



ANALISIS PERBEDAAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ISIAN *SIOPAO* KUKUS DI SEKTOR BARATKOPELMA DARUSSALAM

Sahyani¹, Indani¹, Yuli Heirina Hamid¹, Laili Suhairi¹, Nurul Faudiah¹

Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Syiah Kuala Darussalam, Banda Aceh, Indonesia

Email: sahyanisahyani1@gmail.com

ABSTRAK

Kecamatan Syiah kuala adalah salah satu wilayah yang menjadi pusat kegiatan masyarakat dan mahasiswa diantaranya para pedagang di kaki lima, banyak pedagang yang berjualan di sepanjang jalan Kopelma Darussalam, salah satunya *siopao* kukus. *Siopao* adalah makanan khas China yang sangat digemari, tersaji dalam beragam varian isian seperti coklat, kacang merah, kacang hijau, dan kelapa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan preferensi konsumen terhadap isian *siopao* kukus di kopelma Darussalam kota Banda Aceh, dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih preferensi serta aspek yang melekat pada *siopao*. Jenis penelitian adalah deskriptif dan pendekatan kualitatif. Tehnik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode pengumpulan data terdiri dari: pengamatan (observasi), wawancara, dan dokumentasi, teknik analisis data menggunakan accidental sampling dengan jumlah 30 responden cara pengumpulan data penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan aspek produk *siopao* isian coklat adalah varian yang paling banyak diminati dan disukai yaitu sebesar 67% dari pada isian lainnya, artinya preferensi konsumen pada isian *siopao* terdapat perbedaan preferensi terhadap produk *siopao*, faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen lainnya seperti faktor harga 67% konsumen memilih suka, faktor lokasi

¹ Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, FKIP USK, Banda Aceh



60% konsumen memilih netral, faktor pelayanan 60% konsumen memilih sangat suka. Dari hasil penelitian produk *siopao* kukus di kopelma Darussalam adalah *siopao* isian coklat dan aspek kepentingan harga, lokasi/lokasi dan pelayanan yang menjadi preferensi konsumen.

Kata Kunci: Preferensi konsumen, Isian, *Siopao*

ABSTRACT

Kuala Syiah District is one of the areas that is the center of community activities and students including street vendors, many traders selling along Jalan Kopelma Darussalam, one of which is steamed siopao. Siopao is a very popular Chinese food, served in various fillings such as chocolate, kidney beans, green beans, and coconut. This study aims to determine and analyze the differences in consumer preferences towards filling siopao steamed at Kopelma Darussalam Banda Aceh City, by paying attention to the factors that influence consumers in choosing preferences and attributes attached to siopao. The method used in this study is qualitative and descriptive approach. Data collection techniques carried out in this study are using data collection methods consisting of: observation (observation), interviews, and documentation, data analysis techniques using accidental sampling with a total of 30 respondents, the way of collecting data for this study is data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results showed that based on product attributes siopao chocolate filling is the most popular and preferred variant at 67% of other fillings, meaning consumer preference for stuffing siopao. There are different preferences for products siopao, factors that influence other consumer preferences such as price factor 67% of consumers choose like, place factor 60% of consumers choose neutral, service factor 60% of consumers choose very like. From the results of product research siopao steamed in Kopelma Darussalam is siopao Chocolate stuffing and attributes of price, place/location and service importance that are consumer preferences.

Keywords: *Consumer preference, Filling, Siopao*



PENDAHULUAN

Kopelma Darussalam merupakan salah satu Gampong yang terdapat di Kecamatan Syiah Kuala. Kopelma Darussalam menjadi lokasi pusat kegiatan mahasiswa dan masyarakat diantaranya para pedagang kaki lima. Kopelma Darussalam salah satu lokasi mahasiswa pendatang terbanyak yang bertujuan melanjutkan pendidikan tinggi baik itu di Universitas Syiah Kuala ataupun kampus lain disekitarnya. Oleh karena itu banyak pedagang kaki lima yang melakukan kegiatan komersial, sebab lokasi ramai di kunjungi mahasiswa di wilayah kopelma Darussalam. Salah satu nya pedagang *siopao* kukus yang berjualan di kawasan sektor barat kopelma Darussalam.

Makanan China yang masuk ke wilayah masyarakat Indonesia bisa dilihat dari sejak awal, yang memang dalam gelombang migrasi orang-orang China dibarengi dengan masuknya bahan makanan, tak hanya itu munculnya juga makanan dan minuman yang menggunakan fermentasi adalah bukti hadirnya

kuliner cina dalam kehidupan masyarakat seperti makanan *siopao*.

Siopao merupakan jenis makanan khas berasal dari negeri China yang berarti “roti panas”, berbahan dasar tepung terigu yang diberi ragi sehingga mengembang, diberi isian daging yang dipotong dadu atau cincang, dengan rasa manis dan asin kemudian di bungkus, *siopao* salah satu makanan yang dimasak dengan teknik pengolahan yaitu pengukusan, adapun pengolahan *siopao* kukus yaitu menggunakan tepung protein rendah dan diberi ragi sehingga mengembang kemudian diberi aneka isian dan tahap akhir yaitu memasak *siopao* ke dalam kukusan, isian merupakan sebuah bahan makanan yang digunakan untuk mengisi rongga di bahan makanan dan makanan lainnya pada saat mengolah, dengan begitu *siopao* diberi isian yang bermacam-macam di dalamnya sehingga meningkatkan peminatnya, karena varian isian *siopao* yang berbeda-beda (Ananto, 2012).

Di negara asalnya, *siopao* berisi daging babi, namun di negara



yang penduduknya mayoritas muslim seperti Indonesia *siopao* tidak hanya berisi daging babi namun diolah dan dimodifikasi menjadi berbagai olahan dari bahan yang halal untuk dikonsumsi. Selain itu *siopao* bukan hanya pengganti makanan pokok, tetapi dapat juga menjadi sarana bisnis dari seseorang maupun kelompok (Cahya, 2014).

Siopao khas China yang banyak diminati di Indonesia, bentuknya yang bulat menggelembung ke atas, warnanya putih dengan beragam isian didalamnya menjadi ciri khas *siopao*. Tersaji dalam beragam rasa seperti kacang hijau, kacang merah, coklat, kelapa seperti yang dijual di sektor barat Kopelma Darussalam (Azis Hendradi, 2012). Seiring berkembangnya zaman, kuliner ataupun masakan China ini tidak hanya menjadi konsumsi pribadi di kalangan keluarga China, melainkan juga diperjualbelikan, diajarkan, namun juga secara produktif dikembangkan oleh masyarakat Indonesia di kota masing-masing sehingga menjadi bagian kuliner di kota tersebut seperti di kota

Banda Aceh. Di Kopelma Darussalam *siopao* dijual usaha sendiri seperti angkringan jajanan kaki lima.

Banyak pedagang yang berjualan di sepanjang jalan Kopelma Darussalam, contohnya seperti nasi goreng, nasi uduk, segala macam olahan bakso, cendol, roti bakar, sate dan lain sebagainya, yang menjadi alasan konsumen membeli *siopao* kukus di Kopelma Darussalam karena *siopao* memiliki banyak keunggulan dari pada makanan junk food yang berada disekitarnya, yaitu *siopao* dikukus sehingga lebih sehat, serta bahan yang diperoleh mengandung bahan alami dan bergizi, selain mudah didapat, harga terjangkau dan alat pengolahan yang sederhana, sehingga banyak mahasiswa yang menyukai *siopao* kukus. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui preferensi konsumen terhadap isian *siopao* kukus (2) Mengetahui tingkat perbedaan preferensi konsumen terhadap isian *siopao* kukus.

LANDASAN TEORI

Siopao merupakan jenis roti yang berasal dari negeri China yang



berarti “roti panas”, berbahan dasar tepung terigu yang diberi ragi sehingga mengembang, diberi isian daging yang dipotong dadu atau cincang, dengan rasa manis dan asin kemudian di bungkus, *siopao* salah satu makanan yang dimasak dengan teknik pengolahan yaitu pengukusan, adapun pengolahan *siopao* kukus yaitu menggunakan tepung protein rendah dan diberi ragi sehingga mengembang kemudian diberi aneka isian dan tahap akhir yaitu memasak *siopao* ke dalam kukusan, isian merupakan sebuah bahan makanan yang digunakan untuk mengisi rongga di bahan makanan dan makanan lainnya pada saat mengolah, dengan begitu *siopao* diberi isian yang bermacam-macam di dalamnya sehingga meningkatkan peminatnya, karena varian isian *siopao* yang berbeda-beda (Ananto, 2012).

Zaman sekarang *siopao* di jual dengan banyak macam varian isi, tidak hanya isian daging tetapi juga bermacam aneka isian sehingga dapat menarik para pelanggan yang melihat, tentunya setiap individu mempunyai selera yang berbeda-beda. Isian atau

filling adalah istilah yang biasa digunakan dalam dunia bakery yang artinya isian atau secara penjabaraan bahan bisa diartikan sebagai bobot dalam suatu produk seperti roti dan kue, dan seperti biasanya suatu isian yang berada dalam olah roti atau kue merupakan sebuah inti dari cita rasa sebuah produk, berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa isian merupakan bahan makanan yang digunakan untuk mengisi rongga di dalam suatu makanan ketika diolah seperti olahan *siopao* yang mempunyai berbagai macam aneka ragam isian di dalamnya (Gislen, 2013).

Siopao semakin menarik perhatian dengan bentuk dan warnanya yang sangat beraneka ragam tidak lagi bentuk standar melainkan dibentuk sedemikian rupa agar terlihat menarik seperti bentuk bunga dan bintang diantaranya adalah jenis isian *siopao*, shaobao, Naihuangbao, Daushabao, Xiaolongbao, Kayabaozi, Yacaibao, Shengjian Mantau (Ananto, 2012).

Preferensi konsumen adalah pilihan suka atau tidak suka oleh



seseorang terhadap produk yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada. Analisis Preferensi adalah analisis yang bertujuan untuk mengetahui apa yang disukai dan tidak disukai konsumen, juga untuk menentukan urutan yang kepentingan dari suatu aspek produk, ada beberapa langkah yang harus dilalui sampai konsumen membentuk preferensi (Oktaviani, 2017). Sebagai berikut:

- 1) Diasumsikan bahwa konsumen melihat produk sebagai sekumpulan aspek,
- 2) Tingkat kepentingan aspek berbeda-beda sesuai kebutuhan dan keinginan masing-masing.
- 3) Konsumen mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang letak produk pada setiap produk,
- 4) Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk beragam sesuai dengan perbedaan aspek,
- 5) Konsumen akan sampai pada sikap terhadap merek yang berbeda melalui prosedur evaluasi

JENIS PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah

penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan realisasi sosial, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, Teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat kualitatif, dan penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2017).

Penelitian kualitatif dalam penelitian ini guna untuk mengetahui perbedaan preferensi konsumen terhadap isian Pengumpulan data dalam penelitian ini berlokasi di kopelma Dasrussalam, Banda Aceh dengan 30 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi pada penjual *siopao*, wawancara, dan dokumentasi serta cara pengumpulan data penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Djam dan Ann, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

M.Muzzakir (MM) usia 40 tahun berdagang *siopao* sejak 2017,



angkringannya diberi nama roti pao sumber rezeki. Berjualan dengan motornya dengan membawa gerobak angkringan. *Siopao* yang dijual sudah diolah dari rumah, di angkringan hanya dipanaskan saja pada saat konsumen beli. Hasil wawancara dengan M.M “sebelumnya tidak berjualan menetap tetapi sudah berjualan di beberapa lokasi hanya di daerah kopelma Darussalam merupakan lokasi yang paling menguntungkan dan nyaman dikarenakan ramai mahasiswa dan anak sekolahan” ujar M.M. Usaha *siopao* ini juga menyediakan pengiriman online, jadi konsumen dapat memiliki nomor telepon usaha tersebut jika tidak ingin keluar rumah baik pada siang hari maupun malam hari. Gambar 1 merupakan *siopao* kukus.



Gambar 1. *siopao*
Sumber. Dokumentasi penelitian

Preferensi Konsumen

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab pendahuluan, preferensi konsumen adalah kesukaan dan pilihan atau sesuatu yang lebih disukai konsumen untuk memutuskan membeli suatu produk. Analisis perbedaan preferensi konsumen yang bertujuan untuk mengetahui apa yang disukai dan tidak disukai konsumen (Asep Khoerudin, 2012), berikut aspek preferensi konsumen yang berdasarkan urutan kepentingan yang mempengaruhi preferensi konsumen:

Identitas responden sebagai keterangan yang diperoleh dari responden untuk mengetahui data diri seorang responden yang kita temui dan bersedia untuk diwawancarai untuk membantu melengkapi data peneliti dan mempermudah jalannya proses wawancara. Berdasarkan hasil wawancara yang dilaksanakan dilapangan terdapat 30 responden yang bersedia untuk diwawancarai adapun penjelasan

Usia, mayoritas responden roti pao milik pak Muzzakir yang berlokasi di Kopelma Darussalam yaitu responden yang berusia 22 – 25 tahun. Anak



muda biasanya lebih suka memilih dan labil dalam menentukan pilihan kesukaan terhadap suatu barang dan jasa baik itu produk makanan ataupun lain sebagainya yang akan mereka konsumsi, mereka cenderung lebih mudah terpengaruhi oleh iklan ataupun ajakan yang menyebabkan mereka mudah terpengaruhi.

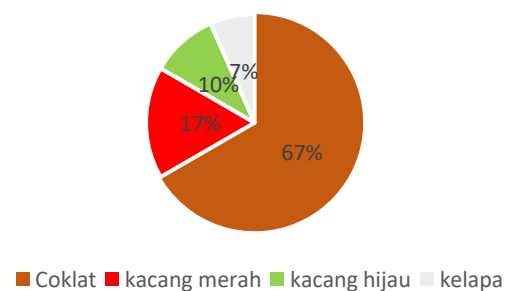
Jenis kelamin, mayoritas responden yang membeli roti pao milik bapak muzzakir adalah responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 24 orang atau 80%, hal ini dikarenakan perempuan cenderung lebih suka mengunjungi lokasi yang menjadi tempat pusat penjualan jajanan/ makanan. Kopelma Darussalam salah satu lokasi tempat yang banyak menjual aneka makanan dari yang di jual di dalam toko hingga di pinggir jalan sepanjang lokasi kampus universitas syiah kuala.

Pekerjaan, mayoritas konsumen yang membeli roti pao milik bapak Muzzakir adalah responden yang status pekerjaannya sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 26 orang atau 87%. Seperti penjelasan sebelumnya bahwa lokasi penelitian

ini berada di lingkungan kampus jadi banyak Sebagian mahasiswa yang memang bertempat tinggal di daerah ini baik itu kos - kosan atau perumahan.

Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Isian *Siopao*

Preferensi konsumen yang dimaksud disini adalah preferensi konsumen terhadap isian *siopao*. *siopao* merupakan suatu produk yang ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dibeli, untuk dikonsumsi sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan hasrat keinginan. Gambar 2 merupakan preferensi konsumen terhadap isian *siopao*.



Gambar 2. Preferensi konsumen terhadap varian isian *siopao*
Sumber: data primer diolah



Berdasarkan data tersebut terdapat 20 responden atau 67% konsumen yang menyatakan menyukai produk *siopao* dengan varian atau isian coklat kemudian kacang merah 5 responden atau 17% konsumen yang menyukai, kacang hijau 3 responden atau 10% konsumen yang menyukai, isi kelapa 2 responden atau 7% konsumen yang menyukai.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen *siopao* kukus lebih menyukai atau yang paling disukai adalah varian atau isian *siopao* rasa coklat yang menjadi kesukaan konsumen yaitu sebanyak 20 orang atau 67% menyukai.

Preferensi Konsumen Terhadap Harga *Siopao* kukus

Dari 30 responden yang di peroleh hasil sebagai berikut: 20 responden atau 67% memilih Suka, maka dapat disimpulkan bahwa responden memilih suka yang memperoleh 67% karena lebih banyak yang memilih dibandingkan Netral yang hanya 33%.

Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Lokasi Penjualan *Siopao*

Dari 30 responden yang di peroleh hasil sebagai berikut: 12 responden atau 40% memilih Suka dan 18 responden atau 60% memilih Netral, maka dapat disimpulkan bahwa responden memilih Netral yang memperoleh 60% karena lebih banyak yang memilih dibandingkan Suka yang hanya 40%.

Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pelayanan *Siopao*

Dari 30 responden yang di peroleh hasil sebagai berikut: 18 responden atau 60% memilih Sangat suka, maka dapat disimpulkan bahwa responden memilih Sangat Suka yang memperoleh 60% karena lebih banyak yang memilih dibandingkan Suka yang hanya 40% dan netral 7%

Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Isian *Siopao* Kukus

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa yang menjadi preferensi konsumen dalam memilih varian isian *siopao* milik MM adalah varian isian coklat, adalah 67% yang memilih sehingga disimpulkan isian coklat merupakan preferensi



konsumen terhadap isian *siopao* kukus di kopelma Darussalam kota Banda Aceh. Alasan coklat banyak diminati oleh konsumen adalah karena coklat mengandung antioksidan tinggi, mengandung resveratrol yang meningkatkan kadar endorphin dan serotonin sehingga bekerja mengatur perasaan senang dan bahagia oleh sebab itu coklat memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh (Owais Khawaja, 2017) rasanya yang enak menunjukkan bahwa coklat banyak digemari oleh mahasiswa dan anak muda sehingga menjadi varian isian yang best seller, selain itu pada saat menikmati coklat perasaan menjadi senang dan rileks pendapat responden. Meskipun makanan ala angkringan, *siopao* memiliki tampilan yang sehat sehingga mudah menarik konsumen.

Tingkat Perbedaan Preferensi Konsumen Terhadap Isian *Siopao*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan preferensi terhadap varian isian *siopao*. Sebagaimana diketahui preferensi konsumen terhadap isian

coklat berjumlah 20 orang responden atau 67% lebih menyukai dibandingkan varian lain seperti: kacang merah 17%, kacang hijau 10%, kelapa 7% sehingga disimpulkan isian coklat merupakan preferensi konsumen terhadap isian *siopao* kukus di kopelma Darussalam kota Banda Aceh. Kepentingan lainnya seperti harga, lokasi dan pelayanan diperoleh hasil dari responden.

KESIMPULAN

Preferensi konsumen terhadap isian *siopao* kukus di Kopelma Darussalam milik MM terdiri dari 4 varian yaitu coklat, kacang merah, kacang hijau, dan kelapa. yang menjadi preferensi konsumen terhadap *siopao* kukus adalah varian coklat, sebab varian coklat yang paling banyak dipilih dan dibeli berulang kali oleh responden dan pembeli, selain itu rasa coklat yang manis dan nikmat disukai oleh anak muda terutama mahasiswa, tentu saja karena *siopao* yang menarik serta pengolahannya yang sehat.

Tingkat perbedaan preferensi konsumen terhadap isian *siopao*



adalah 67% konsumen memilih varian coklat sebagai preferensinya, 17% konsumen memilih varian kacang merah sebagai preferensinya, 10% konsumen memilih varian kacang hijau sebagai preferensinya, lalu 7% konsumen memilih varian kelapa sebagai preferensinya. Selain produk terdapat kepentingan pada *siopao* itu sendiri diantaranya: harga 67% memilih suka, lokasi/alamat 60% memilih netral, pelayanan 60% memilih sangat suka.

SARAN

Penjual diharapkan dapat menyediakan *siopao* dengan preferensi konsumen seperti menambah varian isian *siopao* sehingga konsumen dapat memilih banyak varian yang disukai. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan melakukan pengembangan model penelitian dengan metode penelitian lain diluar dari metode dalam penelitian ini agar kelak hasilnya akan menjadi lebih baik lagi. contohnya penelitian eksperimen pembuatan *siopao* kukus

DAFTAR PUSTAKA

- Ananto. (2012). Aneka Variasi Bakpao. Depok. PT AgroMedia Pustaka
- Asep Khoerudin, Aji Hamim Wigena, Anang Kurnia. (2012). Analissi Tingkat Preferensi Konsumen Terhadap Metode Bayesian Network (Studi Kasus Produk Biskuit). BIAStatistika, 6 (1). 28-44.
- Azis hendradi. (2012). Peluang Bisnis Bakpao. Amikom Yogyakarta.
- Cahya. (2014). Character Pao Charpao: bakpao lezat dengan berbagai bentuk karakter. Tiara Aksara.
- Djam dan Ann. (2013). Metode Penelitian Kualitatif. Alfabeta
- Gislen. (2013). Essential of Profesional Cooking. New Jersey.
- Kotler. (2013). Prinsip-prinsip Pemasaran. PT Gelora Aksara.
- Oktaviani. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Seseorang Dalam Keputusan Pembelian. Gramedia.
- Owais Khawaja. (2017, Mei 31). Google. Penjelasan Ahli Jantung Tentang.



[https://www-pikiran--
rakyat-
com.cdn.ampproject.org/
v/s/www.pikiran-rakyat](https://www-pikiran-rakyat-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.pikiran-rakyat)

Sugiyono. (2017). Statistika Untuk Penelitian. Alfabeta.