sebagai berikut.

$$Y = \ln 0,4652 + 0,0234 \ln X_1 + 0,0404 \ln X_5 - 0,0273 \ln X_6 + 0,7789 \ln X_7 - 0,0139 \ln X_8 + 0,0069 D_1 - 0,0038 D_2 + 0,0289 D_3 +$$

$$0,061 D_4 - 0,0067 D_5 - 0,0031 D_6 + 0,0545 D_7$$

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) tiap variabel kurang dari 10. Dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung gejala multikolinieritas. Hasil uji *White* menunjukkan nilai *Obs\*R-squared* sebesar 7,25, sedangkan nilai *probabilitas (chi-square)* adalah 0,89 (lebih besar daripada  $\alpha = 0,05$ ), dengan demikian, data tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

Nilai *Adjusted R-square* pada persamaan permintaan tiwul adalah 0,8204. Hal ini berarti bahwa permintaan terhadap tiwul oleh konsumen dapat dijelaskan oleh model melalui variabel-variabelnya sebesar 82,04 persen, sedangkan sisanya sebesar 23,08 persen diterangkan oleh variabel-variabel di luar model regresi yang tidak diuji dalam penelitian ini. Nilai F hitung sebesar 23,08 dengan nilai probabilitas 0,000.

Hal tersebut menerangkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap permintaan tiwul oleh konsumen rumah makan di Provinsi Lampung dengan tingkat kepercayaan sebesar 99 persen.

Tabel 2. Hasil estimasi persamaan permintaan tiwul oleh konsumen rumah makan di Provinsi Lampung

Variabel	Koefisien	Probabilitas
Konstanta	0,4653	0,6123
Ln harga tiwul	0,0238	0,4597
Ln harga ayam goreng	0,0404	0,7422
Ln harga ampela	-0,0273**	0,0002
Ln harga tempe	0,7788***	0,0000
Ln pendapatan	-0,0139	0,6384
Pendidikan S1	0,0069	0,7111
Pendidikan SMA	-0,0038	0,8061
Pengetahuan gizi tinggi	0,0288	0,4300
Pengetahuan gizi sedang	0,0062	0,7108
Selera sedang	-0,0067	0,8019
Selera tinggi	-0,0031	0,9067
Suku	0,0545**	0,0013
F-hitung	23,078	0,0000
<i>R-squared</i>	0,8576	
<i>Adjusted R-squared</i>	0,8204	

Keterangan : \*\*\* taraf signifikansi sebesar 99 persen  
 \*\* taraf signifikansi sebesar 95 persen  
 \* taraf signifikansi sebesar 90 persen

Berdasarkan hasil analisis uji t terdapat tiga variabel yang berpengaruh nyata terhadap permintaan tiwul, yaitu harga lauk hati ampela ayam ( $X_6$ ), harga lauk tempe kering ( $X_7$ ), dan suku ( $D_7$ ), sedangkan delapan variabel lainnya, yaitu harga tiwul ( $X_1$ ), harga ayam goreng ( $X_5$ ), tingkat pendapatan ( $X_8$ ), tingkat pendidikan ( $D_1$ -  $D_2$ ), pengetahuan gizi ( $D_3$ -  $D_4$ ), selera ( $D_5$ ,  $D_6$ ) tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan tiwul oleh konsumen rumah makan di Provinsi Lampung.

Harga hati ampela ayam berpengaruh nyata positif terhadap permintaan tiwul dengan tingkat kepercayaan 99 persen. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel lain tetap, peningkatan 1 persen pada variabel harga lauk hati ampela ayam akan menyebabkan pengurangan permintaan tiwul sebesar 2,73 persen. Harga lauk tempe kering juga berpengaruh nyata positif terhadap permintaan tiwul. Jika variabel lain tetap, peningkatan 1 persen pada variabel harga lauk tempe kering akan menyebabkan peningkatan permintaan tiwul sebesar 77,88 persen dengan tingkat kepercayaan sebesar 99 persen.

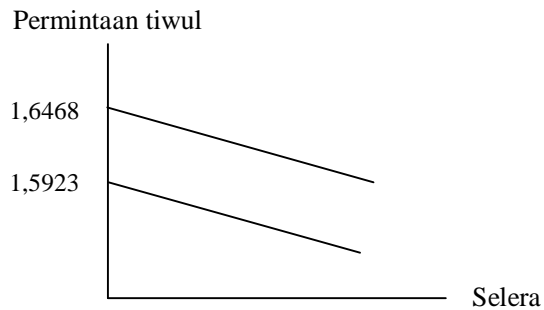
Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel suku berpengaruh nyata terhadap permintaan tiwul. Hal ini dapat terjadi karena tiwul merupakan makanan khas suku Jawa sehingga permintaan tiwul oleh masyarakat suku Jawa akan lebih tinggi dibandingkan dengan masyarakat bukan suku Jawa. Konsumen suku Jawa akan mengonsumsi 0,0545 lebih banyak dibandingkan konsumen bukan suku Jawa. Menurut Kotler (2007) faktor budaya sangat penting bagi perilaku pembelian. Suku yang di dalamnya mencerminkan budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Adat istiadat dan kebiasaan cukup berpengaruh pada konsumsi seseorang atau masyarakat. Fungsi permintaan tiwul oleh konsumen suku Jawa terhadap tiwul yang dijual di rumah makan adalah sebagai berikut.

$$Y = 1,6468 + 0,0234 \text{ Ln}X_1 + 0,0404 \text{ Ln}X_5 - 0,0273 \text{ Ln}X_6 + 0,7789 \text{ Ln}X_7 - 0,0139 \text{ Ln}X_8 + 0,0069D_1 - 0,0038 D_2 + 0,0289 D_3 + 0,061 D_4 - 0,0067 D_5 - 0,0031 D_6$$

Secara geometris, model permintaan tiwul oleh konsumen suku Jawa dan bukan suku Jawa menurut selera dapat dilihat pada Gambar 1. Nilai elastisitas silang tiwul terhadap lauk hati ampela ayam sebesar  $-0,026529$  | .

Nilai negatif menunjukkan hubungan komplementer antara tiwul dengan lauk hati

ampela ayam, artinya tiwul dan lauk hati ampela ayam dikonsumsi secara bersama-sama. Berbeda dengan sajian lauk lainnya yang disediakan penjual di rumah makan, lauk hati ampela ayam disajikan dengan kuah atau santan. Bagi sebagian besar konsumen tiwul di Kabupaten Tulang Bawang Barat dan Lampung Selatan, tiwul lebih cocok dikonsumsi dengan lauk yang bersantan ataupun berkuah. Tujuannya adalah untuk lebih memperkaya rasa saat menyantap tiwul dan lebih mudah dikunyah karena lebih lembut. Oleh karena itu, lauk hati ampela ayam lebih sering dikonsumsi bersamaan dengan tiwul.



Gambar 1. Pengaruh suku Jawa dan non Jawa terhadap permintaan tiwul konsumen

Nilai elastisitas terhadap lauk tempe kering sebesar 0,750401. Nilai elastisitas silang tiwul terhadap lauk tempe kering tersebut bernilai positif sehingga lauk tempe kering merupakan barang substitusi. Jika harga tiwul naik, maka orang-orang akan cenderung lebih memilih tempe daripada tiwul. Hal ini dapat terjadi karena tempe merupakan makanan pendamping atau pelengkap bagi sebagian besar orang, artinya hampir setiap hari orang mengonsumsi tempe, sedangkan tiwul hanya dikonsumsi dalam waktu-waktu tertentu saja. Jika harga tiwul yang dijual di rumah makan naik, maka sebagian besar orang lebih memilih untuk membuat sendiri tiwul tersebut daripada membeli di rumah makan sehingga uang yang dipergunakan untuk membeli tiwul dapat digunakan untuk membeli tempe. Salah satu alasan konsumen lebih memilih untuk membeli tiwul di rumah makan karena sifatnya yang lebih praktis dibandingkan harus membuat sendiri di rumah karena proses pembuatan tiwul yang cukup lama.

**KESIMPULAN**

Preferensi konsumen di Provinsi Lampung terhadap tiwul yang disajikan di rumah makan berada pada kategori sedang atau cukup suka. Pola konsumsi konsumen terhadap tiwul di Provinsi

Lampung, memiliki frekuensi konsumsi 1–2 kali per bulan, tiwul biasa dikonsumsi secara murni dengan jumlah rata-rata konsumsi dalam sebulan 932,52 gram, dan alasan mengonsumsinya karena kesukaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tiwul oleh konsumen rumah makan di Provinsi Lampung adalah harga lauk hati ampela ayam, harga lauk tempe kering, dan suku.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ariani M. 2010. Analisis Konsumsi Pangan Tingkat Masyarakat Mendukung Pencapaian Diversifikasi Pangan. *Jurnal Penelitian Gizi Indonesia 2010*, 33 (1) : 20-28. [http://ejournal.persagi.org/go/index.php/Gizi\\_Indon/article/viewFile/84/81](http://ejournal.persagi.org/go/index.php/Gizi_Indon/article/viewFile/84/81). [5 November 2014].
- Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung. 2011. *Neraca Bahan Makanan 2011 (Atap 2010)*. Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Rumah Singkong*. Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2012. *Roadmap Diversifikasi Pangan 2011-2015 Edisi Kedua*. Jakarta.
- Daniel M. 2004. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Lampung. 2012. *Jumlah dan Nilai Impor Beras Pecah di Provinsi Lampung*. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Ghozali I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Undip. Semarang.
- Gujarati DN. 2006. *Dasar-Dasar Ekonometrika Edisi Ketiga Jilid 2*. Erlangga. Jakarta.
- Hardiansyah MD. 1989. *Menaksir Kecukupan Energi dan Protein serta Penilaian Status Konsumsi Pangan*. Wirasari. Jakarta.
- Indriani Y. 2007. *Gizi dan Pangan (buku ajar)*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Kotler P. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*. Prentice Hall. Edisi Bahasa Indonesia. Salemba Empat. Jakarta.
- Qodhar MN. 2013. Studi Preferensi Konsumen Terhadap Pasta Mangga Podang (*Mangifera Indica L.*) dengan Metode Konjoin (Studi Kasus pada Hotel-hotel di Kota Batu). *Jurnal Industria*, 2 (1). <http://industria.uib.ac.id/index.php/industri/article/view/124>. [5 November 2014].
- Rochaeni S. 2013. Analisis Persepsi, Kesadaran, dan Preferensi Konsumen Terhadap Buah Lokal. *Jurnal Agribisnis 2013*, 7(1).
- Rozi F. 2006. Hambatan Diversifikasi Pangan Masyarakat. <http://www.balitbangjatim.com/> [7 November 2013].
- Sumardi. 2013. Pola Konsumsi Pangan Berbahan Ubi Kayu di Jawa Tengah. *Seri Kajian Ilmiah 2013*, 15 (1) : 1. <http://journal.unika.ac.id/index.php/ski/article/viewFile/60/53>. [7 November 2013].
- Sumodiningrat G. 2001. *Menuju Swasembada Pangan : Revolusi Hijau II Introduksi Manajemen Dalam Pertanian*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Suparman. 1990. *Statistik Sosial*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Winarno WW. 2007. *Analisis Ekonometrika dan Statistik dengan Eviews*. UPT STIM YKPN.