



Preferensi Konsumen dalam Pembelian Daging Ayam Broiler di Pasar Tradisional Tanjung Anyar Kota Mojokerto

Consumer Preferences in Purchasing Broiler Chicken Meat at Tanjung Anyar Traditional Market Mojokerto City

Gilang Amanda Puspanegara*, Nuriah Yulianti, Risqi Firdaus Setiawan

Department of Agribusiness, Faculty of Agriculture, University of Pembangunan Nasional Veteran East Java. Rungkut Madya Street, Gunung Anyar, Surabaya, 60294, East Java, Indonesia

* Corresponding Author. E-mail address: nuriah_y@upnjatim.ac.id

ARTICLE HISTORY:

Submitted: 21 August 2025

Revised: 12 September 2025

Accepted: 30 September 2025

Published: 1 July 2026

KATA KUNCI:

Analisis konjoin

Atribut

Daging ayam

Karakteristik konsumen

Preferensi konsumen

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji preferensi pembelian daging ayam broiler di pasar tradisional Kota Mojokerto. Tujuan dari studi ini untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen serta menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut produk daging ayam broiler. Penelitian kualitatif ini dilaksanakan pada Mei-Juni 2025 di Pasar Tradisional Tanjung Anyar, Kota Mojokerto. Jenis sampel *non-probability*, yang dilakukan secara kebetulan, digunakan untuk penentuan lokasi sampel. Responden sebanyak 97 yang ditemui secara kebetulan dan bersedia berpartisipasi digunakan untuk penentuan sampel. Analisis konjoin untuk preferensi konsumen dan analisis deskriptif untuk karakteristik konsumen digunakan untuk menganalisis data. Berdasarkan hasil penelitian konsumen daging ayam broiler di Pasar Tanjung Anyar, Kota Mojokerto didominasi oleh perempuan berusia 31-42 tahun dengan pendidikan terakhir SMA pekerjaan karyawan swasta dengan pendapatan Rp. 1.600.000-Rp 3.000.000. Kombinasi atribut yang paling diminati konsumen adalah daging ayam seharga <Rp. 30.000, berwarna putih kemerahan, dan bagian dada. Dampak penelitian tentang analisis preferensi ini diharapkan nantinya dapat membantu produsen dan pedagang untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk daging ayam broiler di Pasar Tanjung Anyar Kota Mojokerto.

ABSTRACT

This research examines the purchasing preferences for broiler chicken in the traditional markets of Mojokerto City. This study aims to describe consumer characteristics and analyze consumer preferences regarding the attributes of broiler chicken products. This qualitative research was conducted in May-June 2025 at the Tanjung Anyar Traditional Market, Mojokerto City. A non-probability sample, conducted randomly, was used for the determination of the sample location. 97 respondents who were randomly encountered and willing to participate were used for the sample determination. Conjoint analysis for consumer preferences and descriptive analysis for consumer characteristics were used to analyze the data. Based on the research results, broiler chicken consumers at the Tanjung Anyar Traditional Market in Mojokerto City are predominantly women aged 31-42 years with a high school

KEYWORDS:

Attributes

Characteristics

Chicken meat

Conjoint analysis

Preferences consumer

© 2026 The Author(s). Published by Department of Animal Husbandry, Faculty of Agriculture, University of Lampung in collaboration with Indonesian Society of Animal Science (ISAS).

This is an open access article under the CC BY 4.0 license:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

education, working as private employes, with an income of Rp. 1,600,000-Rp. 3,000,000.. The most preferred combination of attributes by consumers is chicken meat priced at <Rp. 30,000, with a reddish-white color, and the breast part. The impact of this preference analysis research is expected to help producers and traders understand consumer needs and desires, thereby increasing the competitiveness of broiler chicken products in the Tanjung Anyar Market, Mojokerto City.

1. Pendahuluan

Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang harus dipenuhi untuk menjaga kelangsungan hidup, kesehatan, dan produktivitas. Mayoritas kebutuhan pangan dipenuhi melalui produk-produk pertanian, termasuk tanaman pangan, perikanan, dan peternakan. Bahan pangan merujuk pada makanan yang bisa dikonsumsi oleh manusia. Protein hewani yang paling mudah diperoleh dan relatif murah adalah telur ayam, sementara daging ayam broiler juga banyak diminati karena harganya yang terjangkau. Daging ayam menjadi pilihan pangan yang digemari karena mengandung protein dan energi dalam jumlah yang cukup. Daging ayam broiler mempunyai kelebihan daripada daging sapi karena relatif lebih rendah kandungan lemak dan kolesterolnya. Setiap 100 g daging ayam broiler terkandung kurang lebih 18,2 g protein, 25 g lemak, dan energi sebesar 298 kkal, sehingga menjadi sumber gizi yang baik untuk pemenuhan kebutuhan protein hewani masyarakat (Krismiyo et al., 2020).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia pada 2024 rata-rata konsumsi daging ayam broiler di Kota Mojokerto mencapai 0,162 kg/minggu per kapita, menjadikannya salah satu kota dengan tingkat konsumsi yang cukup tinggi di Jawa Timur (BPS, 2024). Konsumsi daging ayam kampung di kota ini tercatat sebesar 0,006 kg, sementara konsumsi daging sapi mencapai 0,026 kg. Data ini menunjukkan bahwa preferensi masyarakat Kota Mojokerto cenderung mengarah pada daging ayam broiler sebagai sumber protein hewani utama, dengan porsi konsumsi daging ayam kampung dan daging sapi yang relatif lebih kecil. Fenomena ini dapat dikaitkan dengan harga ayam broiler yang lebih terjangkau dibandingkan harga daging sapi yaitu seharga Rp.33.000/kg serta ketersediaannya yang melimpah di pasar tradisional.

Pada umumnya saat membeli daging ayam, masyarakat lebih memilih membeli di pasar tradisional karena berbagai faktor yaitu harga yang relatif murah dan letaknya yang strategis atau mudah dijangkau. Berdasarkan observasi penulis jumlah *outlet* pedagang daging ayam broiler di Pasar Tanjung Anyar Mojokerto pada 2024 sebanyak 16 *outlet*.

Banyaknya *outlet* tersebut membuat persaingan harga antar kompetitor sehingga harga daging ayam bisa ditekan, selain itu banyaknya penjual daging ayam membuat tidak adanya monopoli harga daging ayam broiler yang ada di Pasar Tanjung Anyar Mojokerto.

Peningkatan konsumsi daging ayam broiler oleh masyarakat mencerminkan adanya perbaikan daya beli. Data 2024 menunjukkan bahwa rata-rata penjualan harian daging ayam broiler pada setiap *outlet* mencapai sekitar 50 kg berdasarkan keterangan para pedagang. Temuan ini menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk membeli daging ayam broiler di Pasar Tanjung Anyar Kota Mojokerto cukup tinggi. Banyaknya penjual daging ayam broiler juga berdampak pada adanya perbedaan selera setiap konsumen dalam memilih produk daging ayam broiler yang sesuai dengan keinginannya. Setiap konsumen memiliki preferensi dan kriteria tersendiri berdasarkan atribut yang dianggap sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Menurut Priyambodo *et al.* (2020), preferensi konsumen adalah kesukaan seseorang terhadap produk yang dikonsumsi. Agar produk atau jasa yang ditawarkan tetap menarik bagi konsumen, pemahaman tentang preferensi konsumen bertujuan untuk mendukung keberlanjutan strategi pemasaran. Penjual daging ayam dapat mengidentifikasi pilihan pelanggan ketika dihadapkan pada berbagai produk sejenis dengan mengetahui tingkat preferensi. Hal penting yang perlu diketahui dalam proses pembelian adalah bagaimana konsumen mengambil keputusan saat melakukan pembelian.

Tujuan analisis preferensi konsumen adalah untuk mengidentifikasi dan mengurutkan atribut produk yang paling penting hingga yang paling tidak penting menurut konsumen, sehingga produsen dapat menyesuaikan penawaran produknya (Zahro, 2024). Dengan mengetahui tingkat preferensi konsumen, pedagang daging ayam broiler di Pasar Tanjung Anyar Kota Mojokerto dapat menentukan pilihan konsumen terhadap banyak pilihan produk yang serupa untuk mengevaluasi kelebihan dan kekurangan produk tersebut. Penelitian terkait preferensi konsumen terhadap daging ayam telah banyak dilakukan, terutama dengan menilai berbagai atribut daging ayam broiler seperti warna, harga, aroma, dan bagian daging. Menurut penelitian Fadila *et al.* (2025) warna daging ayam yang disukai adalah putih kekuningan, sedangkan menurut penelitian Jannah (2022) warna daging yang disukai adalah putih kemerahan. Perbedaan temuan pada penelitian sebelumnya mendorong penulis untuk melakukan kajian

mengenai preferensi konsumen daging ayam broiler dengan fokus pada atribut yang berbeda serta lokasi penelitian yang tidak sama.

Berdasarkan pendahuluan tersebut tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan karakteristik konsumen produk daging ayam broiler di Pasar Tradisional Tanjung Anyar Kota Mojokerto dan menganalisis preferensi konsumen pada produk daging ayam broiler di Pasar Tradisional Tanjung Anyar Kota Mojokerto. Dampak penelitian tentang analisis preferensi ini diharapkan nantinya dapat membantu produsen dan pedagang guna mengetahui kebutuhan serta preferensi konsumen, agar dapat meningkatkan daya saing produk daging ayam broiler di Pasar Tanjung Anyar Kota Mojokerto.

2. Materi dan Metode

Penelitian ini dilakukan pada Mei–Juni 2025. Jenis penelitian yaitu penelitian kualitatif. Lokasi yang dipilih oleh peneliti adalah Pasar Tanjung Anyar Kota Mojokerto, Jawa Timur. Tempat penelitian dipilih secara sengaja atau *purposive sampling*, berdasarkan pertimbangan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, 97 responden diambil secara kebetulan oleh peneliti dengan metode *accidental sampling*, sampel diambil dari orang-orang yang memenuhi kriteria sebagai responden di lokasi penelitian. Konsumen yang disurvei telah membeli daging ayam broiler di Pasar Tanjung Anyar Kota Mojokerto setidaknya dua kali. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis konjoin dengan bantuan *Software IBM SPSS Statistics 20*.

Analisis konjoin digunakan untuk menentukan preferensi pembeli di pasar tradisional Kota Mojokerto untuk membeli daging ayam broiler. Sebelum melakukan analisis, tingkatan taraf/level dari atribut harus ditentukan. Jumlah stimuli yang harus dinilai oleh responden akan dipengaruhi oleh banyaknya level pada suatu atribut. Atribut dan taraf yang digunakan disajikan pada Tabel 1.

Model Analisis *Conjoint*:

$$U(X) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^k \beta_{ij} X_{ij}$$

Di mana :

$U(X)$ = keseluruhan utilitas dari alternatif

β_i = utility dari faktor ke i ($i=1,2,\dots,m$) dan faktor ke j ($j=1,2,\dots,k$)

k_i = nomer level pada atribut i

m = banyaknya jumlah atribut

X_{ij} = 1 apabila level j dari atribut ; dan 0 kalau tidak dipilih.

Penggunaan tiga atribut dan 9 sub-atribut, maka kemungkinan kombinasi yang akan terbentuk adalah sejumlah 27 stimuli. Berdasarkan kombinasi yang terbentuk, maka secara teoritis responden harus memberikan penilaian sebanyak 27 macam kombinasi atribut yang terbentuk dari produk daging ayam broiler tersebut.

Tabel 1. Identifikasi atribut dan level atribut produk daging ayam broiler

Atribut	Taraf/Level	Stimuli
Harga (Rp)	1	<30.000
	2	30.000-35.000
	3	>35.000
Warna	1	Pucat
	2	Putih Kekuningan
	3	Putih Kemerahan
Bagian Daging	1	Dada
	2	Paha
	3	Sayap

Sumber : Data Primer (2025)

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Karakteristik Konsumen Daging Ayam Broiler di Pasar Tanjung Anyar

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 2. Sebagian besar konsumen daging ayam broiler adalah perempuan. Dari total 97 responden, mayoritas konsumen adalah perempuan berjumlah 62 orang atau 63,91%, sementara konsumen laki-laki sebanyak 35 orang atau 36,09%. Dominasi perempuan sebagai konsumen dapat dijelaskan oleh peran mereka yang lebih besar dalam mengelola kebutuhan rumah tangga, termasuk urusan belanja bahan makanan sehari-hari seperti daging ayam. Perempuan cenderung lebih sering datang ke pasar tradisional untuk memastikan kualitas dan harga barang yang dibeli, dibandingkan dengan laki-laki yang umumnya hanya sesekali terlibat dalam aktivitas belanja kebutuhan pokok (Fujiati, 2018).

Data ini juga mencerminkan pola sosial dan budaya di mana perempuan memiliki tanggung jawab utama dalam pemenuhan konsumsi rumah tangga.

Tabel 2. Jenis kelamin konsumen

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	35	36,09
2	Perempuan	62	63,91
Total		97	100

Sumber : Analisis Data Primer (2025)

Tabel 3 Karakteristik berdasarkan usia konsumen

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	18-30	22	22,69
2	31-42	31	31,95
3	43-54	21	21,65
4	55-66	23	23,71
Total		97	100

Sumber : Analisis data primer (2025)

Karakteristik responden daging ayam broiler berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 3. Sebagian besar konsumen daging ayam broiler adalah berusia 31-42 tahun. Dari total 97 responden, kelompok usia yang paling dominan adalah 31–42 tahun dengan jumlah 31 orang atau 31,95%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa konsumen dalam usia produktif cenderung lebih aktif berbelanja dan mengambil keputusan pembelian untuk kebutuhan rumah tangga, termasuk pembelian daging ayam broiler. Responden yang berada pada usia produktif cenderung lebih mudah dalam menerima dan memahami informasi, termasuk informasi terkait pentingnya asupan protein hewani agar menjaga kesehatan, khususnya melalui konsumsi daging ayam broiler (Ayu *et al.*, 2020).

Tabel 4. Karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan konsumen

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	1	1,03
2	SMP	6	6,19
3	SMA/SMK	72	74,22
4	DIII, S1, S2, S3	18	18,56
Total		97	100

Sumber : Analisis data primer (2025)

Karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 4. Sebagian besar konsumen daging ayam broiler adalah berpendidikan SMA/SMK. Dari total 97 responden memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK, yaitu sebanyak 74,22% dari total responden. Dominasi lulusan SMA/SMK dalam komposisi konsumen ini mencerminkan bahwa kelompok dengan pendidikan menengah atas merupakan segmen terbesar yang beraktivitas dan melakukan pembelian di pasar tradisional. Tingkat pendidikan seseorang turut memengaruhi perilaku konsumsinya pada suatu produk. Tingginya jenjang pendidikan yang dimiliki semakin besar kebutuhan yang ingin dipenuhi. (Latifah, 2022).

Tabel 5. Karakteristik berdasarkan pekerjaan konsumen

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	8	8,25
2	Ibu Rumah Tangga	18	18,56
3	Karyawan Swasta	26	26,80
4	Pegawai	4	4,13
5	Wiraswasta	18	18,56
6	Buruh	10	10,30
7	Lainnya	13	13,40
Total		97	100

Sumber : Analisis data primer (2025)

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 5. Sebagian besar konsumen daging ayam broiler adalah bekerja sebagai karyawan swasta. Berdasarkan data dari total 97 responden mayoritas konsumen adalah karyawan swasta, dengan persentase sebesar 26,80%, diikuti oleh ibu rumah tangga sebesar 18,56%, dan wirausaha sebesar 18,56%. Data tersebut mengindikasikan bahwa segmen pasar terbesar berasal dari kelompok pekerja dan rumah tangga aktif yang memiliki kebutuhan konsumsi rutin terhadap daging ayam broiler. Sementara itu, pegawai tercatat paling rendah, hanya sebesar 4,13%, yang mungkin disebabkan oleh pola konsumsi atau preferensi belanja yang berbeda. Menurut Prastiwi *et al.* (2023) karyawan swasta cenderung memiliki pendapatan yang lebih besar dan memiliki uang lebih untuk membeli daging ayam broiler.

Tabel 6. Karakteristik berdasarkan pendapatan konsumen

No	Pendapatan (Rp)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	0 – 1.500.000	32	32,99
2	1.600.000 – 3.000.000	34	35,05
3	3.100.000 – 4.500.000	20	20,62
4	4.600.000 – 6.000.000	11	11,34
Total		97	100

Sumber : Analisis data primer (2025)

Karakteristik berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada Tabel 6. Sebagian besar konsumen daging ayam broiler memiliki pendapatan sebesar Rp.1.600.000 – Rp. 3.000.000 per bulan. Berdasarkan data pada Tabel 6, mayoritas konsumen memiliki pendapatan bulanan pada rentang Rp.1.600.000 – Rp. 3.000.000, yaitu sebanyak 35,05% responden. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa konsumen paling sering membeli daging ayam broiler di pasar tradisional adalah orang-orang dengan pendapatan menengah. Hal itu dijelaskan karena daging ayam broiler adalah sumber protein hewani yang murah, yang membuatnya tetap populer di kalangan masyarakat dengan pendapatan rendah dan menengah. Sementara itu, konsumen dengan pendapatan di atas Rp4.500.000 hanya mencakup 11,34% dari total responden, yang kemungkinan cenderung memiliki preferensi belanja di tempat lain seperti supermarket atau pasar modern. Kondisi ini menunjukkan hubungan antara pendapatan dan keputusan pembelian masyarakat yang sesuai oleh pendapat (Rahmawati *et al.*, 2024) bahwa pendapatan merupakan salah satu indikator yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

3.2. Preferensi Konsumen Daging Ayam Broiler di Pasar Tanjung Anyar

Analisis konjoin yang digunakan menghasilkan nilai *utility*. Nilai *utility* menunjukkan tingkat preferensi pelanggan terhadap suatu produk semakin tinggi nilai *utility*, semakin tertarik konsumen terhadap fitur tersebut. Sesuai dengan pernyataan (Anwar and Supartiningsih, 2024) konsumen cenderung memilih barang atau jasa yang memberikan nilai *utility* tertinggi, yang mencerminkan preferensi mereka dalam pengambilan keputusan pembelian. Tabel 7 menunjukkan besar nilai *utility* pada setiap level atribut.

Tabel 7. *Overall statistics* analisis konjoin

Atribut	Keterangan	Utility Estimate	Std. Error
Harga	<Rp. 30.000	0,062	0,042
	Rp. 30.000 – Rp. 35.000	0,041	0,042
	>Rp. 35.000	-0,102	0,042
Warna Daging	Pucat	-0,242	0,042
	Putih Kekuningan	0,056	0,042
	Putih Kemerahan	0,187	0,042
Bagian Daging	Dada	0,022	0,042
	Paha	0,009	0,042
	Sayap	-0,031	0,042
(Constan)		3,722	0,030

Sumber : Analisis data primer (2025)

Berdasarkan hasil analisis nilai *utility estimate* positif mengindikasikan bahwa level atribut yang ditawarkan kepada konsumen dapat meningkatkan tingkat kegunaan atau manfaat sebesar nilai tersebut. Sementara itu, nilai negatif menunjukkan bahwa tidak dipilihnya suatu level atribut tertentu dapat menyebabkan penurunan kegunaan sebesar nilai negatif yang ditampilkan (Rohmah dan Subari, 2021).

Pada atribut harga, konsumen lebih menyukai harga berkisar antara <Rp30.000 dengan nilai *utility* tertinggi (0,62), diikuti oleh harga antara Rp.30.000-Rp.35.000 dengan nilai *utility* (0,041), sedangkan harga di atas Rp35.000 memiliki nilai negatif tertinggi (-0,102), menandakan bahwa konsumen cenderung menghindari harga tinggi. Hasil analisis tersebut menjelaskan konsumen lebih memilih harga yang terjangkau daripada harga yang tinggi. Sejalan dengan pernyataan (Wibowo *et al.*, 2022) bahwa konsumen pasar tradisional umumnya sensitif terhadap perubahan harga, dan lebih memilih produk yang lebih terjangkau.

Pada atribut warna daging, daging berwarna putih kemerahan mendapatkan nilai *utility* tertinggi (0,187), diikuti oleh putih kekuningan (0,056), sementara daging berwarna pucat sangat tidak disukai dengan nilai *utility* negatif tertinggi (-0,242). Warna daging yang lebih segar seperti putih kemerahan dianggap sebagai indikator kualitas dan kesegaran, sementara warna pucat sering diasosiasikan dengan daging yang tidak segar atau berkualitas rendah, sedangkan untuk atribut bagian daging, bagian dada memperoleh nilai kegunaan tertinggi (0,022), diikuti oleh paha (0,009), dan sayap memiliki nilai negatif (-0,031). Ini menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai bagian daging yang memiliki daging lebih banyak dan serbaguna untuk diolah, seperti dada, dibandingkan

dengan sayap yang dinilai kurang mengenyangkan. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Faqih *et al.*, 2023) konsumen berasumsi dada merupakan bagian yang memiliki lebih banyak daging dan memiliki lebih sedikit tulang sehingga konsumen lebih meminati dada daripada bagian lainnya, yaitu kepala, sayap, paha, dan ati ampela.

Nilai *importance value* menggambarkan seberapa penting suatu atribut bagi konsumen semakin tinggi nilainya, semakin besar pengaruh atribut tersebut dalam keputusan pembelian daging ayam. Tabel 8 menunjukkan nilai *importance value* produk daging ayam broiler.

Tabel 8. *Importance values* daging ayam broiler

No	Atribut	Persentase (%)
1	Warna	42,481
2	Harga	29,290
3	Bagian Daging	28,228

Sumber : Analisis data primer (2025)

Berdasarkan Tabel 8, atribut warna daging memiliki tingkat kepentingan tertinggi dalam preferensi konsumen terhadap daging ayam broiler, yaitu sebesar 42,481%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa warna daging adalah pertimbangan utama pembeli saat melakukan pembelian. Selaras dengan pendapat (Revulaningtyas dan Norsita, 2020) bahwa warna merupakan atribut yang bisa memengaruhi preferensi konsumen yang juga dapat berfungsi sebagai sinyal kualitas produk bagi konsumen.

Selanjutnya atribut harga menempati urutan kedua dengan nilai penting sebesar 29,290%, yang menunjukkan bahwa meskipun konsumen sensitif terhadap harga, mereka masih memilih barang berdasarkan kualitas atau tampilan. Apabila harga produk sepadan dengan kualitas yang didapatkan, konsumen cenderung tetap membeli daging ayam. Fluktuasi harga yang sering terjadi membuat konsumen mempertimbangkan harga sebelum membeli daging ayam. Menurut pendapat Sinaga *et al.* (2020), konsumen sering kali menilai produk berdasarkan harga yang mereka bayar dibandingkan dengan manfaat yang mereka terima, sehingga harga berfungsi sebagai indikator kualitas dan nilai produk.

Atribut bagian daging mendapatkan nilai kepentingan terendah, yaitu 28,228%, meskipun tetap menjadi salah satu aspek yang dipertimbangkan. Dari ketiga taraf tersebut, konsumen memilih daging bagian dada dari ketiga bagian tersebut karena mengandung banyak daging. Menurut pendapat Susanty *et al.* (2021), daging bagian dada

sering menjadi pilihan favorit konsumen karena teksturnya yang lembut dan kemudahan dalam pengolahan, menjadikannya bahan yang populer dalam berbagai masakan.

4. Kesimpulan

Di pasar tradisional Kota Mojokerto, sebagian besar konsumen daging ayam broiler didominasi oleh perempuan dengan rentang usia 31–42 tahun dengan pendidikan terakhir SMA/SMK, pekerjaan karyawan swasta, dan pendapatan per bulan kisaran Rp.1.600.000 – Rp. 3.000.000. Kombinasi atribut yang menjadi preferensi konsumen adalah daging ayam broiler yang berharga <Rp. 30.000, warna daging ayam putih kemerahan, dan bagian daging ayam bagian dada. Urutan tingkat kepentingan atribut yang paling dipertimbangkan konsumen adalah warna, harga, dan bagian daging.

Daftar Pustaka

- Anwar, A., & Supartiningsih, N. L. S. (2024). Analisis konjoin untuk mengukur preferensi konsumen beras di Kecamatan Mataram. *Jurnal Agrimansion*, 25(1), 37–49. <https://doi.org/10.29303/agrimansion.v25i1.1621>
- Ayu, K., Agus, S., & Ekowati, T. (2020). Analisis preferensi konsumen dalam membeli daging ayam broiler di pasar tradisional Kota Semarang, Jawa Tengah. *Agromedia*, 38(2), 76–89. <https://doi.org/10.47728/ag.v38i2.287>
- Badan Pusat Statistik. (2024). Rata-rata konsumsi per kapita seminggu menurut kelompok daging per kabupaten/kota (satuan komoditas), 2024. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjA5NyMy/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-daging-per-kabupaten-kota.html>
- Fadila, A. C., Prastiwi, W. D., & 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. <https://doi.org/10.20961/sepa.v22i1.86868>
- Faqih, A., Aisyah, S., Sya'bani, H. F., Ramadhan, R. A., Darmadi, T. R., & Yusuf, P. M. (2023). Analysis of consumer preferences in buying broiler chicken meat. *Interdisciplinary Journal and Humanity (INJURITY)*, 2(7), 592–602. <https://doi.org/10.58631/injury.v2i7.95>
- Fujiati, D. (2018). Perempuan pedagang dan pasar tradisional. *Muwazah*, 9(2), 106–124. <https://doi.org/10.28918/muwazah.v9i2.1123>
- Jannah, D. R. (2022). Preferensi konsumen terhadap karkas ayam broiler segar dan beku di Kecamatan Tenggarong. *Jurnal Peternakan Lingkungan Tropis*, 5(1), 28–35. <https://doi.org/10.30872/jpltrop.v5i1.7422>
- Krismiyo, L., Suthama, N., & Mangisah, I. (2020). Pemanfaatan sumber minyak berbeda terhadap pencernaan lemak dan kualitas daging ayam broiler. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Peternakan Tropis*, 7(1), 77. <https://doi.org/10.33772/jitro.v7i1.9388>
- Latifah, N. (2022). Saluran distribusi dan daya beli masyarakat. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 4(4), 246–255.

- Prastiwi, F. A., Yuliati, N., & Laily, D. W. (2023). Analisis pengaruh harga, lokasi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian buah dan sayur di Supermarket Hokky Panglima Sudirman Surabaya. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 11(3), 137–143. <https://doi.org/10.23960/jiia.v11i4.7391>
- Priyambodo, D., Dewi, I., & Ayuningtyas, G. (2020). Preferensi konsumen terhadap daging ayam broiler di era new normal. *Jurnal Sains Terapan: Wahana Informasi dan Alih Teknologi Pertanian*, 10(2), 83–97. <https://doi.org/10.29244/jstsv.10.2.83-97>
- Rahmawati, B., Soedarto, T., & Yuliati, N. (2024). Pengaruh faktor pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian bumbu instan Sajiku di Surya Mart Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Ilmiah Respati*, 15(1), 36–47. <https://doi.org/10.52643/jir.v15i1.3591>
- Revulaningtyas, I. R., & Norsita, D. I. (2020). Penentuan atribut mutu untuk pengembangan produk minuman coklat bubuk berdasarkan tingkat kebutuhan konsumen. *Jurnal Pertanian Cemara*, 17(1), 7–13. <https://doi.org/10.24929/fp.v17i1.1035>
- Rohmah, A. N., & Subari, S. (2021). Preferensi konsumen terhadap produk minuman kopi di Kopi Janji Jiwa Jilid 324 Surabaya. *Agriscience*, 1(3), 548–562. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i3.9129>
- Sinaga, A., Sihombing, S., & Sitanggang, D. (2020). Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Coffeenatics Medan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 6(1), 119–144. <https://doi.org/10.54367/jrak.v6i1.855>
- Susanty, A., Adji, D., & Tafsir, M. (2021). Analisis kualitas daging ayam broiler asal pasar swalayan dan pasar tradisional di Kota Medan Sumatera Utara. *Jurnal Sain Veteriner*, 39(3), 224. <https://doi.org/10.22146/jsv.54354>
- Wibowo, F., Khasanah, A. U., & Putra, F. I. F. S. (2022). Analisis dampak kehadiran pasar modern terhadap kinerja pemasaran pasar tradisional berbasis perspektif pedagang dan konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 53–65. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.16057>
- Zahro, S. R. (2024). Analisis preferensi konsumen daging ayam broiler di pasar tradisional Kabupaten Jember Jawa Timur. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(2), 1788. <https://doi.org/10.25157/ma.v10i2.13591>