

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PEMPEK  
YANG MEMILIKI SERTIFIKAT KELAYAKAN PENGOLAHAN  
(SKP) DI KOTA PALEMBANG**

*Consumer Preference Towards Purchasing Pempek Have Processing Feasibility  
Certificate (SKP) in Palembang City*

Karnilawati\*, Indah Widiastuti, Agustina Bidarti

Program Studi Magister Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya

*Jln. Padang Selasa, Ilir Barat I, Palembang, Sumatera Selatan*

\*Koresponden email: [karnilawatikarman@gmail.com](mailto:karnilawatikarman@gmail.com)

(Received 10 Februari 2024; Accepted 23 Maret 2024)

**ABSTRAK**

Pempek merupakan produk olahan dari bahan dasar ikan yang digemari masyarakat khususnya warga Kota Palembang. Pemahaman konsumen mengenai pempek yang memiliki sertifikat kelayakan pengolahan (SKP) yang dikeluarkan oleh Dinas Kelautan dan Perikanan untuk menjamin kualitas produk olahan ikan menjadi pempek masih sangat rendah. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli pempek ber-SKP setelah adanya edukasi antara lain faktor harga pempek, pendapatan dan pengeluaran konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor harga pempek, pendapatan dan pengeluaran konsumen memiliki pengaruh terhadap preferensi konsumen dalam membeli pempek yang memiliki SKP (Sertifikat Kelayakan Pengolahan) di Kota Palembang. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey dan metode penarikan contoh menggunakan *accidental sampling* dan *Quota Sampling*. *Accidental Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Hasil penelitian ini adalah (1) Faktor harga tidak berpengaruh nyata terhadap preferensi konsumen membeli pempek yang ber-SKP di Kota Palembang. (2) Faktor pendapatan tidak berpengaruh nyata terhadap preferensi konsumen membeli pempek yang ber-SKP di Kota Palembang dan (3) Faktor pengeluaran tidak berpengaruh nyata terhadap preferensi konsumen membeli pempek yang ber-SKP di Kota Palembang.

Kata Kunci: preferensi konsumen, pempek, dan sertifikat kelayakan pengolahan

**ABSTRACT**

Pempek is a processed product from fish-based ingredients that are favored by the community, especially the residents of Palembang City. Consumer understanding of pempek that has a certificate of feasibility for processing (SKP) issued by the National Marine and Fisheries Office to ensure the quality of processed fish products into pempek is still very low. There are several factors that influence consumer preferences in buying SKP and non-SKP

pempek after education, including pempek prices, consumer income and expenditure. This study aims to determine whether pempek price factors, consumer income and expenditure have an influence on consumer preferences in buying pempek that has SKP (Certificate of Feasibility of Processing) in Palembang City. The research methods used in this study are survey methods and sampling methods using accidental sampling and Quota Sampling. Accidental Sampling with 100 respondents. The data used in this study are primary and secondary data. The results of this study are (1) The price factor does not have a real effect on consumer preferences to buy SKP pempek in Palembang City. (2) The income factor does not have a real effect on consumer preferences to buy SKP pempek in Palembang City and (3) The expenditure factor does not have a real effect on consumer preferences to buy SKP pempek in Palembang City.

**Keywords:** consumer preferences, pempek and certificate of feasibility of processing

## PENDAHULUAN

Palembang merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia. Sehubungan dengan hal tersebut, kota Palembang sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Selatan yang terkenal sebagai kota “Empek-empek” berpotensi untuk mengembangkan wisata makanan, mengingat beberapa makanan rakyat khas daerah ini yang diminati warga setempat maupun warga pendatang, termasuk turis domestik dan mancanegara. Salah satu potensi yang sering dimanfaatkan sebagai peluang bisnis pada bidang kuliner adalah makanan daerah. Seiring dengan permintaan pasar, kini makanan khas daerah sudah banyak dipasarkan di kota-kota besar, dan tidak hanya terbatas di daerah asalnya saja. Pempek atau empek-empek Palembang merupakan salah satu bukti nyata kesuksesan makanan tradisional yang berhasil diangkat menjadi makanan nasional. Berdasarkan Versi Taste Atlas Tahun 2023 saat ini pempek merupakan makanan ter enak nomor 4 (empat) di Dunia mengalahkan Maguro Nigiri Susshi dari Jepang yang ada di urutan ke 6, juga ada Otoro Nigiri Susshi dari Jepang di urutan ke 7. Pempek menjadi identitas lokal Kota Palembang sebagai warisan makanan daerah yang turun dari satu generasi ke generasi berikutnya dengan berbagai macam varian citarasa yang telah memiliki tempat dihati para penikmatnya.

Preferensi konsumen adalah pilihan atau minat seseorang untuk mengatakan suka atau tidak suka terhadap suatu produk (Simamora, 2013). Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang disukai oleh konsumen. Kemudian pemahaman preferensi konsumen bertujuan untuk meneruskan strategi pemasaran yang secara berkelanjutan agar barang atau jasa yang dijual atau dipasarkan tetap diminati oleh konsumen, hal ini juga merupakan Keputusan akhir dalam proses pembelian untuk dapat dinikmati oleh konsumen sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen. Hal ini dapat diasumsikan bahwa perilaku konsumen dapat membuat pilihan secara rasional, mereka memilih barang untuk memaksimalkan kepuasan yang diraih konsumen

Bass, Wakelfield Dan Kolasa menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pangan yaitu; 1) ketersediaan makanan disuatu tempat, 2) pembelian makanan untuk anggota keluarga yang lain, khususnya orang tua, 3) pembelian makanan dan penyediaan yang mencerminkan hubungan kekeluargaan dan budaya, 4) rasa makanan, tekstur, dan tempat (Bass Wakelfield dan Kolasa, 1980). Selain itu, menurut Soesanto, pengalaman seseorang yang menjadi landasan dalam membeli makanan tertentu yang disukainya bersumber pada beberapa factor. Antara lain enak, mengenyangkan, memberikan status, tidak membosankan, berharga murah, mudah didapat dan diolah (Susanto, 1988). Menurut Randall dan Sanjur, faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi pangan adalah (1) karakteristik individu, (2) karakteristik makanan, dan (3) karakteristik lingkungan. Karakteristik individu meliputi umur, jenis kelamin, pendapatan, pengetahuan gizi, keterampilan memasak, dan kesehatan (Sanjur, 1982).

Pendapatan individu memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen, hal ini dikarenakan tingkat konsumsi seseorang dapat menjelaskan besarnya pendapatan individu tersebut. Harga menjadi ukuran bagi konsumen, dimana konsumen akan mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal (Kotler dan Armstrong, 2010).

Semua industri pengolahan ikan dari skala besar, menengah, kecil sampai rumah tangga harus memiliki Sertifikat Kelayakan Pengolahan (SKP), dimana hal ini untuk mendorong pengusaha menjalankan usahanya secara higienis serta melindungi konsumen agar terhindar dari makanan olahan ikan menggunakan bahan-bahan berbahaya. Toko pempek di Kota Palembang memiliki Sertifikat Kelayakan Pengolahan (SKP) sampai dengan Tahun 2022 Data dari Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2022 berjumlah 25 yaitu :

Tabel 2. Toko Pempek yang memiliki Sertifikat Kelayakan Pengolahan (SKP) Tahun 2021 – 2022

No.	Nama Toko
1	Pt. Cita Rasa Palembang
2	Pt. Cek Molek (Pempek Cek Molek)
3	Pempek Rizky
4	Pempek Mom & Khi
5	Pempek Umi Abi
6	Ud. Pempek Bicik Nina
7	Pempek Check List
8	Pempek Radial
9	Pempek Ce' Anie
10	Pempek Sentosa
11	Pempek Arridho
12	Pempek Cek Yok
13	Pempek Cek Putri
14	Pempek Sarah
15	Bunda Salsa
16	Pempek Umami Hamnah
17	Cv. Honey Group
18	Pempek Hj Eva Yunus
19	Kuliner Lemak Raso
20	Ud. Pempek Calpin
21	Cik Ari
22	CV. Pesona Musi
23	Pempek Daezgar
24	Pempek Lala
25	Pempek Syamil

Sumber: Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Sumatera Selatan, Tahun 2023

Ketua Asosiasi Pempek Kota Palembang, Sumatera Selatan Yeni menyebutkan penjualan pempek di Kota Palembang mencapai 17 ton per hari selama masa Ramadhan Tahun 2023 dan Sebelum memasuki bulan Ramadhan produksi pempek per harinya hanya 11 ton dan

saat memasuki Ramadhan kenaikan produksi pempek kurang lebih mencapai 17 ton per hari, dengan harga Rp1.000 sampai dengan Rp7.000 per buah, pesanan pempek yang merupakan makan khas Kota Palembang tidak hanya berasal dari masyarakat di kota itu saja, namun juga ada yang berasal luar daerah.

Menurut Kotler dan Kevin Keller (2012), volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan, diantaranya adalah: 1) Kualitas, 2) Harga, 3) Promosi, 4) Distribusi dan 5) Kualitas Sumber Daya Manusia (Pendidikandan Pelatihan). Menurut Ardini *et al.*, (2022) variabel bebas secara parsial mempengaruhi preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian ikan bandeng di Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang yang meliputi Harga (X1) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,01 < 0,05$  dan Kualitas (X3) dengan nilai  $0,00 < 0,05$  maka variabel harga dan kualitas berpengaruh terhadap preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian ikan bandeng di Kecamatan Seruway, Sedangkan variabel Lokasi (X2) dengan nilai signifikansi sebesar 0,506 maka variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian ikan bandeng di Kecamatan Seruway.

Fauziah (2022), melakukan penelitian yang berjudul “Dampak Persepsi Konsumen Pada Pemasaran Ikan Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Tanjung Sampang”. Berdasarkan uraian analisis dan pembahasan dapat diambil kesimpulan bahwa konsumen memiliki persepsi yang positif terhadap penjualan ikan di Pasar Tanjung. Sebagian besar konsumen berpersepsi bahwa harga produk ikan dipasar tanjung lebih murah dibandingkan dengan di tempat lain, selain itu konsumen juga berpersepsi lokasi penjualan ikan mudah diakses namun dapat menimbulkan ketidakteraturan di jalan raya. Jika dilihat dari sudut pandang produk, sebagian besar responden menyatakan bahwa produk ikan di Pasar Tanjung berkualitas, segar, dan memiliki banyak varian. Sedangkan dari sisi promosi mereka berpersepsi bahwa penjual ikan di lokasi penelitian sering memberikan potongan harga, dan bersikap ramah.

Hasil penelitian lainnya menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk mempunyai arti sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen, apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung melakukan pembelian ulang sedangkan bila kualitas produk tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya. Dengan penilaian tersebut maka kualitas produk juga berpengaruh penting dalam keputusan konsumen dalam membeli produk yang mereka ingin beli (Aisha dan Agustin, 2021).

Sampai saat ini, penelitian kualitas keamanan pangan produk hasil perikanan terutama preferensi konsumen terhadap pembelian pempek yang memiliki Sertifikat kelayakan Pengolahan (SKP) yang memang khusus di terbitkan oleh Kementerian Kelautan Republik Indonesia melalui rekomendasi Tim Pembina Mutu Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Sumatera Selatan masih sangat sedikit. Untuk menambah informasi kepada Konsumen pempek Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk Preferensi Konsumen dalam membeli Pempek yang memiliki Sertifikat kelayakan Pengolahan (SKP) di Kota Palembang (1) Mengetahui Preferensi Konsumen berdasarkan harga Pempek yang memiliki Sertifikat Kelayakan Pengolahan (2) Mengetahui Preferensi Konsumen berdasarkan pendapatan

## METODE PENELITIAN

### Waktu dan Tempat

Waktu yang digunakan untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian pada Bulan Agustus 2023, dalam kurang waktu kurang lebih 5 (lima) bulan, 1 bulan survey kesesuaian sampel penelitian, 3 bulan pengumpulan data dan 1 bulan pengolahan data. Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah di wilayah Kota Palembang.

### Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dengan jenis pendekatan. Pendekatan yang dipakai adalah kuantitatif deskriptif, artinya penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan pengaruh antar variabel harga, pendapatan dan pengeluaran. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang merupakan sumber data penelitian yang dari hasil wawancara langsung menggunakan media kuisisioner kepada konsumen yang membeli pempek secara langsung memiliki Sertifikat SKP (Sertifikat Kelayakan Pengolahan) dan data sekunder yang diperoleh dari dinas-dinas terkait serta sumber-sumber lain.

### Metode Penarikan Sampel

Menurut Arikunto (2016: 104), jika jumlah populasi kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan. Sedangkan menurut Sugiono (2014), agar di peroleh distribusi nilai pengukuran mendekati normal maka jumlah responden untuk uji kuisisioner dengan uji validitas dan realibilitas dilakukan dengan menggunakan 30 responden agar hasil pengujian mendekati kurva normal, sedangkan Kerlinger dan Lee (2000), menyarankan sebanyak 30 sampel sebagai jumlah minimal sampel dalam penelitian kuantitatif.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 25 produsen pempek yang memiliki Sertifikat SKP (Sertifikat Kelayakan Pengolahan), responden pada penelitian ini terdiri dari 50 konsumen pempek yang membeli pempek memiliki Sertifikat SKP (Sertifikat Kelayakan Pengolahan) Sampel dalam penelitian ini diambil secara *accidental sampling* dan *quota sampling*. *accidental sampling* yakni siapa saja yang kebetulan ditemui di lokasi penelitian dan memenuhi syarat sebagai populasi penelitian. Sedangkan *quota sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang jumlah sampelnya telah ditentukan oleh peneliti dan sudah diketahui sebelumnya oleh peneliti.

### Metode pengumpulan data

Data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang dikumpulkan oleh peneliti adalah dengan cara melakukan wawancara melalui kuisisioner dengan konsumen yang membeli pempek memiliki Sertifikat SKP (Sertifikat Kelayakan Pengolahan) di Kota Palembang sebanyak 50 konsumen. Data sekunder yang dikumpulkan diperoleh dari instansi terkait yaitu, Data Dinas kelautan dan Perikanan Provinsi Sumatera Selatan, Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palembang dan Badan Pusat Statistik, Kota Palembang serta internet yang menyediakan data mengenai objek penelitian serta jurnal online yang berhubungan dengan permasalahan peneliti.

### Pengolahan Data

Penelitian ini bertujuan melihat pengaruh hubungan antara Variabel Independen terhadap Variabel Dependen. Model analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model Analisis Regresi Linear Berganda / *Ordinary Least Square* (OLS), dimana model ini akan memperlihatkan hubungan antara variabel bebas (*Independent*

Variable) dengan variabel terikat (*Dependent Variable*) dan alat bantu untuk melakukan regresi adalah *Software SPSS 27.0 for Windows*.

Berikut rumus dari persamaan regresi linear :

$$\text{Ln}Y = \text{Ln} \beta_0 + \beta_1 \text{Ln} X_1 + \beta_2 \text{Ln} X_2 + \beta_3 \text{Ln} X_3 \dots + \beta_n X_n$$

Diketahui :

Y	= Konsumen Pempek
$\beta_0$	= Konstanta / intersep
$\beta_1, \beta_2$	= Parameter
X1	= Harga
X2	= Pendapatan
X3	= Pengeluaran

### Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah dalam penelitian yang ada di bab 1 telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dalam penelitian ini menggunakan hipotesis *asosiatif* untuk melihat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis terbagi menjadi tiga yaitu:

a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F ini biasa digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara signifikan terhadap variabel dependen. Dimana jika nilai signifikan  $< 0,05$  atau variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, artinya perubahan yang terjadi pada variabel terikat dapat dijelaskan oleh perubahan variabel bebas, dimana tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,5%.

c. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen dan bahwa menganggap variabel dependen yang lain konstan. Signifikansi tersebut dapat diestimasi dengan melihat nilai signifikan, apabila nilai signifikan  $< 0,05$  maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen, sebaliknya jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.

## HASIL

### Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap pembelian pempek yang ber-SKP dalam penelitian ini meliputi harga ( $X_1$ ), pendapatan ( $X_2$ ) dan pengeluaran ( $X_3$ ). Digunakan fungsi model regresi yang kemudian ditransformasikan ke dalam bentuk logaritma agar dapat diduga parameternya menggunakan analisis linear berganda dengan bantuan program IBM SPSS 27 untuk mendapatkan hasil yang akurat. Hasil regresi berganda untuk preferensi konsumen pempek ber-SKP dapat dilihat pada Tabel 2.



Tabel 2. Hasil analisis regresi berganda preferensi konsumen pempek ber-SKP

No	Variabel	Koefisien Regresi	T	Signifikansi
	Konstanta	2,399	7,918	0,000
1	Harga	0,168	1,662	0,103
2	Pendapatan	0,155	1,736	0,089
3	Pengeluaran	0,129	1,549	0,128
	R Square	0,291		
	Signifikansi F	0,13		

Berdasarkan hasil analisis maka model regresi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen membeli pempek ber-SKP didapatkan nilai  $\beta_0$  sebesar 2,399 dan koefisien regresi  $\beta_1$  sebesar 0,168,  $\beta_2$  sebesar 0,155 dan  $\beta_3$  sebesar 0,129. Nilai ini ditulis dalam bentuk persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$\ln Y = \ln 2,399 + 0,168 \ln X_1 + 0,155 \ln X_2 + 0,129 \ln X_3 + \mu$$

Persamaan dalam bentuk regresi linear berganda diatas dapat ditulis dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2,399 + 0,168 X_1 + 0,155 X_2 + 0,129 X_3 + \mu$$

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Harga terhadap Preferensi Konsumen

Koefisien regresi preferensi konsumen berbelanja pempek yang memiliki SKP di Kota Palembang berdasarkan harga sebesar 0,168 dengan nilai t hitung sebesar 1,662 lebih kecil dibandingkan dengan t tabel 2,012 ( $1,662 < 2,012$ ) maka terima  $H_0$ , artinya variable harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi konsumen membeli pempek yang ber-SKP di Kota Palembang. Nilai koefisien 0,168 mengindikasikan adanya hubungan positif, artinya setiap harga mengalami peningkatan sebesar 1%, maka preferensi konsumen berbelanja pempek yang ber-SKP di Kota Palembang meningkat sebesar 0,168 %.

Berdasarkan temuan lapangan, produsen pempek di Kota Palembang umumnya mementingkan tingkat kenyamanan konsumen sebagai upaya menarik minat pembeli. Tingkat kenyamanan yang menjadi perhatian produsen adalah memberikan pelayanan dan penyajian dengan baik, dari segi penataan meja dan kursi yang rapi serta nyaman dari segi parkir. Pada variabel harga pempek ber-SKP tidak menjadi pengaruh terhadap preferensi konsumen, hal ini menginterpretasikan bahwa harga yang lebih murah atau mahal tidak mempengaruhi minat konsumen untuk membeli pempek ber-SKP. Beberapa faktor yang menjadi alasan mengapa harga tidak berpengaruh terhadap preferensi konsumen yaitu masyarakat kini kesulitan dari segi perekonomian, tentunya masyarakat akan mempertimbangkan pengeluaran secara lebih hemat. Namun dari beberapa kalangan, khususnya konsumen yang mementingkan kualitas dan keamanan pangan harga tidak terlalu jadi pertimbangan.

Pempek ber-SKP ini telah menjadi salah satu maklumat perintah bagi pelaku usaha pempek, hal ini berdasarkan surat perintah Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan pada tanggal 2 Maret Tahun 2021, Gubernur Sumatera Selatan H. Herman Deru mengeluarkan Surat Edaran Nomor : 011/ SE/DISLUTKAN/2021 tentang "Penerbitan Sertifikat Kelayakan Pengolahan (SKP) Bagi Pelaku Usaha dan Pengguna Produk Perikanan yang Telah memiliki SKP di Sumatera Selatan No. 3 yang berbunyi : Kepada seluruh pelaku usaha baik UMKM, UPI dan Cold Storage di sektor pengolahan perikanan dan Masyarakat selaku konsumen untuk dapat

memilih produk pengolahan perikanan yang sudah memiliki Sertifikat Kelayakan Pengolahan (SKP).

Hasil analisis terhadap faktor harga menunjukkan bahwa konsumen menjadikan harga sebagai tolak ukur dari kualitas produk yang dijual. Sejalan dengan teori yang diungkapkan Mullins dan Walker (2010:298) bahwa “konsumen menjadikan harga sebagai indikator dari kualitas sebuah produk atau layanan”. Hal ini menunjukkan bahwa dengan harga yang terlalu murah membuat konsumen menjadi bertanya-tanya terkait dengan bahan baku yang digunakan. Konsumen dalam melakukan kegiatan berbelanja akan rela untuk mengeluarkan uang lebih demi memperoleh produk dengan kualitas bagus karena harga itu berbanding sama kuantitas dan kualitas produknya itu. Dimisalkan bahwa kuantitas produknya banyak tapi kualitasnya agak rendah, mungkin harganya murah serta cenderung mempengaruhi preferensi konsumen yang didukung oleh penelitian terdahulu dari Wicaksono *et al*, (2021), dalam jurnalnya “Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pempek (Studi Kasus Pempek Cindo Kudus)” yang mengatakan bahwa berdasarkan harga yang murah, dan terjangkau maka seperti itu juga kualitas produknya dan menurut Jurnal Agustin dan Aisyah, 2021 yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pempek Pasar 26 Ilir Palembang” bahwa harga hal ini menjadi faktor yang menentukan pasaran produk dan kualitas produk. Apabila harga produk di suatu tempat sesuai dengan produk yang akan diterima, maka konsumen akan memutuskan membeli produk di tempat tersebut.

### **Pengaruh Pendapatan terhadap Preferensi Konsumen**

Koefisien regresi preferensi konsumen berbelanja pempek yang memiliki SKP di Kota Palembang berdasarkan pendapatan sebesar 0,155 dengan nilai t hitung sebesar 1,736 lebih kecil dibandingkan dengan t tabel 2,012 ( $1,736 < 2,012$ ) maka terima  $H_0$ , artinya variable pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi konsumen membeli pempek yang ber-SKP di Kota Palembang. Nilai koefisien 0,155 mengindikasikan adanya hubungan positif, artinya setiap pendapatan mengalami peningkatan sebesar 1%, maka preferensi konsumen berbelanja pempek yang ber-SKP di Kota Palembang meningkat sebesar 0,155%. Berdasarkan hasil tingkat signifikansi 10% maka variabel pendapatan memiliki pengaruh yang positif terhadap preferensi konsumen ( $0,089 < 0,10$ ). Namun dengan taraf 1% memiliki pengaruh yang negative ( $0,089 > 0,01$ ).

Menurut Faisal *et al*. (2020), bahwa besar atau kecilnya pendapatan tidak mempengaruhi konsumen dalam belanja *online*, hal ini dikarenakan konsumen memiliki banyak pertimbangan untuk berbelanja seperti berbelanja sayur konsumen memiliki pertimbangan dengan melihat kualitas dan lain-lain, sehingga pendapat tidak mempengaruhi preferensi konsumen dalam berbelanja. Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Rahmi dan Fadjar, 2022 dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Pendapatan, Kesesuaian Harga Kebutuhan Pokok, Kebiasaan Berbelanja Dan Kesadaran Kesehatan Terhadap Pola Konsumsi” Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan dengan kekuatan hubungan sangat kuat terhadap pola konsumsi. Berarti bahwa se-makin tinggi pendapatan maka pola konsumsi juga akan meningkat, begitupun sebaliknya. Alasan pendapatan berpengaruh positif terhadap pola konsumsi yaitu seseorang yang pendapatannya tinggi akan memiliki kesempatan lebih banyak untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas, serta aneka ragam barang konsumsi yang dibeli. Penelitian ini diperkuat dengan teori sebelumnya yaitu teori konsumsi (*budget line*). *Budget line* atau garis anggaran yang menjelaskan bahwa semua kombinasi pembelian barang yang disesuaikan dengan penghasilan. Didukung penelitian terdahulu, bahwa pendapatan memiliki positif dan signifikan terhadap pola konsumsi. Pendapatan berpengaruh secara parsial terhadap pola konsumsi. Peningkatan pendapatan bukan hanya meningkatkan jumlah konsumsi, namun kualitas barang konsumsi juga menjadi pertimbangan (Maryadiningsih, 2021).



### **Pengaruh Pengeluaran terhadap Preferensi Konsumen**

Koefisien regresi preferensi konsumen berbelanja pempek yang memiliki SKP di Kota Palembang berdasarkan pengeluaran sebesar 0,129 dengan nilai t hitung sebesar 1,549 lebih kecil dibandingkan dengan t tabel 2,012 ( $1,549 < 2,012$ ) maka terima  $H_0$ , artinya variable pengeluaran tidak berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi konsumen membeli pempek yang ber-SKP di Kota Palembang. Nilai koefisien 0,129 mengindikasikan adanya hubungan positif, artinya setiap pengeluaran mengalami peningkatan sebesar 1%, maka preferensi konsumen berbelanja pempek yang ber-SKP di Kota Palembang meningkat sebesar 0,129 %.

Pengeluaran juga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap preferensi, hal ini sama dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Afridar, et al, 2022 yang berjudul “Determinan Preferensi Masyarakat Dalam Berbelanja Ke Pasar Tradisional Di Kota Banda Aceh” bahwa pengeluaran tidak berpengaruh atau tidak signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam berbelanja di pasar tradisional dikarenakan Pengeluaran juga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap preferensi dengan nilai  $0,891 > 0,05$ .

Menurut Ardiansyahm (2022) dalam penelitiannya yang berjudul, “Analisis Perbandingan Preferensi Konsumen Milenial dalam Pembelian Buah Segar (Studi Kasus Pasar Tradisional Daya dan Pasar Modern Carrefour Daya)” mengatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya, bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak tercapai. Konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor harga tidak berpengaruh nyata terhadap preferensi konsumen membeli pempek yang ber-SKP di Kota Palembang, faktor pendapatan tidak berpengaruh nyata terhadap preferensi konsumen membeli pempek yang ber-SKP di Kota Palembang dan faktor pengeluaran tidak berpengaruh nyata terhadap preferensi konsumen membeli pempek yang ber-SKP di Kota Palembang.

### **UCAPAN TERIMAKASIH**

Ucapan terimakasih diucapkan kepada Program Studi Magister Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan penulisan artikel.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adam, L. (2018). Hambatan dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Perikanan Indonesia. *Kajian*, 23(1), 17–26.
- Agustin, A., & Aishah, A. (2021). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pempek Pasar 26 Ilir Palembang. *Jurnal Pariwisata Darussalm*, 1(1), 9–15.
- Anwar, M. F. (2021). Efektivitas Penerbitan Sertifikat Kelayakan Pengolahan Dalam Pengelolaan Ikan Di Kota Ambon Provinsi Maluku [Skripsi]. Bogor : IPDN.
- Ardiansyah. (2021). Analisis Perbandingan Preferensi Konsumen Milenial dalam Pembelian Buah Segar ( Studi Kasus Pasar Tradisional Daya dan Pasar Modern Carrefour Daya ) [skripsi]. Makassar : Universitas Hasanudin.
- Arikunto A. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Djarwanto & Subagyo, P. (2000). *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE.
- Nurhayati, D. (2018). *Modul Uji Validitas dan Realibilitas*. Universitas Diponegoro. Semarang

- Faisal, Indra & Romanto. (2020). Pengaruh E-Commerce terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Sayuran di Kota Banda Aceh . *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 5(4), 63-71
- Fazli, R. N., Amri, A., & Apridar, A. (2022). Determinan Preferensi Masyarakat Dalam Berbelanja Ke Pasar Tradisional Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 7(3), 209–220.
- Harlan, J. (2018). *Analisis Regresi Linear*. Jakarta : Gunadarma.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta : Pustaka Ilmu.
- Kusumaningrum & Oktawati. (2021). *Peluang Bisnis Kuliner di Samarinda*. Samarinda
- Maryadiningsih, E. (2021). Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Di Surabaya Selama Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Etika Konsumsi Islam. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 1(4), 386–396.
- Ndahawali, H. D. (2016). Unit Pengolahan Ikan Wajib Memiliki Sertifikat Kelayakan Pengolahan. *Pojok Ilmiah Buletin Matric*.
- Putra, A. R. (2018). Pengaruh harga, label halal, pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian: Studi kasus koperasi syariah 212 Ciputat. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 36–45.
- Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan. 2 Maret 2021. Surat Edaran Nomor 011/SE/DISLUTKAN/2021. Tentang Penerbitan Sertifikat Kelayakan Pengolahan (SKP) bagi Pelaku Usaha dan Penggunaan Produk Perikanan yang telah memiliki SKP di Sumatera Selatan.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Wade Group. Ponorogo. Jawa Timur
- Purwanza, W. S. (2022). *Metodelogi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Kombinasi*. Bandung : Media Sains Indonesia.
- Rahmi, D. M., & Fadjar, N. S. (2022). Pengaruh Pendapatan, Kesesuaian Harga Kebutuhan Pokok, Kebiasaan Berbelanja Dan Kesadaran Kesehatan Terhadap Pola Konsumsi. *Journal of Development Economic and Social Studies* , 1(4), 539–549. <http://dx.doi.org/10.21776/jdess>.
- Suryaningrum, T. D., & Muljanah, I. (2009). Prospects of the Processing Business Development of Palembang Pempek. *Squalen Bulletin of Marine and Fisheries Postharvest and Biotechnology*, 4(1), 31.
- Utama, A., Hatidah, H., & Ujang, U. (2022). Pendampingan Pemasaran Umkm Pempek Di Pasar Kuliner 26 Ilir Kota Palembang Pada Masa Pandemi Covid 19. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1), 37–44. <https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.432>
- Wicaksono, O., & Sunaryanto, L. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Keputusan Pembelian Pempek (Studi Kasus Pempek Cindo Kudus). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8(3), 772–782.
- Yusuf, M. (2015). Meningkatkan Kualitas Pelayanan Bisnis Makanan Pempek di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, 13, 97–107.
- Yustiati. (2021). Pengembangan Komoditas Perikanan. Unpad Press. Bandung. Jawa Barat