

Analisis Deskriptif dan Perilaku Konsumen *Bar Chocolate* di Yogyakarta

Iman Sabarisman dan Anjar Kistia Purwaditya
Departemen Teknologi Hayati dan Veteriner, Sekolah Vokasi,
Universitas Gadjah Mada (UGM),
e-mail: iman.sabarisman@ugm.ac.id

Abstrak—Indonesia tercatat sebagai satu-satunya negara Asia penghasil kakao terbesar. Namun, dalam hal konsumsi cokelat, Indonesia memiliki tingkat konsumsi yang masih rendah. Produsen cokelat perlu memahami karakteristik konsumen agar diperoleh penjualan yang tepat sasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi karakteristik demografi dan psikografi dari konsumen cokelat batang yang ada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode *Crosstabs Analysis* dan *Chi Square Test*. Metode pengumpulan data dilakukan melalui pengisian kuesioner *online* oleh responden. Responden diperoleh dengan metode *non probability sampling*. Hasil penelitian ini adalah karakteristik demografi meliputi jenis kelamin (72,5% perempuan), usia (82,6% berusia 16-25 tahun), pendidikan terakhir (66,1% SMA/ sederajat), dan penghasilan/uang saku per bulan (55,05% di bawah Rp 1.000.000,00). Sedangkan karakteristik psikografi dan perilaku konsumen meliputi frekuensi konsumsi (65,1% jarang mengonsumsi cokelat), jenis cokelat batang yang disukai (37,6% *milk chocolate*), dan bentuk cokelat batang yang diinginkan (54,1% cokelat batang berbentuk blok).

Kata Kunci—Cokelat, Demografi, Karakteristik Konsumen, Psikografi

I. PENDAHULUAN

JIKA ditinjau dari produksinya selama kurun waktu 1980-2016 (Angka Estimasi), produksi kakao Indonesia berfluktuasi dan cenderung meningkat. Pada tahun 1980 produksi kakao Indonesia sebesar 10.284 ton kemudian tahun 2015 sebesar 661.243 ton atau mengalami peningkatan rata-rata sebesar 13,99% per tahun. Dari hasil estimasi Ditjen Perkebunan, produksi kakao tahun 2016 akan naik 15,00% dibandingkan tahun 2015. Produksi tertinggi selama periode tahun 1980-2016 terjadi pada tahun 2010 yaitu sebesar 837.918 ton. Pada periode tahun 2012-2016 atau selama lima tahun terakhir, rata-rata pertumbuhan produksi kakao naik sebesar 1,63% per tahun [1].

Cokelat batang merupakan salah satu produk turunan dari pengolahan biji kakao. Cokelat dapat dijadikan sebagai salah satu sumber antioksidan alami karena mengandung senyawa flavanol yang disebut flavonoid [2]. Terdapat tiga jenis cokelat berdasarkan komposisi penyusunnya, yaitu *dark chocolate*, *milk chocolate*, dan *white chocolate* [3][4]. Ketiganya dibedakan berdasarkan komposisi pasta kakao, lemak kakao, gula, susu serta bahan tambahan lain yang terkandung di dalamnya.

Indonesia adalah salah satu negara dengan tingkat konsumsi cokelat yang rendah di dunia dengan jumlah konsumsi tiap orangnya hanya mencapai 0,10 kg per tahun [2]. Hal ini berbeda dengan jumlah konsumsi di negara-negara Eropa, seperti Swiss, Jerman dan Inggris, yang setiap

orang dapat mengonsumsi cokelat sebanyak 9,45 hingga 10,55 kg per tahun [5]. Menurut Alberts dan Cidell [6] dalam Thamke *et al.* [7], walaupun tren konsumsi cokelat di Eropa sebagai benua dengan konsumsi cokelat terbesar di dunia tidak mengalami peningkatan yang signifikan dalam kurun waktu terakhir, terdapat kecenderungan khusus terkait konsumsi produk *dark chocolate* dengan kandungan kakao yang tinggi tanpa penambahan susu. Beberapa manfaat dapat diperoleh dari mengonsumsi cokelat, khususnya *dark chocolate* yang dipercaya dapat memberikan manfaat bagi kesehatan [8] dan merupakan salah satu contoh produk pangan fungsional [9]. Di Indonesia sendiri, tren konsumsi cokelat seperti di Eropa belum diketahui secara pasti sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut.

Salah satu hal yang menjadi hipotesis rendahnya konsumsi cokelat di Indonesia yaitu produk cokelat yang ada di pasaran belum mampu memenuhi keinginan konsumen. Hal ini dapat menimbulkan minat beli konsumen terhadap produk cokelat di Indonesia berkurang. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian pengembangan produk cokelat yang sesuai dengan keinginan konsumen. Penelitian tersebut diawali dengan menganalisis karakteristik atau segmentasi konsumen untuk memperoleh informasi mengenai karakteristik demografi, karakteristik psikografi, dan perilaku konsumen cokelat batang.

II. URAIAN PENELITIAN

A. Jenis Data

Data primer yang meliputi data karakteristik demografi, psikografi, dan perilaku konsumen diambil dengan metode survei melalui kuesioner pada responden yang dianggap mewakili sampel dari populasi penelitian. Data yang diambil adalah data dengan jenis data nominal dan ordinal. Data yang ada lalu diolah secara deskriptif.

B. Pengumpulan dan Analisis Data

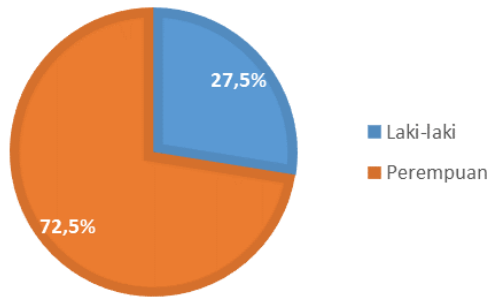
Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survei melalui kuesioner yang disebar secara online. Peneliti mengambil sampel dari populasi dengan teknik pengambilan sampel non-probability sampling. Metode yang dipilih adalah convenience sampling, yakni peneliti memiliki kebebasan untuk memilih responden berdasarkan pertimbangan pribadi. Kuesioner online disebar dari 12 September hingga 26 September 2019. Selanjutnya data yang diperoleh diolah dengan analisis deskriptif, analisis Crosstabs, dan uji Chi Square.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Demografi

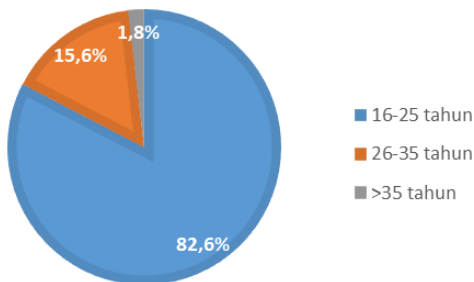
Karakteristik demografi yang diamati terdiri dari jenis

kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan penghasilan atau uang saku per bulan. Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh informasi bahwa sebagian besar responden (72,5%) adalah perempuan dan berusia antara 16 – 25 tahun (82,6%) seperti terlihat pada Gambar 1 dan Gambar 2.

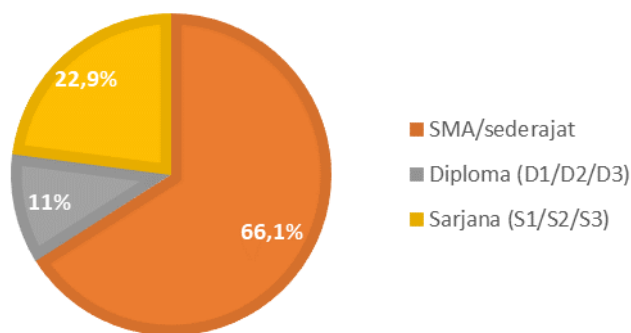


Gambar 1. Demografi jenis kelamin responden.

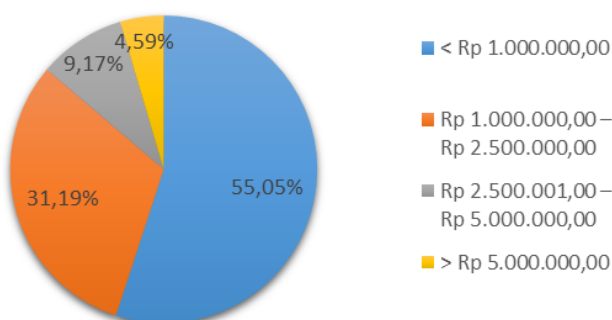
Pendidikan terakhir atau pendidikan yang sedang ditempuh oleh sebagian besar responden yaitu tingkat SMA/ sederajat sebesar 66,1% (Gambar 3). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah pelajar. Lebih dari 50% responden (Gambar 4) memiliki penghasilan atau uang saku per bulan kurang dari Rp 1.000.000,00 55,05%).



Gambar 2. Demografi usia responden.



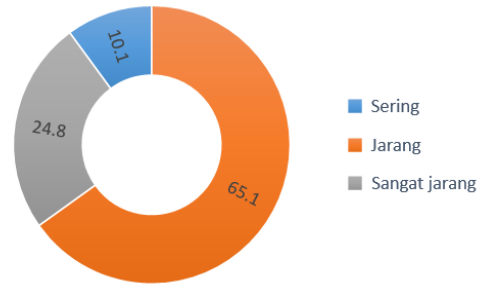
Gambar 3. Demografi pendidikan terakhir responden.



Gambar 4. Demografi penghasilan/uang saku responden.

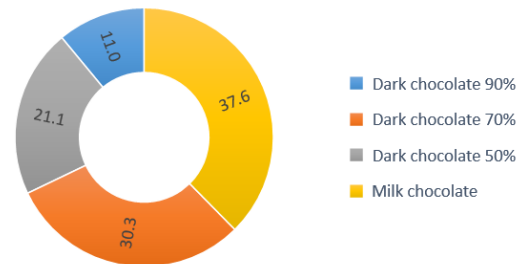
B. Karakteristik Psikografi dan Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen berupa frekuensi responden dalam mengkonsumsi produk cokelat batang. Dari Gambar 5 terlihat bahwa 65,1% responden jarang (minimal 1 kali sebulan) mengkonsumsi cokelat.



Gambar 5. Perilaku konsumen (frekuensi konsumsi cokelat batang).

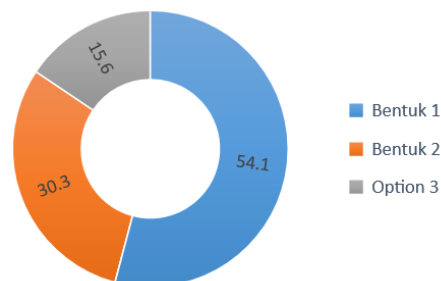
Karakteristik psikografi yang diamati yaitu pilihan jenis dan bentuk cokelat batang yang diinginkan oleh responden. Sebagian besar responden (37,6%) memilih jenis cokelat milk chocolate (Gambar 6), sedangkan bentuk cokelat yang paling banyak dipilih yaitu cokelat batang berbentuk blok (54,1%) seperti tersaji pada Gambar 7. Bentuk cokelat yang ditawarkan kepada responden ditunjukkan pada Gambar 8.



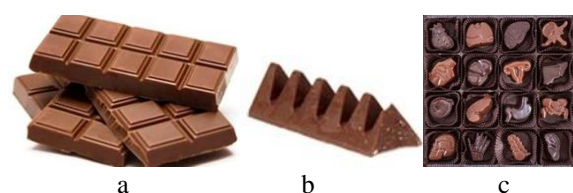
Gambar 6. Pilihan jenis cokelat yang diinginkan responden.

C. Hubungan Karakteristik Demografi dengan Psikografi dan Perilaku Konsumen

Analisis yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara karakteristik demografi dengan karakteristik psikografi dan perilaku konsumen yaitu uji Chi Square. Terdapat 4 karakteristik demografi yang diamati (jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan penghasilan) serta 3 karakteristik psikografi dan perilaku konsumen, sehingga diperoleh 12 kombinasi hubungan antarkarakteristik seperti disajikan dalam Tabel 1.



Gambar 7. Pilihan bentuk cokelat yang diinginkan responden.



Gambar 8. Bentuk cokelat yang ditawarkan: a) Bentuk 1; b) Bentuk 2; c) Option 3.

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa dari 12 kombinasi hubungan, hanya terdapat 1 (satu) hubungan yang signifikan ($p < 0,05$) antara karakteristik demografi dengan perilaku konsumen. Hubungan yang signifikan tersebut yaitu hubungan antara penghasilan atau uang saku per bulan dengan frekuensi konsumsi coklat batang dari responden. Hal ini menunjukkan bahwa frekuensi konsumsi coklat batang memiliki kecenderungan dipengaruhi oleh tingkat penghasilan atau pendapatan konsumen.

Tabel 1.
Hubungan karakteristik demografi dengan psikografi dan perilaku konsumen

No.	Variabel uji	Asymp. Sig (2-sided)	Hubungan
1.	Jenis kelamin - Frekuensi konsumsi	0,318	Tidak signifikan
2.	Jenis kelamin - Jenis coklat	0,659	Tidak signifikan
3.	Jenis kelamin - Bentuk coklat	0,578	Tidak signifikan
4.	Umur - Frekuensi konsumsi	0,072	Tidak signifikan
5.	Umur - Jenis coklat	0,254	Tidak signifikan
6.	Umur - Bentuk coklat	0,593	Tidak signifikan
7.	Pendidikan - Frekuensi konsumsi	0,284	Tidak signifikan
8.	Pendidikan - Jenis coklat	0,127	Tidak signifikan
9.	Pendidikan - Bentuk coklat	0,183	Tidak signifikan
10.	Penghasilan - Frekuensi konsumsi	0,001	Signifikan
11.	Penghasilan - Jenis coklat	0,681	Tidak signifikan
12.	Penghasilan - Bentuk coklat	0,300	Tidak signifikan

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Karakteristik demografi meliputi jenis kelamin (72,5% perempuan), usia (82,6% berusia 16-25 tahun), pendidikan terakhir (66,1% SMA/ sederajat), dan penghasilan/uang saku per bulan (55,05% kurang dari Rp 1.000.000,00). Sedangkan karakteristik psikografi dan perilaku konsumen meliputi frekuensi konsumsi (65,1% jarang mengkonsumsi coklat), jenis coklat batang yang disukai (37,6% *milk chocolate*), dan bentuk coklat batang yang diinginkan (54,1% coklat batang berbentuk blok). Frekuensi konsumsi coklat batang memiliki kecenderungan dipengaruhi oleh penghasilan atau uang saku konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada para pihak yang telah membantu penelitian sampai dengan penulisan artikel ini selesai. Penelitian ini didanai oleh Dana Masyarakat Sekolah Vokasi 2019 dengan kontrak No. 145/UN1.SV/K/2019.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] "Outlook Kakao 2016 Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian."
- [2] S. Mulato and E. Suharyanto, "Kakao, Cokelat, dan Kesehatan," Jember, 2014.
- [3] S. Beckett, *The Science of Chocolate*, 2nd ed. UK: Royal Society of Chemistry, 2008.
- [4] M. Dwijatmoko, "Effect of Cinnamon Essential Oils Addition in the Sensory Attributes of Dark Chocolate," *Nusant. Biosci.*, vol. 8, no. 2, pp. 301–305, 2016.
- [5] Caobisco, "Caobisco Statistical Buletin," Brussels, 2013.
- [6] H. Alberts and et al, "Chocolate Consumption, Manufacturing and Quality in Western Europe and the United States," *J. Geog.*, vol. 91, pp. 218–226, 2006.
- [7] I. Thamke and et al, "Sensory Description of Dark Chocolates by Consumers," *J. Food Sci. Technol.*, vol. 42, pp. 534–539, 2009.
- [8] R. Latif, "Chocolate/cocoa and Human Health: A Review," *Neth. J. Med.*, vol. 71, no. 2, pp. 63–68, 2013.
- [9] J. Albrecht and et al, "Chocolate – A Functional Food?," USA, 2010.