

**PERSEPSI KONSUMEN SUSU KAMBING DI PETERNAKAN TONI FARM
KELURAHAN IBUH KECAMATAN PAYAKUMBUH BARAT
KOTA PAYAKUMBUH**

SKRIPSI

Oleh :

Nama : WIDYA PUTRIANI

BP : 07164071



Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Peternakan

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2012**



Allah adalah cahaya (pemberi hidayah) langit dan bumi

(QS; An-Nur ayat 35)

Skripsi ini ku persembahkan kepada,

Papa M. Syarif, B.Sc & Mama Ramadhanis, S.Pd

Orang tua yang begitu hebat dan sabar dalam mendidik kami putra putrinya

Terima kasih juga kepada abang-abang ku;

bg Eka Saputra, bg Beni Saputra dan bg Wendra Saputra (semoga kita menjadi anak-anak yang sukses dan bisa membahagiakan orang tua..... Amin ya Allah) mudah-mudahan ini bisa membuat Papa, Mama, dan Abang-abang bangga mempunyai anak dan adik seperti aku

Ucapan terima kasih juga ku ucapkan kepada

Kawan-kawan yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini

Kepada **Agustiani, S.Pt** (makasi yanii.... telah menemani pada saat penelitian dan atas semua masukan dalam menyelesaikan skripsi ini), **buk Retno** (yang telah mempermudah proses akademik... makasii ibuk), **kamelia cSp n ayu** (semangat skripsinya n rajin2 kuliah teman..), **uda Toni** yang telah mengizinkan melakukan penelitian di peternakan Toni Farm, **nco –nco mbo** yang telah banyak membantu dalam urusan transportasi hhahaa..(**odok, yuda, ayuk, memed, andre, dery, fadli, igip, megy**... ayo semangat!!) dan kepada **rekan2 sosial ekonomi Peternakan angkatan 07** yang telah memberikan semangat dan inspirasi untuk bisa terus maju dan berjuang !!!

Semoga kita bisa menggapai masa depan nan cemerlang, Amin.....

**PERSEPSI KONSUMEN SUSU KAMBING DI PETERNAKAN TONI FARM
KELURAHAN IBUH KECAMATAN PAYAKUMBUH BARAT
KOTA PAYAKUMBUH**

Widya Putriani, Dibawah Bimbingan
Ir. Syafril MS Dan Rahmi Wati, S.Pt, M.Si
Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan
Universitas Andalas Padang 2012

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui beberapa hal yaitu:1) mengidentifikasi karakteristik konsumen Toni Farm yang mengkonsumsi susu kambing, 2) menganalisis persepsi konsumen Toni Farm tentang susu kambing, 3) menganalisis hubungan karakteristik konsumen dengan persepsi konsumen tentang susu kambing. Penelitian ini di laksanakan pada tanggal 10 maret sampai 18 maret 2012. Metode penelitian adalah metode survei dengan menggunakan kuisisioner atau daftar pertanyaan. Respondennya adalah pembeli yang ditemui di lokasi penelitian sebanyak 60 orang. Variabel penelitian adalah karakteristik konsumen, persepsi konsumen dan hubungan karakteristi konsumen dengan persepsi. Penyajian data dalam bentuk tabulasi, kalimat dan analisa deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) kelompok umur konsumen terbanyak yaitu pada rentang umur 31-53 tahun, jenis kelamin laki-laki lebih dominan dibandingkan perempuan yang mayoritas tingkat pendidikan SLTA dan sarjana, pekerjaan terbanyak adalah wiraswasta serta pendapatan terbanyak Rp. 2.000.000-3.000.000. 2) persepsi konsumen terhadap susu kambing berdasarkan spesifikasi susu kambing yaitu sangat baik 93% dan baik 7%, berdasarkan khasiat susu kambing yaitu sangat baik 93% dan baik 7%, berdasarkan produk susu kambing yaitu sangat baik 43% baik 55% dan tidak baik 2% dan berdasarkan motivasi pembelian sangat baik 20%, baik 78% dan tidak baik 2%, maka di dapat persepsi konsumen terhadap susu kambing secara keseluruhan yaitu sangat baik 97% dan baik 3%. 3) pendidikan berhubungan nyata dengan motivasi pembelian susu kambing dan pekerjaan berhubungan nyata dengan khasiat susu kambing.

Kata kunci: karakteristik, persepsi konsumen, susu kambing.

Perception Konumen Goat milk Livestock in Toni Farm

Ibuh Village District West Payakumbuh

Payakumbuh

Widya Putriani, Advisors
Ir. Syafril MS And Rahmi Wati, S.Pt, M.Si
Departement Social Economi Husbandry
Andalas University Padang 2012

The research was conducted to find out some things: 1) identify the characteristics of consumers who consume Toni Farm goat milk, 2) analyze consumer perception about Toni Farm goat milk, 3) analyze the relationship between the characteristics of the consumer with the consumer perception of dairy goats. The research was performed on the 10th of March to 18 March 2012. The research method is a survey method using questionnaires or questionnaires. Respondents are buyers who met at the sites of 60 people. The research variables are the characteristics of the consumer, the consumer perception and consumer karakteristi relationship with perception. Presentation of data in the form of tabulation, and analysis of descriptive sentences. The results showed that 1) the age group that most consumers in the age range 31-53 years, male gender is more dominant than the majority of female high school and undergraduate levels of education, employment and self-employment income is the most most Rp. 2000000-3000000. 2) consumer perceptions of goat milk goat milk based specification that is very good and 93% good 7%, based on the properties of goat milk is very good and 93% good 7%, based on goat milk products are very good 43% good and 55% good 2% and based on the motivation of the purchase of 20% excellent, 78% good and not good 2%, then on to consumer perceptions of goat milk is very good overall 97% and 3% better. 3) significantly correlated with educational and occupational purchasing motivation significantly correlated with the properties of goat's milk.

Keywords: consumer characteristics, consumer perceptions, goat's milk.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,.

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang Maha Kuasa, yang terus memberikan kekuatan, kesehatan dan kesempatan hingga batas waktu yang telah ditetapkan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana peternakan pada Fakultas Peternakan Universitas Andalas. Skripsi Penelitian ini berjudul “ **Persepsi Konsumen Susu Kambing di Peternakan Toni Farm Kelurahan Ibul Kecamatan Payakumbuh Barat Kota Payakumbuh**”.

Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih kepada **Ir. Syafril, MS** selaku Pembimbing I dan **Rahmi Wati, S.Pt, M.Si** selaku Pembimbing II yang telah memberikan dorongan dan masukan kepada penulis. Seterusnya ucapan terima kasih disampaikan kepada Ketua dan Sekretaris Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan beserta karyawan/karyawati pada Fakultas Peternakan Universitas Andalas.

Penulis menyadari Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dengan segala keterbatasan dan kekurangan yang ada, semoga skripsi ini dapat menambah khasanah ilmiah dan bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Juli 2012

Widya Putriani

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	4
I.3 Tujuan Penelitian.....	4
I.4 Manfaat Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Usaha Ternak Kambing Perah.....	5
2.2 Susu Kambing.....	6
2.2.1 Spesifikasi Susu Kambing.....	6
2.2.2 Komposisi Susu Kambing.....	7
2.2.3 Pemerahan dan Penanganan Susu Kambing.....	8
2.3 Persepsi.....	9
2.3.1 Pengertian Persepsi.....	9
2.3.2 Proses Persepsi.....	10
2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi.....	11
2.3.4 Hubungan persepsi dengan Karakteristik Konsumen.....	12
2.4 Motivasi Pembelian.....	13
2.5 Karakteristik Konsumen.....	16

2.5.1 Umur	16
2.5.2 Jenis Kelamin.....	16
2.5.3 Pendidikan	16
2.5.4 Pendapatan	17
2.5.5 Pekerjaan.....	17
III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	18
3.2 Metode Penelitian	18
3.3 Responden Penelitian	18
3.4 Metode Pengumpulan Data	18
3.5 Variabel Penelitian	19
3.6 Pengolahan Data	20
3.7 Analisis Data.....	21
3.8 Batasan Istilah.....	24
IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1 Kondisi umum daerah penelitian.....	26
4.2 Karakteristik Konsumen.....	27
4.2.1 Umur.....	27
4.2.2 Jenis kelamin.. ..	28
4.2.3 Pendidikan.. ..	29
4.2.4 Pekerjaan.....	30
4.2.5 Pendapatan.....	31
4.3 Persepsi Konsumen Terhadap Susu Kambing.....	31
4.3.1 Spesifikasi Susu Kambing.....	32
4.3.2 Khasiat Susu Kambing... ..	34

4.3.3 Produk Susu Kambing.....	35
4.3.4 Motivasi Pembelian Susu Kambing.....	37
4.4 Hubungan karakteristik Konsumen dengan Persepsi Tentang Susu Kambing..	38
4.4.1 Umur.....	38
4.4.2 Jenis Kelamin.....	39
4.4.3 Pendidikan..	39
4.4.4 Pekerjaan.....	40
4.4.5 Pendapatan.....	40
V KESIMPULAN DAN SARAN.....	41
5.1 Kesimpulan	41
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA.....	43
RIWAYAT HIDUP.....	

DAFTAR TABEL

Tabel	Teks	Halaman
1	Perbandingan Komposisi Kimia antara Susu Sapi, Susu Kambing dan Air Susu Ibu (ASI).....	8
2	Variabel Karakteristik Konsumen.....	19
3	Variabel Persepsi Komsumen.....	20
4	Variabel Hubungan Karakteristik Konsumen Dengan Persepsi Terhadap Susu Kambing.....	20
5	Jumlah Kambing PE Peternakan Toni Farm Maret 2012.....	26
6	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Umur.....	27
7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
8	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan...	29
9	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	30
10	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	31
11	Persepsi Responden Terhadap Spesifikasi susu kambing.....	32
12	Persepsi Responden Terhadap Khasiat Susu Kambing.....	34
13	Persepsi Responden Terhadap Produk Susu Kambing.....	35
14	Persepsi responden terhadap motivasi pembelian susu kambing.....	37
15	Hubungan Karakteristik Responden Dengan Persepsi Tentang Susu Kambing.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Teks	Halaman
1	Karakteristik Responden.....	46
2	Tabulasi Nilai.....	49
3	Persentase dari keseluruhan persepsi konsumen terhadap susu kambing berdasarkan tabulasi nilai.....	51
4	Kuisisioner Penelitian.....	52