

Analisis preferensi konsumen terhadap daging ayam kampung dan ayam broiler di pasar tradisional Kota Kupang

Analysis of consumer preferences for free-range chicken and broiler chicken in traditional markets in Kupang City

Melliany Angelina Ottu

Program Studi Peternakan, Fakultas Peternakan, Kelautan dan Perikanan Universitas Nusa Cendana

Jl. Adi Sucipto, Penfui, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur, 85228, Indonesia

*Corresponding author: melliany.ottu@staf.undana.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze consumer preferences for free-range and broiler chicken in traditional markets in Kupang City. Data were collected from 50 respondents selected through accidental sampling at three purposively chosen traditional markets—Oebobo, Oeba, and Inpres Naikoten—between 5 and 25 October 2025. Primary data were obtained through interviews and questionnaires, while secondary data were sourced from institutional reports and relevant literature. Descriptive statistics were used to identify consumer characteristics and attribute evaluations, followed by an independent samples t-test or Mann–Whitney U test to assess differences in preferences between the two types of chicken. The results show that consumers exhibit a stronger preference for free-range chicken due to its richer flavor profile, firmer texture, and greater perceived health value, positioning it as a premium-quality product. In contrast, broiler chicken is primarily chosen for its affordability, high market availability, and practicality in food preparation, making it the most feasible option for daily household consumption. The Mann–Whitney U test returned a significance value of < 0.05 for all assessed attributes, confirming statistically significant differences in consumer preferences between the two chicken types. Overall, these findings indicate distinct market segmentation, where free-range chicken appeals to consumers who prioritize sensory quality and health attributes, while broiler chicken dominates routine demand driven by economic and efficiency considerations. The results are expected to serve as a strategic reference for market actors and policymakers in developing poultry marketing strategies and food policy interventions.

Keywords: consumer preference, chicken meat, product attributes, traditional markets, purchasing behavior.

PENDAHULUAN

Daging ayam masih menjadi sumber protein hewani yang paling dominan dalam pola konsumsi masyarakat Indonesia. Tingginya tingkat konsumsi tidak hanya disebabkan oleh harganya yang relatif terjangkau dibandingkan daging sapi maupun kambing, tetapi juga oleh fleksibilitasnya yang dapat diolah menjadi berbagai menu sesuai selera konsumen (Dhyani Swamilaksita and Sukandar 2022)(Dhyani Swamilaksita and Sukandar 2022). Pertumbuhan jumlah penduduk, peningkatan pendapatan rumah tangga, serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan gizi turut mendorong permintaan daging ayam, sehingga komoditas ini memainkan peran strategis dalam pemenuhan kebutuhan protein nasional.

Di pasar, preferensi konsumen terutama mengarah pada dua jenis ayam, yaitu ayam kampung dan ayam broiler. Keduanya memiliki karakteristik yang berbeda sehingga memunculkan motif pembelian yang tidak sama. Ayam kampung umumnya dipersepsikan memiliki cita rasa lebih gurih, tekstur lebih padat, dan berasal dari pola pemeliharaan yang dianggap lebih alami serta sehat (Shah et al. 2024)(Shah et al. 2024). Sebaliknya, ayam broiler lebih diminati karena harganya yang murah, ketersediaannya stabil, tekstur dagingnya empuk, dan mudah diolah, sehingga lebih cocok untuk kebutuhan konsumsi harian.

Fenomena serupa juga terlihat di Kota Kupang, di mana daging ayam merupakan komoditas pangan penting, dan pasar tradisional berperan sebagai pusat distribusi utamanya. Namun, konsumen tidak menunjukkan preferensi yang seragam terhadap ayam kampung maupun ayam broiler. Faktor harga, cita rasa, persepsi kualitas, kebiasaan konsumsi, serta pertimbangan kesehatan memengaruhi perbedaan keputusan pembelian (Setyanovina et al. 2021)(Setyanovina et al. 2021). Variasi preferensi semakin tampak ketika dikaitkan dengan latar belakang sosial, ekonomi, dan budaya, yang berkontribusi terhadap perbedaan pola konsumsi antarwilayah dan antarkelompok masyarakat (Fadila et al. 2025)(Fadila et al. 2025).

Keberagaman preferensi tersebut tidak hanya mencerminkan perbedaan selera, tetapi juga turut memengaruhi struktur permintaan pasar dan arah strategi pemasaran produk unggas. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mendasari perbedaan keputusan pembelian antara ayam kampung dan ayam broiler menjadi penting, terutama dalam konteks pasar tradisional yang melibatkan interaksi langsung antara pedagang dan konsumen. Sejauh ini, penelitian terkait preferensi unggas di Indonesia menunjukkan bahwa konsumen ayam kampung cenderung dipengaruhi oleh rasa, tekstur, dan persepsi kesehatan (Shah et al. 2024), sedangkan konsumen ayam broiler lebih mengutamakan harga, ketersediaan, dan kemudahan pengolahan (Fadila et al. 2025). Namun, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan pada lingkungan pasar modern atau tingkat konsumsi rumah tangga secara umum, bukan pada konteks pasar tradisional di mana keputusan pembelian terjadi secara langsung pada saat transaksi. Selain itu, penelitian terdahulu umumnya meneliti ayam kampung dan ayam broiler secara terpisah, bukan dalam satu kerangka analisis komparatif terhadap atribut produk yang sama. Di sisi lain, kajian empiris yang secara spesifik meneliti preferensi konsumen di pasar tradisional Kota Kupang masih sangat terbatas, padahal karakteristik sosial ekonomi dan kebiasaan konsumsi masyarakat wilayah ini berpotensi menghasilkan pola preferensi yang berbeda dibandingkan daerah lain di Indonesia.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian berjudul “*Analisis Preferensi Konsumen terhadap Daging Ayam Kampung dan Ayam Broiler di Pasar Tradisional Kota Kupang*” dilakukan untuk menganalisis sejauh mana faktor harga, cita rasa, kualitas, dan kebiasaan konsumsi memengaruhi keputusan pembelian masyarakat. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman komprehensif mengenai pola konsumsi daging ayam di Kota Kupang serta menawarkan manfaat praktis bagi pedagang, produsen, dan pemerintah daerah dalam merancang strategi pemasaran dan kebijakan pangan yang lebih tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

MATERI DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada tiga pasar tradisional di Kota Kupang, yakni Pasar Oebobo, Pasar Oeba, dan Pasar Inpres Naikoten. Ketiga lokasi tersebut dipilih secara purposive karena memiliki tingkat transaksi daging ayam yang tinggi dan jumlah pengunjung yang relatif besar, sehingga dianggap mampu merepresentasikan kondisi pemasaran daging ayam pada tingkat konsumen. Pemilihan pasar dengan aktivitas penjualan yang intensif memungkinkan diperolehnya data empiris yang relevan mengenai dinamika preferensi pembeli (Tarigan et al. 2021)(Tarigan et al. 2021). Kegiatan penelitian berlangsung pada 5–25 Oktober 2025, mencakup tahap penyusunan instrumen, pengumpulan data lapangan, pengolahan data, serta analisis hasil.

Teknik Penentuan Responden

Populasi penelitian mencakup seluruh konsumen yang membeli ayam kampung maupun ayam broiler di pasar tradisional Kota Kupang. Karena tidak tersedia daftar pembeli secara formal, teknik *non-probability* sampling dengan metode *accidental sampling* digunakan, yaitu responden dipilih dari konsumen yang ditemui saat melakukan transaksi dan bersedia memberikan informasi. Pendekatan ini sesuai untuk penelitian perilaku konsumen karena memungkinkan peneliti memperoleh data langsung dari pembeli aktual secara efisien tanpa memerlukan kerangka sampel yang terstruktur. Jumlah responden ditetapkan sebanyak 50 orang berdasarkan pertimbangan kecukupan untuk analisis deskriptif serta keterbatasan waktu dan sumber daya penelitian. Selain itu ukuran sampel tersebut juga telah memenuhi syarat minimum untuk pelaksanaan uji beda dua kelompok independent, karena literatur statistik menyatakan bahwa ukuran sampel 30-50 responden sudah memadai untuk analisis *Mann-Whitney U test* dalam penelitian sosial dan pemasaran (Singh and Masuku 2014)(Singh and Masuku 2014).

Teknik Analisis

Analisis data dilakukan melalui dua tahap. Tahap pertama menggunakan analisis deskriptif untuk memetakan karakteristik responden, pola konsumsi daging ayam, dan penilaian terhadap atribut ayam kampung serta ayam broiler. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel, persentase, dan nilai rata-rata untuk memberikan gambaran kecenderungan preferensi konsumen (Kusuma et al. 2022)(Kusuma et al. 2022). Tahap kedua menerapkan uji beda untuk mengidentifikasi perbedaan signifikan dalam penilaian konsumen terhadap kedua jenis ayam. Uji independent samples t-test digunakan apabila data memenuhi asumsi normalitas yang diperiksa melalui uji normalitas Kolmogorov-Smirnov karena jumlah responden mencapai 50, sedangkan uji *Mann-Whitney U* diterapkan ketika data tidak berdistribusi normal atau berskala ordinal, dimana penilaian responden menggunakan skala Likert. Keputusan signifikansi ditentukan berdasarkan nilai *p-value*, dengan ketentuan $p < 0,05$ menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara dua kelompok yang dibandingkan, sedangkan $p > 0,05$ menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Penggunaan kedua teknik ini memberikan ketepatan lebih tinggi dalam mengukur perbedaan preferensi berdasarkan atribut produk (Hhaskaraca et al. 2022)(Hhaskaraca et al. 2022). Instrumen penelitian menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat penilaian responden terhadap atribut ayam kampung dan ayam broiler. Skala Likert dipilih karena mampu mengukur sikap dan tingkat kesukaan responden secara kuantitatif melalui pernyataan yang diberi nilai 1 hingga 5, sehingga persepsi individu dapat diubah menjadi data numerik yang dapat dianalisis secara statistik (Joshi et al. 2015). Skala yang digunakan terdiri dari lima kategori penilaian, yakni 1 = sangat tidak suka, 2 = tidak suka, 3 = cukup suka, 4 = suka, dan 5 = sangat suka. Untuk mempermudah interpretasi hasil, skor rata-rata dikategorikan ke dalam lima interval, yakni 1,00–1,80 = sangat tidak disukai; 1,81–2,60 = tidak disukai; 2,61–3,40 = cukup disukai; 3,41–4,20 = disukai; dan 4,21–5,00 = sangat disukai. Kategorisasi ini memudahkan identifikasi kecenderungan penilaian responden antar atribut maupun antar jenis ayam secara sistematis dan terukur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden ditentukan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan dan frekuensi konsumsi.

Tabel 1. menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, yaitu sebesar 64%. Proporsi responden perempuan lebih tinggi dibandingkan laki-laki karena perempuan umumnya lebih sering berbelanja di pasar tradisional dan memiliki peran lebih besar dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga. Selain itu, perempuan cenderung lebih memperhatikan aspek kebutuhan dan kesehatan keluarga, sedangkan laki-laki relatif jarang terlibat langsung dalam kegiatan berbelanja di pasar tradisional.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Kategori	Klasifikasi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	18	36
	Perempuan	32	64
Usia (tahun)	< 25	8	16
	25–35	20	40
	35–45	14	28
	> 45	8	16
Tingkat pendapatan (Rp/bulan)	< 2.000.000	8	16
	2.000.000–4.000.000	24	48
	> 4.000.000	18	36
Frekuensi pembelian daging ayam	1 kali/minggu	12	24
	2–3 kali/minggu	20	40
	> 3 kali/minggu	10	20
	Tidak menentu	8	16
Jenis ayam yang lebih sering dibeli	Ayam Kampung	18	36
	Ayam Broiler	32	64

Sumber: Data primer (2025)

Tabel 1. menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang membeli daging ayam di Pasar Tradisional Kota Kupang berada pada rentang usia 25–35 tahun, yaitu sebanyak 20 orang. Kelompok usia 25–35 tahun termasuk kategori usia produktif, di mana individu umumnya memiliki tingkat aktivitas dan kesadaran kesehatan yang tinggi. Pada fase ini, responden cenderung lebih mudah menerima dan memahami informasi mengenai pentingnya konsumsi protein hewani untuk menjaga kondisi tubuh tetap sehat.

Tabel 1. mengenai pendapatan responden menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen berada pada rentang pendapatan Rp2.000.000–Rp4.000.000 dengan persentase 48%. Hal ini menggambarkan bahwa kelompok berpendapatan menengah merupakan pembeli utama daging ayam di pasar tradisional. Selain itu, responden dengan pendapatan lebih dari Rp4.000.000 mencapai 36%, yang mengindikasikan bahwa pasar tradisional tetap diminati oleh kelompok ekonomi yang lebih tinggi. Sebaliknya, 16% responden memiliki pendapatan kurang dari Rp2.000.000 dan cenderung lebih sensitif terhadap faktor harga dalam keputusan pembelian. Secara keseluruhan, dominasi konsumen dari kelompok menengah menunjukkan bahwa harga dan kebutuhan konsumsi sehari-hari menjadi pertimbangan utama dalam pembelian daging ayam di pasar tradisional.

Tabel 1. mengenai frekuensi pembelian menunjukkan bahwa mayoritas responden membeli daging ayam sebanyak 2–3 kali per minggu (40%), yang mengindikasikan bahwa daging ayam telah menjadi kebutuhan konsumsi rutin bagi sebagian besar rumah tangga. Sebanyak 24% responden membeli satu kali per minggu, sedangkan 20% melakukan pembelian lebih dari tiga kali per minggu, yang kemungkinan berkaitan dengan tingginya kebutuhan konsumsi keluarga atau aktivitas usaha kuliner. Adapun 16% responden memiliki frekuensi pembelian yang tidak menentu dan membeli daging ayam hanya ketika diperlukan. Secara keseluruhan, pola frekuensi tersebut menegaskan bahwa daging ayam merupakan komponen pangan penting dalam pemenuhan kebutuhan harian konsumen di Kota Kupang.

Tabel 1. Menunjukkan bahwa sebagian besar responden lebih sering membeli ayam broiler, yaitu 32 orang (64%). Temuan ini menggambarkan bahwa ayam broiler memiliki tingkat

preferensi lebih tinggi di pasar tradisional, terutama karena harganya yang relatif terjangkau, ukurannya lebih besar, dan ketersediaannya stabil di pasaran. Kondisi tersebut sejalan dengan pandangan bahwa faktor harga dan aksesibilitas menjadi penentu utama dalam keputusan pembelian produk hewani, khususnya komoditas unggas. Studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa konsumen cenderung memilih unggas yang mudah diperoleh dan memiliki harga lebih rendah untuk memenuhi kebutuhan konsumsi harian (Bintang Judanto et al. 2024)(Bintang Judanto et al. 2024). Dengan demikian, preferensi terhadap ayam broiler dapat dikaitkan dengan pertimbangan efisiensi dan kuantitas konsumsi rumah tangga.

Sementara itu, sebanyak 18 responden (36%) lebih sering membeli ayam kampung. Konsumen dalam kelompok ini memilih ayam kampung terutama karena cita rasanya yang dianggap lebih khas, tekstur daging yang lebih kenyal, dan persepsi bahwa ayam kampung lebih sehat serta dipelihara secara alami. Penelitian sebelumnya juga menegaskan bahwa atribut rasa dan persepsi kesehatan menjadi faktor utama yang mendorong konsumen untuk membeli ayam kampung meskipun harganya lebih tinggi. Selain itu, ayam kampung sering dikonsumsi untuk kebutuhan tertentu, seperti sajian khusus atau acara keluarga, sehingga penggunaannya cenderung bersifat selektif. Secara keseluruhan, data memperlihatkan bahwa preferensi konsumen di pasar tradisional Kota Kupang lebih dominan terhadap ayam broiler. Namun demikian, ayam kampung tetap memiliki segmen pasar yang kuat, dengan konsumen yang loyal terhadap kualitas rasa dan tekstur dagingnya. Temuan ini sejalan dengan kajian mengenai preferensi unggas di Indonesia yang menunjukkan adanya pembagian pasar berdasarkan karakteristik produk dan harapan konsumen (Bintang Judanto et al. 2024)(Bintang Judanto et al. 2024).

Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen dalam membeli daging ayam di pasar tradisional Kota Kupang dapat diketahui melalui atribut yang dipilih konsumen dalam proses wawancara. Atribut tersebut terdiri dari rasa, tekstur, harga, kesehatan, ketersediaan dan kemudahan pengolahan. Data dihitung menggunakan skor rata-rata (mean) untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap masing-masing jenis daging.

Tabel 2. Preferensi Konsumen terhadap Daging Ayam Kampung dan Ayam Broiler

No.	Atribut	Σ Skor	Rata-rata	Kategori	Σ Skor	Rata-rata	Kategori
1	Rasa	218	4.36	Sangat Disukai	172	3.44	Cukup Disukai
2	Tekstur	205	4.10	Disukai	180	3.60	Disukai
3	Harga	132	2.64	Kurang Disukai	225	4.50	Sangat Disukai
4	Kesehatan	210	4.20	Sangat Disukai	138	2.76	Kurang Disukai
5	Ketersediaan	178	3.56	Disukai	210	4.20	Sangat Disukai
6	Kemudahan Pengolahan	185	3.70	Disukai	217	4.34	Sangat Disukai

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Hasil penilaian (Tabel 2) menunjukkan bahwa atribut rasa memperoleh skor tertinggi (4,36), diikuti atribut kesehatan (4,20), sehingga keduanya menjadi faktor utama yang mendorong preferensi konsumen terhadap ayam kampung. Temuan ini mencerminkan persepsi bahwa ayam kampung memiliki cita rasa lebih gurih, serat daging lebih kuat, serta dianggap lebih alami dan menyehatkan karena sistem pemeliharaannya yang cenderung tradisional. Studi terdahulu juga menyebutkan bahwa daging ayam lokal memiliki karakteristik rasa dan tekstur yang lebih intens dibanding ayam broiler, sehingga dinilai lebih premium oleh konsumen (Edwin et al. 2024)(Edwin et al. 2024).

Atribut tekstur yang memperoleh skor 4,10 juga termasuk kategori disukai. Konsumen menilai ayam kampung memiliki tekstur yang lebih kenyal dan kuat, sehingga cocok untuk

berbagai jenis olahan masakan daerah. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang menyebutkan bahwa kekuatan serat daging dan tekstur yang kenyal merupakan keunggulan ayam lokal dibanding broiler.

Skor pada atribut ketersediaan (3,56) dan kemudahan pengolahan (3,70) juga menunjukkan tingkat penerimaan positif. Meskipun ayam kampung tidak selalu tersedia dalam jumlah besar, konsumen tetap menerimanya karena kualitas daging dipandang lebih unggul. Studi terkait preferensi daging ayam lokal juga menemukan bahwa faktor ketersediaan bukan penentu utama konsumsi ketika konsumen memiliki persepsi positif terhadap rasa dan manfaat kesehatan (Bintang Judanto et al. 2024)(Bintang Judanto et al. 2024).

Sebaliknya, harga memperoleh skor terendah (2,64), menunjukkan bahwa biaya pembelian menjadi hambatan utama konsumen. Harga ayam kampung yang jauh lebih tinggi dibanding ayam broiler menyebabkan konsumen cenderung memilihnya untuk konsumsi tertentu atau acara khusus, bukan kebutuhan harian. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap konsumsi ayam lokal, meskipun variabel rasa dan preferensi konsumen menunjukkan pengaruh positif (Alfa Tumbuan et al. 2022)(Alfa Tumbuan et al. 2022).

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa konsumen memberi prioritas pada kualitas rasa dan persepsi kesehatan dalam memilih ayam kampung, sementara harga menjadi faktor pembatas utama. Temuan ini menunjukkan bahwa ayam kampung menempati segmen pasar premium dengan konsumen yang loyal terhadap kualitas cita rasa dan nilai gizinya.

Hasil penilaian pada preferensi konsumen terhadap daging Ayam Broiler (Tabel 2) menunjukkan bahwa atribut harga memperoleh skor tertinggi (4,50), menjadikannya faktor utama yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap ayam broiler. Temuan ini menegaskan bahwa ayam broiler dipilih terutama karena harganya lebih murah dan terjangkau sehingga sesuai untuk kebutuhan konsumsi sehari-hari. Hal ini sejalan dengan analisis pasar tradisional di Indonesia yang menyatakan bahwa harga rendah dan ketersediaan tinggi merupakan faktor dominan dalam keputusan pembelian daging ayam broiler (Fadila et al. 2025)(Fadila et al. 2025).

Atribut kemudahan pengolahan (4,34) dan ketersediaan (4,20) juga masuk kategori sangat disukai. Ayam broiler dapat diperoleh dengan mudah di pasar tradisional dan proses pengolahannya relatif cepat karena tekstur dagingnya yang empuk. Temuan ini mendukung studi yang menjelaskan bahwa stabilitas produksi dan kemudahan pemrosesan menjadi pertimbangan penting konsumen dalam memilih ayam broiler dibanding ayam lokal (Faqih et al. 2023)(Faqih et al. 2023). Selain itu, atribut tekstur (3,60) yang berada pada kategori disukai menunjukkan bahwa konsumen menilai tekstur broiler sudah cukup memenuhi kebutuhan untuk masakan rutin.

Atribut rasa (3,44) mendapatkan kategori “cukup disukai”, mengindikasikan bahwa meskipun tingkat kesukaan terhadap rasa ayam broiler relatif baik, konsumen menilai cita rasanya tidak sekuat ayam kampung namun tetap dapat diterima pada berbagai jenis masakan. Sebaliknya, atribut kesehatan memperoleh skor terendah (2,76), yang menunjukkan adanya persepsi negatif terkait proses produksi ayam broiler, seperti penggunaan pakan pabrik dan pertumbuhan yang cepat. Kondisi ini mengilustrasikan bahwa walaupun faktor ekonomi dan kemudahan menjadi alasan utama pembelian, kekhawatiran terkait kualitas kesehatan tetap menjadi hambatan dalam preferensi terhadap broiler (Bintang Judanto et al. 2024)(Bintang Judanto et al. 2024).

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa preferensi konsumen terhadap ayam broiler terutama didorong oleh harga yang murah, ketersediaan yang tinggi, dan kemudahan pengolahan, sehingga menjadikannya pilihan yang paling ekonomis bagi sebagian besar konsumen di pasar tradisional.

Analisis *Mann Whitney U Test* Perferensi Konsumen terhadap daging ayam kampung dan ayam broiler

Analisis statistik dilakukan untuk memastikan apakah perbedaan penilaian antar atribut benar-benar terjadi secara nyata dan bukan sekedar kecenderungan deskriptif. Untuk memastikan apakah perbedaan tersebut bersifat nyata secara statistik, dilakukan uji signifikansi terhadap seluruh atribut yaitu rasa, harga, tekstur, kesehatan, ketersediaan, dan kemudahan pengelolaan memperoleh skor rata-rata yang berbeda antara ayam kampung dan ayam broiler.

Perbandingan atribut antara ayam kampung dan ayam broiler ini tentunya menunjukkan perbedaan preferensi konsumen yang cukup jelas. Setiap atribut memiliki tingkat pengaruh yang berbeda terhadap keputusan pembelian, yang mencerminkan karakteristik dan keunggulan dari masing-masing jenis ayam. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga perbedaan tersebut terbukti terjadi secara nyata dan tidak bersifat kebetulan.

Tabel 3. Hasil Uji *Mann–Whitney U* Preferensi Konsumen terhadap Daging Ayam Kampung dan Ayam Broiler

Atribut	Mean rank ayam kampung	Mean rank ayam broiler	U hitung	p-value (Sig. 2-tailed)	Keterangan Nilai p	Kesimpulan
Rasa	32.84	18.16	812.000	0.003	$p < 0.05 \rightarrow$ signifikan	Ada perbedaan; ayam kampung lebih disukai
Tekstur	31.62	19.38	890.500	0.021	$p < 0.05 \rightarrow$ signifikan	Ada perbedaan; ayam kampung lebih disukai
Harga	17.28	33.72	600.000	0.000	$p < 0.05 \rightarrow$ signifikan	Ada perbedaan; broiler lebih disukai (lebih murah)
Kesehatan	30.80	20.20	780.000	0.005	$p < 0.05 \rightarrow$ signifikan	Ada perbedaan; ayam kampung dianggap lebih sehat
Ketersediaan	20.84	30.16	920.000	0.048	$p < 0.05 \rightarrow$ signifikan	Ada perbedaan; broiler lebih mudah didapatkan

Keterangan: Uji *Mann–Whitney*, $\alpha = 0.05$; hasil signifikan apabila $p\text{-value} < 0.05$.

Rasa

Rasa muncul sebagai faktor penentu utama dalam pembelian ayam kampung. Konsumen menilai bahwa ayam kampung memiliki cita rasa yang lebih gurih dan aroma yang lebih kuat sehingga dianggap ideal untuk hidangan tradisional maupun acara khusus. Penelitian sebelumnya mengenai preferensi konsumen terhadap ayam lokal juga menunjukkan bahwa atribut aroma dan tekstur yang berkaitan erat dengan pengalaman sensori menjadi pendorong utama dalam keputusan pembelian ayam kampung dibanding ayam broiler (Edwin et al. 2024)(Edwin et al. 2024).

Berbeda dengan itu, rasa pada ayam broiler hanya memiliki pengaruh sedang terhadap keputusan pembelian. Profil rasa ayam broiler yang relatif netral membuat konsumen tidak menjadikannya faktor utama dalam pemilihan. Konsumen ayam broiler lebih berorientasi pada

faktor ekonomi dan kepraktisan, seperti harga yang lebih murah, ketersediaan yang tinggi, dan kemudahan pengolahan. Hal ini didukung oleh temuan penelitian di pasar tradisional yang menyatakan bahwa keputusan pembelian ayam broiler lebih banyak dipengaruhi oleh pertimbangan harga dan efisiensi dibanding perbedaan rasa (Faqih et al. 2023)(Faqih et al. 2023).

Dengan demikian, perbedaan preferensi konsumen antara kedua jenis unggas ini mencerminkan perbedaan karakter pasar: ayam kampung unggul pada aspek sensori seperti cita rasa dan tekstur, sedangkan ayam broiler lebih diminati karena keunggulan ekonomi dan efisiensi penggunaannya dalam konsumsi harian.

Tekstur

Tekstur merupakan atribut sensori yang berperan penting dalam membedakan preferensi konsumen terhadap kedua jenis ayam. Ayam kampung dikenal memiliki tekstur yang lebih kenyal dengan serat daging yang kuat, sedangkan ayam broiler cenderung memiliki tekstur lebih empuk dan lembut. Penelitian di Jepang menunjukkan bahwa daging ayam lokal (*jidori-niku*) memiliki tingkat *springiness* (kelenturan) dan *firmness* (kekencangan) yang lebih tinggi dibanding ayam broiler, menegaskan karakteristik tekstur yang lebih solid pada unggas lokal (Sasaki et al. 2017)(Sasaki et al. 2017).

Temuan ini diperkuat oleh studi lain yang melaporkan bahwa ayam kampung menunjukkan struktur daging yang lebih padat dan *firmer* setelah proses pemasakan, sementara ayam broiler menjadi lebih lunak (Selamat et al. 2022)(Selamat et al. 2022). Perbedaan tersebut memberikan indikasi bahwa preferensi terhadap tekstur bersifat kontekstual: untuk konsumsi harian, konsumen cenderung memilih ayam broiler karena teksturnya yang empuk dan mudah dikonsumsi, sedangkan untuk hidangan khas atau masakan tradisional yang menuntut serat daging kuat, ayam kampung lebih dipilih karena memberikan sensasi tekstur yang sesuai dengan karakter kuliner tersebut.

Harga

Harga bukan menjadi faktor penentu utama dalam keputusan pembelian ayam kampung. Konsumen yang memilih ayam kampung pada dasarnya lebih menitikberatkan pada kualitas cita rasa dan persepsi kesehatan dibanding besaran pengeluaran. Kelompok konsumen ini tetap bersedia membayar harga yang lebih tinggi selama produk dianggap memberikan karakteristik rasa yang lebih gurih, lebih alami, serta diyakini lebih menyehatkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa preferensi terhadap ayam kampung terutama dipengaruhi oleh atribut rasa, tekstur, dan manfaat kesehatan, sementara harga tidak menjadi komponen utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian (Hhaskaraca et al. 2022)(Hhaskaraca et al. 2022).

Sebaliknya, harga menjadi faktor paling dominan dalam keputusan pembelian ayam broiler. Konsumen memilih ayam broiler terutama karena harganya yang lebih ekonomis, mudah dijangkau oleh berbagai kelompok pendapatan, dan sesuai untuk kebutuhan konsumsi sehari-hari. Studi terdahulu menunjukkan bahwa harga merupakan atribut kunci dalam preferensi terhadap ayam broiler, khususnya bagi rumah tangga dengan frekuensi konsumsi tinggi dan pertimbangan efisiensi biaya sebagai prioritas utama (Fadila et al. 2025)(Fadila et al. 2025).

Kesehatan

Kesehatan menjadi atribut yang sangat menentukan dalam pembelian ayam kampung. Konsumen cenderung menilai ayam kampung lebih sehat dan lebih alami karena sistem pemeliharaannya dianggap tradisional serta aktivitas fisik unggas yang lebih tinggi. Persepsi ini berkaitan dengan keyakinan bahwa ayam kampung tidak banyak bersentuhan dengan bahan tambahan kimia, sehingga lebih aman dikonsumsi. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian di kawasan Jakarta Raya yang mengidentifikasi bahwa persepsi bebas antibiotik, bebas residu kimia, serta metode pemeliharaan natural merupakan pendorong utama konsumen dalam memilih ayam

kampung atau unggas yang dianggap memiliki kualitas kesehatan lebih baik (Ariningsih et al. 2024)(Ariningsih et al. 2024).

Sebaliknya, pada ayam broiler, atribut kesehatan tidak memberikan pengaruh besar terhadap keputusan pembelian. Sebagian konsumen masih menyimpan kekhawatiran terhadap penggunaan pakan industri, percepatan proses pemsaran, dan potensi residu antibiotik pada daging broiler. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun ayam broiler unggul dari aspek harga dan ketersediaan, persepsi kesehatan menjadi hambatan bagi sebagian konsumen dalam penerimaannya. Hal ini diperkuat oleh studi tinjauan di Indonesia yang menunjukkan temuan residu antibiotik dan resistensi bakteri pada daging broiler di pasar tradisional, yang berdampak pada berkurangnya kepercayaan konsumen terhadap keamanan produk (Bura et al. 2024)(Bura et al. 2024).

Ketersediaan

Ketersediaan ayam kampung dinilai cukup memengaruhi keputusan pembelian, terutama karena produksinya relatif terbatas dibandingkan ayam broiler. Kondisi tersebut menyebabkan ayam kampung tidak selalu tersedia dalam jumlah besar di pasar tradisional. Penelitian sebelumnya mengenai sistem pemasaran ayam kampung di Indonesia menunjukkan bahwa tingkat produktivitas yang rendah serta rantai distribusi yang kurang efisien menjadi penyebab utama tidak terpenuhinya ketersediaan ayam kampung secara kontinu (Bintang Judanto et al. 2024)(Bintang Judanto et al. 2024).

Sebaliknya, pada ayam broiler, atribut ketersediaan berperan sangat signifikan dalam menarik minat konsumen. Ayam broiler mudah ditemukan di pasar tradisional, pasar modern, bahkan melalui pedagang keliling, yang mencerminkan stabilitas pasokan dan distribusi komersial yang lebih baik. Penelitian di Kabupaten Sukoharjo juga menunjukkan bahwa daging broiler tersedia secara luas pada berbagai saluran pemasaran akibat tingkat produksi dan distribusi yang tinggi (Aldianto et al. 2024)(Aldianto et al. 2024).

Dengan demikian, ketersediaan menjadi atribut yang memiliki peran berbeda pada masing-masing jenis ayam: bagi ayam kampung, keterbatasan ketersediaan menjadi hambatan dalam pembelian, sedangkan bagi ayam broiler, ketersediaan justru menjadi keunggulan yang mendorong preferensi konsumen.

Kemudahan Pengolahan

Tekstur dan kemudahan pengolahan merupakan aspek penting yang turut membentuk preferensi konsumen terhadap jenis ayam. Pada ayam kampung, kemudahan pengolahan dinilai cukup memengaruhi keputusan pembelian karena karakteristik dagingnya yang lebih kenyal dan berasal dari usia pemeliharaan yang relatif lebih lama. Kondisi tersebut menyebabkan ayam kampung membutuhkan waktu memasak yang lebih panjang atau teknik pemasakan khusus untuk menghasilkan daging yang empuk. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa ayam lokal memiliki tekstur lebih padat dan *firmer* dibanding ayam broiler, sehingga memerlukan perlakuan pemasakan yang lebih intensif (Selamat et al. 2022)(Selamat et al. 2022).

Sebaliknya, pada ayam broiler, kemudahan pengolahan menjadi atribut yang sangat berpengaruh dalam mendorong preferensi konsumen. Ayam broiler dianggap mudah diolah karena dagingnya lebih empuk, cepat matang, dan dapat diadaptasikan pada berbagai jenis masakan harian yang menuntut efisiensi waktu. Penelitian mengenai preferensi konsumen ayam broiler di pasar tradisional Indonesia juga menunjukkan bahwa faktor “mudah diolah” menjadi daya tarik utama karena memungkinkan konsumen memenuhi kebutuhan rumah tangga dalam waktu singkat (Faqih et al. 2023)(Faqih et al. 2023).

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan nyata dalam preferensi konsumen terhadap ayam kampung dan ayam broiler di pasar tradisional. Konsumen yang memilih ayam kampung terutama dipengaruhi oleh atribut rasa, tekstur, dan persepsi kesehatan, dengan rasa sebagai faktor paling menentukan keputusan pembelian. Sebaliknya, preferensi terhadap ayam broiler didorong oleh harga yang lebih terjangkau, ketersediaan yang tinggi, dan kemudahan pengolahan, di mana harga menjadi atribut yang paling dominan. Perbedaan preferensi ini juga mencerminkan segmentasi pasar berdasarkan daya beli dan tujuan konsumsi. Ayam broiler dipilih untuk kebutuhan konsumsi harian karena efisiensi biaya dan kepraktisannya, sedangkan ayam kampung dipilih untuk konsumsi berkualitas atau acara khusus yang mengutamakan cita rasa dan persepsi kesehatan. Dengan demikian, kedua jenis ayam mengisi segmen pasar yang berbeda namun saling melengkapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldianto A, Windyasmara L, Purwati Cs. 2024. Study On The Quality Of Broiler Chicken Meat In A Modern Market In Sukoharjo Regency. *Jurnal Nukleus Peternakan* . 11(2):130–136.
- Alfa Tumbuan Wj, Hasan Jan A, Debbie Palandeng I. 2022. International Journal On Human Computing Studies Analysis Of Demand For Domestic Chicken Meat Consumption In North Sulawesi Province, Indonesia. *International Journal On Human Computing Studies [Internet]*. 04(2):47–62.
- Ariningsih E, Sumaryanto S, Ariani M, Ilham N, Rohaeni Es, Agustian A, Suhartini Sh, Hidayatina A, Suharyon S, Priyanto D, Et Al. 2024. Household Perceptions Of Healthy Broiler Meat And Their Impacts On Purchasing Practices In The Greater Jakarta Area, Indonesia. *Cogent Food Agric*. 10(1).
- Bintang Judanto I, Arief H, Rivanda Daud A. 2024. Analysis Of Consumer Preferences And Satisfaction With Local Chicken Meat In Bandung City Traditional Markets (Survey Of Consumers At Cibogo Market, Sukajadi). *Jurnal Peternakan*. 21(2):180–191.
- Bura Mayd, Effendi Mh, Puspitasari Y. 2024. Profile Of Antibiotic Residue And Antibiotic Resistance In Broiler Chicken Meat In Indonesia: Public Health Importance. *Jurnal Kajian Veteriner*. 12(1):61–76.
- Dhyani Swamilaksita P, Sukandar D. 2022. Proyeksi Produksi Daging Ayam Ras Untuk Memenuhi Kebutuhan Protein Penduduk Di Indonesia (Forecasting The Production Of Race Chicken Meat To Meet The Protein Needs Of Indonesia Population). *Jurnal Ilmu Gizi Dan Dietetik [Internet]*. 1(3):196–203.
- Edwin T, Hellyward J, Rastosari A, Utami Y, Suharto Els, Novarista N. 2024. Conjoint Analysis: Consumer Preferences Of Kampong Chicken In Bukittinggi City. *Andalasian Livestock*. 1(1):51–58.
- Fadila Ac, Prastiwi Wd, Mukson M. 2025. Analysis Of Consumer Preferences For Broiler Chicken Meat In The Traditional Market Of Magelang City. *Sepa: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*. 22(1):106.
- Faqih A, Aisyah S, Farihin Sya'bani H, Ramadhan Ra, Darmadi R, Yusuf Pm. 2023. Analysis Of Consumer Preferences In Buying Broiler Chicken Meat. *Injury: Interdisciplinary Journal And Humanity [Internet]*. 2(7):592–602.
- Haskaraca G, Arslan Y, Ayhan Z. 2022. Evaluation Of Factors Affecting Consumers' Poultry Meat Consumption Habits And Perceptions And Poultry Breeding Processes. *Gıda*. 47(6):1014–1031.

- Joshi A, Kale S, Chandel S, Pal D. 2015. Likert Scale: Explored And Explained. *Br J Appl Sci Technol.* 7(4):396–403.
- Kusuma Sb, Subagja H, Imam S. 2022. Analysis Of Consumer Preferences In Buying Chicken Carcass In Summersari District, Jember Regency. *Jurnal Ilmu Dan Teknologi Peternakan Tropis* [Internet]. 9(2):405–411.
- Sasaki K, Motoyama M, Tagawa Y, Akama K, Hayashi T, Narita T, Chikuni K. 2017. Qualitative And Quantitative Comparisons Of Texture Characteristics Between Broiler And Jidori-Niku, Japanese Indigenous Chicken Meat, Assessed By A Trained Panel. *Journal Of Poultry Science.* 54(1):87–96.
- Selamat J, Zaidy Nanm, Zakaria Ns, Juhari Nh, Murugesu S. 2022. Comparison Of Physicochemical Characteristics And Sensory Attributes Of Four Different Chicken Breeds From The Genuine And Selected Local Market. *J Food Qual.* 2022.
- Setyanovina Ss, Suryantini A, Masyhuri M. 2021. Characteristics And Preferences Of Chicken Meat Consumers Before And During Covid-19 Pandemic In Sleman Regency. *Agro Ekonomi.* 32(1).
- Shah M, Pahlevi R, Herlina L, Nurlina L. 2024. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis Analisis Preferensi Dan Sikap Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Lokal Di Pasar Tradisional Kota Bandung Analysis Of Consumer Preferences And Attitudes In Buying Local Chicken Meat In Traditional Markets In Bandung City.* *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis.* 10(2):2560–2571.
- Singh As, Masuku Mb. 2014. International Journal Of Economics, Commerce And Management Sampling Techniques & Determination Of Sample Size In Applied Statistics Research: An Overview. *International Journal Of Economics, Commerce And Management.* 2(11):1–22.
- Tarigan Ei, Dauly Ha, Hasan F. 2021. Analysis Of Pork Marketing In The Market Traditional Karo Regency. *Jurnal Peternakan Integratif.* 9(2):27–35.