



https://bima.kemdikbud.go.id/riwayat-penelitian



Import favorites



bit.ly/workshop2jun...



FindMyJournal™ - J...



New Tab



EXPERT CHOICE 11...



Quantitative Resear...



Overview of Multiv...



>



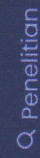
Other favorit



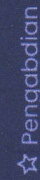
POPPY ARSIL



Dashboard



Penelitian



Pengabdian



Kosabangsa



Program Lainnya

Riwayat Penelitian

Riwayat Penelitian Dosen.

1

STRATEGI PENGUATAN PANGAN LOKAL BERDASARKAN PREFERENSI DAN MOTIVASI KONSUMER

Tahun: 2016

Didanai

2

STRENGTHENING LOCAL FOOD SYSTEM: UNDERSTANDING OF CONSUMER ATTITUDES AND PURCHASING BEHAVIOUR TOWARD LOCAL FOOD CONSUMPTION

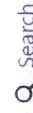
Tahun: 2016

Didanai

2023 © kemdikbudristek.

30°C

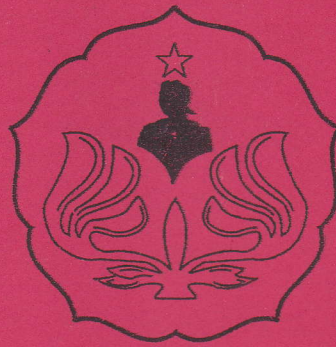
Terasa lebih panas



Search



**LAPORAN AKHIR TAHUN
UNGGULAN PERGURUAN TINGGI**



**STRATEGI PENGUATAN PANGAN LOKAL
BERDASARKAN PREFERENSI DAN MOTIVASI
KONSUMER**

TIM PENGUSUL

POPPY ARSIL, S.TP, M.T., PhD (0002017403)
Dr. Ir. KUSMANTORO EDY SULARSO, M.S. (0031125514)
ALTRI MULYANI SP, M.Sc (0021057703)

UNIVERSITAS JENDERAL SUDIRMAN

August 2017

**HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN UNGGULAN PERGURUAN TINGGI**

Judul Penelitian : Strategi penguatan pangan lokal berdasarkan preferensi konsumen dan dinamika konsumsi

Bidang unggulan PT : Pangan, Gizi dan Kesehatan

Topik unggulan : Pangan

Ketua Peneliti:

a. Nama Lengkap : Poppy Arsil, STP, MT, PhD

b. NIDN : 0002017403

c. Jabatan fungsional : Lektor

d. Program Studi : Teknik Pertanian

e. Nomor HP : 082221886005

f. Alamat surel (e-mail) : poppy74arsil@gmail.com

Anggota Peneliti (ke-1)

a. nama Lengkap : Dr. Ir. KUSMANTORO EDY SULARSO, M.S.

b. NIDN : 0031125514

c. Perguruan Tinggi : Universitas Jendral Soedirman

Anggota Peneliti (ke-2)

a. nama Lengkap : ALTRI MULYANI SP, M.Sc

b. NIDN : 0021057703

c. Perguruan Tinggi : UNiversitas Jenderal Soedirman

Usulan Penelitian Tahun ke : 1 dari 3 tahun rencana penelitian

Dana tahun berjalan : Rp. 100.000.000 (3 tahun)

Biaya Penelitian : Rp. 360.000.000

keseluruhan :

Mengetahui
Dekan Fakultas Pertanian



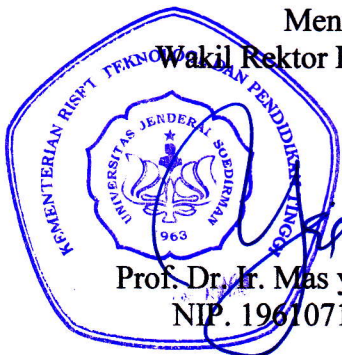
(Dr. Ir. Anisur Rosyad, MS)
NIP. 195810271985111001

Purwokerto, 30 Agustus 2017
Ketua Peneliti,

P. Arsil

(Poppy Arsil, STP, MT, PhD)
NIP. 19740201 199903 2 001

Menyetujui,
Wakil Rektor Bidang Akademik



Prof. Dr. Ir. Mas yedi Sumaryadi, M.S
NIP. 19610714 198601 1 001

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	iii
RINGKASAN	iv
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Target capaian tahun kedua.....	4
2. TINJAUAN PUSTAKA	1
2.1 Sistem pangan lokal	5
2.2 Preferensi terhadap pangan lokal	6
3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	8
4. METODE PENELITIAN	8
4.1 Metode kualitatif dan kuantitatif	8
4.2 Unit analisis	11
4.3 Responden penelitian	11
5. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	11
6. HASIL RISET TAHUN KEDUA	12
DAFTAR PUSTAKA	14
LAMPIRAN	17

RINGKASAN

Gerakan pangan lokal sudah menjadi kebijakan strategis nasional dan sejalan dengan visi Universitas Jenderal Soedirman sebagai pusat pengembangan sumberdaya pedesaan dan kearifan lokal yang diakui dunia. Tujuan dari penelitian ini adalah membangun model penguatan pangan lokal berdasarkan preferensi dan motivasi konsumen. Model dan informasi ini dapat digunakan oleh pengambil kebijakan untuk mendorong masyarakat agar lebih mengkonsumsi pangan lokal.

Penelitian ini merupakan gabungan penelitian kualitatif dan kuantitatif selama tiga tahun. Penelitian kualitatif menggunakan *Focus Group Discussion* bertujuan untuk mendapatkan pandangan responden dan dilakukan sebelum pelaksanaan penelitian kuantitatif. Penelitian tahun pertama bertujuan untuk mengidentifikasi preferensi 600 konsumen terhadap pangan lokal dengan menggunakan teknik *multistage purposive sampling* mewakili daerah perkotaan dan pedesaan dari etnis Jawa serta dua saluran pemasaran. Analisa data menggunakan *multivariate regression analysis*. Penelitian tahun kedua mengkaji motivasi konsumen berdasarkan preferensi konsumen yang diidentifikasi pada tahun pertama, menggunakan teknik *stratified sampling*. Jumlah responden adalah 400 konsumen pangan lokal. Analisa data menggunakan metode Means-end Chain dengan tahapan; 1) wawancara laddering; 2) *content analysis*; 3) membangkitkan *Hierarchy Value Map* (HVM) dan 4) interpretasi HVM. Penelitian tahun ketiga bertujuan membangun model penguatan pangan lokal baik untuk konsumen preferensi tinggi dan rendah berdasarkan motivasi konsumen dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Tahapan AHP adalah; 1) dekomposisi; 2) penilaian berpasangan; 3). penentuan prioritas dan 4) konsistensi logis. Teknik pengambilan sampel adalah *stratified sampling* dengan total responden 400 konsumen.

Hasil dari tahun pertama menunjukkan bahwa preferensi konsumen yang berbelanja di pasar tradisional dan modern market terhadap pangan lokal hampir memiliki kesamaan yang terdiri dari 5 faktor yaitu 1) kualitas, 2) support terhadap pangan lokal, 3) tradisi, 4) ketersediaan, 5) promosi. Perbedaan diantara kedua kelompok konsumen tersebut bahwa konsumen yang berbelanja di tradisional market kurang peduli terhadap pangan lokal. Perbedaan konsumen yang tinggal di perkotaan dan pedesaan yaitu tradisi memakan makanan lokal masih sangat kuat di wilayah pedesaan.

Kata kunci: motivasi, preferensi konsumen, pangan lokal, *Analytical Hierarchy Process*, *Means-end Chain*.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Sistem pangan lokal bukanlah sistem pangan yang baru di dunia, dimana konsep ini telah berkembang lebih dari 6 dekade. Pangan lokal dapat didefinisikan sebagai dengan pendeknya rantai distribusi dari produsen ke konsumen (Arsil, et al., 2014a; Roinenan et al., 2006). Di Indonesia, kebijakan pangan lokal merupakan kebijakan strategis yang dikukuhkan melalui Peraturan Presiden No. 22 tahun 2009 mengenai percepatan diversifikasi pangan berbasiskan sumberdaya dan budaya lokal. Kebijakan ini ditujukan untuk mengatasi masalah dasar dalam konsumsi pangan seperti; 1) dominannya beras sebagai makanan pokok di Indonesia; 2) sedikitnya variasi produk pangan yang dikonsumsi. Sekitar 62 persen penduduk Indonesia mengkonsumsi beras sebagai makanan pokok. Konsumsi beras per kapita/minggu tahun 2011 adalah 1,7 kg dan merupakan konsumsi beras tertinggi di dunia (Kementrian Pertanian, 2014). Selain itu, pola konsumsi pangan berbasiskan karbohidrat masih didominasi oleh beras dan terigu (Tabel 1). Berdasarkan kebijakan Badan Ketahanan Pangan yang dituangkan dalam Roadmap Diversifikasi Pangan (2012) menyatakan bahwa upaya penganeekaragaman konsumsi pangan harus berbasis sumber pangan setempat atau pangan lokal. Pengurangan konsumsi beras juga harus disertai dengan pengurangan konsumsi gandum/terigu yang seluruhnya diimpor dan diganti dengan produk lokal seperti : jagung, sorghum, sagu, ubi kayu, ubi jalar, talas, pisang, labu kuning, dan sukun.

Tabel 1. Pola konsumsi pangan berbasiskan karbohidrat dalam kurun waktu 2008-2010

Pola konsumsi berdasarkan karbohidrat	Provinsi		
	2008	2009	2010
Beras terigu	24	27	27
Beras-jagung	1	1	1
Beras-terigu-ubi kayu	1	0	0
Beras-Jagung-Terigu	2	1	1
Beras-jagung-ubi kayu	1	0	0
Beras-Jagung-Ubi kayu	1	0	0
Beras-terigu-ubi kayu-sagu	2	2	3
Beras-terigu-ubi kayu-ubijalar-sagu	0	1	1
Tidak terdata	1	1	0
Total	33	33	33

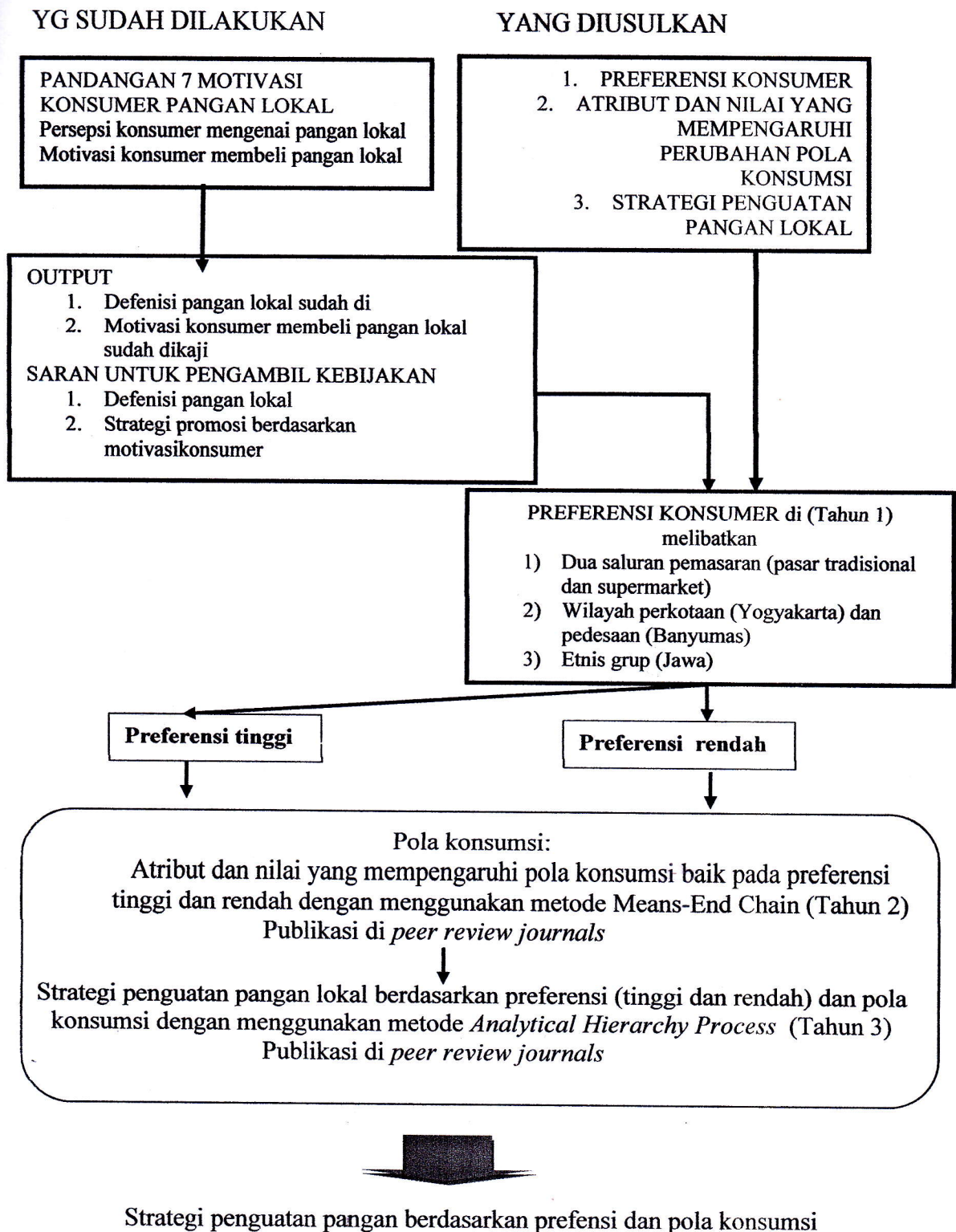
Badan Ketahanan Pangan, 2012.

Pola beras-terigu mendominasi provinsi di Indonesia, dan meningkat dari 24 provinsi pada tahun 2008 menjadi 27 provinsi tahun 2010. Kurang berhasilnya program keanekaragaman pangan berbasis sumber daya lokal berkemungkinan disebabkan oleh beberapa hal antara lain sifat kebijakan yang "top-down policy". Padahal konsumen merupakan **sentral** dalam kegiatan konsumsi dan memiliki peran yang sangat penting dalam suksesnya kebijakan pangan lokal. Konsumer pangan lokal belum mendapatkan perhatian yang cukup, baik dari peneliti maupun pengambil kebijakan. Hal ini dapat dilihat dari minimnya penelitian mengenai perilaku konsumen pangan lokal seperti preferensi dan motivasi yang mempengaruhi perubahan pola konsumsi pangan lokal.

Penelitian pangan lokal di Indonesia didominasi oleh pemanfaatan atau pengolahan bahan baku lokal menjadi berbagai bentuk olahan pangan. Penelitian dasar terkait perilaku konsumen pangan lokal yang telah dilakukan adalah persepsi konsumen pangan lokal (Arsil et. al., 2014a, Arsil, 2014c) dan motivasi membeli pangan lokal (Arsil et al., 2014b) pada berbagai situasi seperti perayaan kegiatan keagamaan (2015c) atau makan di resoran (2015b) dari berbagai etnis suku di Indonesia (Arsil et al., 2014b, Arsil, 2015c) yang telah diterbitkan di jurnal internasional bereputasi atau seminar lokal dan internasional. Penelitian ini bertujuan mengkaji strategi penguatan pangan lokal berdasarkan preferensi konsumen dan motivasi yang mempengaruhi perubahan pola konsumsi dengan menggunakan Analytical Hierarchy Process.

Analisis univariate dan multivariate telah banyak digunakan dalam mengkaji preferensi konsumen (lihat Chamhuri dan Batt, 2013). Preferensi konsumen pangan lokal dipengaruhi oleh lokasi tinggal seperti pedesaan atau perkotaan (Wilkins et al., 2000; Smithers et al., 2008) dan saluran pemasaran seperti pasar tradisional dan supermarket (Chamhuri dan Batt, 2013). Sedangkan pendekatan Means-End Chain (MEC) digunakan untuk mengkaji nilai yang mempengaruhi perubahan pola konsumsi. Kekuatan metode ini adalah mampu mengungkapkan hubungan antara atribut yang dimiliki sebuah produk dengan konsekuensi akibat penggunaan produk tersebut dengan nilai personal yang mendorong seseorang dalam mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi sebuah produk (Barrena and Sanchez, 2010). Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah atribut dan nilai yang mempengaruhi perubahan pola konsumsi antara konsumen yang memiliki preferensi tinggi dan rendah akan berbeda. Adapun strategi penguatan pangan lokal untuk masing-masing preferensi (tinggi dan rendah) menggunakan pendekatan *Analytical Hierarchy Process* (AHP),

yaitu sebuah metode yang banyak digunakan untuk pengembangan strategi yang kompleks melibatkan factor, actor dan strategi dalam sebuah hirarki (contoh Wirdianto, 2008) . Adapun latar belakang penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Latar belakang penelitian.

Penelitian ini juga sejalan dengan visi Unsoed tahun 2034 yaitu universitas yang diakui dunia sebagai pusat pengembangan sumberdaya pedesaan dan kearifan lokal. Untuk menjabarkan visi Unsoed tersebut maka LPPM mengeluarkan renstra penelitian perguruan tinggi yang terdiri dari 6 bidang kajian. Salah satu bidangnya adalah "Pangan, Gizi dan kesehatan". Penelitian ini menghasilkan output model penguatan konsumsi pangan lokal berdasarkan preferensi dan dinamika konsumsi yang sejalan dengan renstra UNSOED dengan berpegang teguh pada kearifan lokal dan renstra penelitian perguruan tinggi untuk mendukung produk lokal.

1.2 Target capaian tahunan

No	Jenis luaran		Indikator		
			TS	TS + 1	TS + 2
1.	Publikasi ilmiah	Internasional	Draft	Submitted /reviewed	Reviewed or published
		Nasional-akreditasi	TA	TA	TA
2.	Pemakalah dalam temu ilmiah	Internasional	Dilaksanakan	Dilaksanakan	Dilaksanakan
		Nasional	Dilaksanakan	Dilaksanakan	Dilaksanakan
3.	Invited speaker dalam temu ilmiah	Internasional	TA	TA	TA
		Nasional	TA	TA	TA
4.	Visiting lecturer	Internasional	TA	TA	TA
5.	HKI		TA	TA	TA
6.	Teknologi Tepat Guna		TA	TA	TA
7.	Model/Purwarupa/Design/Karya seni/Social Engineering		Draft	Produk	Penerapan
8.	Buku (ISBN)		draft	Editing process	Published
9.	Tingkat kesiapan teknologi		3	6	6

TA=Tidak ada

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Sistem pangan lokal

Feenstra (1997, p.28) menyatakan bahwa “pangan lokal berakar dari lokasi yang tertentu, ditujukan secara ekonomi layak bagi petani dan konsumen, menggunakan sistem produksi dan distribusi yang ramah terhadap lingkungan dan memperkuat persamaan sosial dan demokrasi dalam komunitas masyarakat”. Hal ini diperkuat oleh berbagai penelitian yang mempercayai bahwa kapasitas pangan lokal dapat memperkuat nilai ekonomi dan sosial diantara petani sebagai produser dan konsumen sebagai pengguna terutama di area lokal (Hinrichs, 2003). Nilai ekonomi yang diperoleh dari sistem pangan lokal adalah *economic viability* bagi petani, lokal industri, lokal distributor dan retailer dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Bagi petani, transfer risiko pasar dan keuntungan akan menjadi lebih menguntungkan karena semakin sedikitnya pedagang antara (Hall and Sharples, 2008), sehingga mereka dapat meningkatkan *cash flow* dan mengembangkan aset. Hal tersebut juga mendorong terbukanya lapangan kerja (Feagan et al., 2002). Baik konsumen dan produsen sama-sama mendapatkan keuntungan sosial. Bagi produsen, keuntungan sosial berupa kontribusi yang semakin besar untuk mensuplai kebutuhan dasar bagi komunitas mereka. Bagi konsumen, keuntungan sosial berupa pengetahuan mengenai keotentikan dan asal produk (*origin of products*) (Hinrich, 2003; Morris and Buller, 2003). Semua keuntungan tersebut tidak hanya mendorong ekonomi mandiri tapi juga memperkuat kemandirian pangan (Baber and Frongillo, 2003; Feagan et al., 2002) yang mengarah kepada konsumsi pangan berkelanjutan.

Berbeda dengan negara maju, pengembangan pangan lokal di Indonesia ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pangan dan nutrisi keluarga melalui kegiatan diversifikasi pangan berbasis sumberdaya lokal. Hal ini dikuatkan melalui Peraturan Presiden No 22 tahun 2009 terkait percepatan diversifikasi pangan berbasis sumberdaya lokal. Kebijakan diversifikasi pangan telah dimulai sejak awal tahun 1960an dan diformalisasikan melalui Instruksi Presiden No 14 tahun 1974 untuk perbaikan pola makan. Program ini dikuatkan pada tahun 1989 dengan berdirinya Kementerian Pangan pada Kabinet pembangunan IV yang meluncurkan

program "Aku cinta makanan Indonesia" pada tahun 1996. Tahun 2001, Dewan Keamanan Pangan didirikan yang fokus terhadap keamanan pangan di Indonesia (Suyono, 2002). Akan tetapi kenaikan konsumsi energi dan protein berjalan lambat. Kebijakan pangan lokal juga mengalami kendala karena sifat kebijakan yang *top-down policy* dan kurangnya kerjasama antara pemerintah pusat dan daerah. Dominannya peranan pemerintah pusat diduga menjadi penghalang dalam implementasi program pangan lokal yang menyebabkan kurang akuratnya kebijakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Departemen Pertanian, 2010). Hal ini didukung oleh riset Arsil et al. (2014a) yang melaporkan bahwa 74 persen responden ketika ditanya apakah mereka pernah mendengar kebijakan pangan lokal menjawab iya. Akan tetapi, ketika ditanya lebih lanjut apakah kebijakan pangan lokal tersebut, hanya 10 persen responden yang menjawab "benar", sisanya "salah". Oleh sebab itu, penelitian ini menggali permasalahan yang ada pada level terbawah (konsumer) sebagai masukan yang bersifat *down-top policy*.

2.2 Preferensi terhadap pangan lokal

Preferensi terhadap pangan dapat diartikan sebagai pilihan terhadap satu produk pangan dibandingkan produk yang lainnya (Adams and Salois, 2010). Ada beberapa faktor penting yang mendorong preferensi konsumer terhadap produk pangan lokal. Kualitas produk, biaya, *lifestyle* dan dukungan terhadap ekonomi lokal merupakan faktor yang memotivasi konsumer dalam membeli pangan lokal (Wilkins et al., 2000). Arsil et al. (2014b) melaporkan bahwa harga dan kesehatan merupakan faktor utama konsumer membeli pangan lokal di Indonesia. Pangan lokal dipercaya memiliki harga yang lebih murah dan lebih natural sehingga menjamin kesehatan. Rural dan urban juga merupakan faktor yang berpengaruh terhadap konsumsi pangan lokal (Brown 2003, Roininen et al. 2006, Weatherell et al. 2003). Penduduk di daerah rural lebih memiliki atensi yang tinggi terhadap isu pangan lokal dan cenderung memberikan perhatian yang lebih (Weatherell et al. 2003 dan Roininen et al. 2006). Hal ini diduga karena penduduk desa memiliki akses yang lebih dekat ke sumber pangan lokal (Brown 2003).

Preferensi konsumer terhadap pangan lokal mulai terlihat sekitar tahun 1990an (Adams and Salois, 2010). Sejumlah studi menunjukkan bahwa kesukaan terhadap

pangan lokal bervariasi diantara negara bagian di Amerika Serikat. Kesukaan konsumen yang tinggi bisa dijumpai di New Jersey (Adelaja et al., 1990), di daerah Northeastern (Wilkins, 2000), Delaware (Gallons et al., 1997), Arizona (Patterson et al., 1999), Missouri (Brown, 2003) dan Washington county, Nebraska (Schneider and Francis, 2005), sedangkan kurangnya kesukaan konsumen terhadap pangan lokal teridentifikasi di Main, Delaware dan West Virginia (Kezis et al., 1998). Sementara itu, kajian preferensi konsumen terhadap produk lokal di Indonesia masih sangat jarang ditemukan di Indonesia.

Yue and Tong (2009) mengkaji preferensi konsumen terhadap produk lokal organik. Mereka melaporkan bahwa kondisi sosio ekonomi mempengaruhi pilihan produk lokal dan organik. Peneliti menekankan bahwa tempat pembelian sangat mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli produk karena dipengaruhi oleh attribute yang berbeda. Hal ini didukung oleh Shi et al., (2005) yang melaporkan perbedaan kebiasaan makan, kondisi sosial ekonomi (tinggi dan rendah), lokasi tempat tinggal (kota dan pedesaan) terhadap preferensi makanan sumber karbohidrat, protein dan sayuran atau buahan. Chamhuri dan Batt (2013) melaporkan preferensi konsumen daging lokal segar di pasar tradisional dan supermarket dengan menggunakan *univariate data analysis (descriptive analysis dan cross-tabulation)* serta *multivariate data analysis (cluster analysis)*. Terdapat dua kelompok utama konsumen yaitu kelompok “*modern retail shoppers*” dan “*tradisional market shoppers*”. Dua faktor penting yang mendorong konsumen membeli daging segar di kedua saluran pemasaran adalah kesegaran dan harga. Faktor lain yang mempengaruhi pembelian di supermarket adalah kenyamanan lingkungan sedangkan faktor yang mempengaruhi pembelian di pasar tradisional adalah jaminan halal dan hubungan yang baik dengan pedagang.

Kajian mengenai preferensi konsumen dalam membeli pangan lokal di pasar tradisional dan supermarket masih sangat jarang dikaji di Indonesia. Sehingga penelitian ini mengkaji preferensi konsumen di perkotaan dan pedesaan pada dua saluran pemasaran (tahun 1) terhadap pangan lokal yang dibagi menjadi 3 tema utama yaitu; 1) preferensi dan support terhadap pangan lokal dan kebijakannya; 2) frekuensi pembelian dan konsumsi pangan lokal; 3) pilihan tempat belanja pangan

lokal dan 4) atribut yang mempengaruhi pilihan tempat belanja termasuk pengaruh faktor sosio-ekonomi.

3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan penelitian

1. Mengkaji preferensi konsumen terhadap pangan lokal.
2. Mengkaji atribut, konsekuensi dan nilai personal yang mempengaruhi perubahan pola konsumsi pangan lokal menggunakan metode *Means-End Chain*.
3. Membangun strategi penguatan pangan lokal berdasarkan preferensi dan nilai personal menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process*.

Manfaat penelitian adalah sebagai pertimbangan bagi pengambil keputusan, industri pangan dan pelaku dalam perdagangan dalam mempromosikan pangan lokal berdasarkan preferensi consumer.

4. METODE PENELITIAN

4.1 Metode Kualitatif dan Kuantitatif

Kualitatif studi digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan menginvestigasi dan mendapatkan gambaran mengenai preferensi dan pola konsumsi pangan. Spesifiknya studi kualitatif dilakukan dengan menggunakan focus grup untuk memahami fenomena secara mendalam (Blackwell et al., 2006; Weinreich, 1996). Tujuan dari tahapan ini bukan untuk mengeneralisasi hasil terhadap keseluruhan populasi melainkan mendapatkan pandangan dari pengalaman respondent yang diungkapkan dengan kata-kata sendiri. Metode ini cocok untuk mempelajari perilaku manusia dengan keterbatasan riset terdahulu (Wührer and Werani 2001). Metode kualitatif juga dibutuhkan sebelum melakukan survei kuantitatif dengan jumlah responden yang besar untuk mendapatkan gambaran mengenai pengetahuan, motivasi dan perilaku terhadap suatu servis atau

produk. Hasil dari studi kualitatif merupakan input yang sangat berharga dalam menyusun struktur dan pertanyaan pada fase kuantitatif (Marsland 2001).

Metode kuantitatif ditujukan untuk keakuratan data dan waktu yang diperlukan sebagai dasar ilmu (Walle 1997). Kuisisioner akan digunakan untuk menguji hipotesis. Hasil dari metode kuantitatif berupa data yang *reliable*, objektif dan bisa digeneralisir (Weinreich 1996). Adapun alur penelitian, responden yang disurvei, metode, dan pengolahan data dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Tahapan dari riset tahun pertama

Tahapan	Tujuan	Responden	Teknik pengambilan sampel	Variabel yang diukur	Analisis data
Tahun pertama: Preferensi konsumen terhadap pangan lokal					
Focus grup (metode kualitatif)	Memahami fenomena pada preferensi konsumen terhadap pangan lokal.	4 focus group yang mewakili -urban dan rural -tradisional market dan supermarket Masing-masing focus group terdiri dari 8-10 orang.	Judgemental sampling.	Preferensi pada pangan lokal, frekuensi, kebijakan pangan lokal, pilihan tempat belanja, produk, gaya hidup, keyakinan personal, etnocentris, perilaku, evaluasi sebelum pembelian	<i>semantic content analysis</i> dengan bantuan software NVIVO
Interview face-to-face (metode kuantitatif)	1) preferensi dan support terhadap kebijakan pangan lokal, 2) frekuensi pembelian dan konsumsi pangan lokal 3) pilihan tempat belanja dan atribut yang mempengaruhi faktor sosio-ekonomi.	Total sample sebanyak 600 orang mewakili perkotaan (Yogyakarta) dan pedesaan (Kab. Banyumas). -Supermarket dan tradisional market	Multistage purposive sampling	Preferensi untuk membeli dengan variable, frekuensi, pilihan tempat belanja, produk, peraturan, gaya hidup, keyakinan personal, etnocentris, perilaku, evaluasi sebelum pembelian, (Gil, Gracia & Sanchez 2000; Yoo, Donthu & Lee 2000) dengan kontrol variable demografi.	ANOVA digunakan untuk membandingkan rata-rata pada setiap grup. <i>Multivariate regression analysis</i> digunakan untuk membentuk model yang menggambarkan hubungan antara preferensi dengan data sosio-demografi konsumen. Pengolahan data -> SPSS v 20.

4.2. Unit Analisis

Pangan lokal

Produk segar pertanian yang belum diolah serta dihasilkan dan dijual pada wilayah kabupaten (Arsil et al., 2014a).

Konsumer pangan lokal

Orang yang mengkonsumsi pangan lokal

Pasar tradisional

Pasar tradisional yang menjual produk pertanian lokal

Supermarket

Bentuk dari *grocery store* yang menjual berbagai variatas produk termasuk produk segar dan kebutuhan rumah tangga lainnya yang bersifat self-service.

4.3 Responden penelitian

Reponden sebagai unit penelitian dipilih dengan menggunakan pertanyaan saringan. Responden merupakan pengambil keputusan dalam rumah tangga dan mengkonsumsi pangan lokal minimal dalam satu minggu saat wawancara dilaksanakan. Pada teknik *stratified purposive sampling*, dua daerah mewakili urban dan rural area. Selanjutnya setiap daerah, dipilih tiga pasar tradisional dan modern yang terbesar secara purposive. Masing-masing desa dipilih 100 responden sehingga total responden adalah 600 orang.

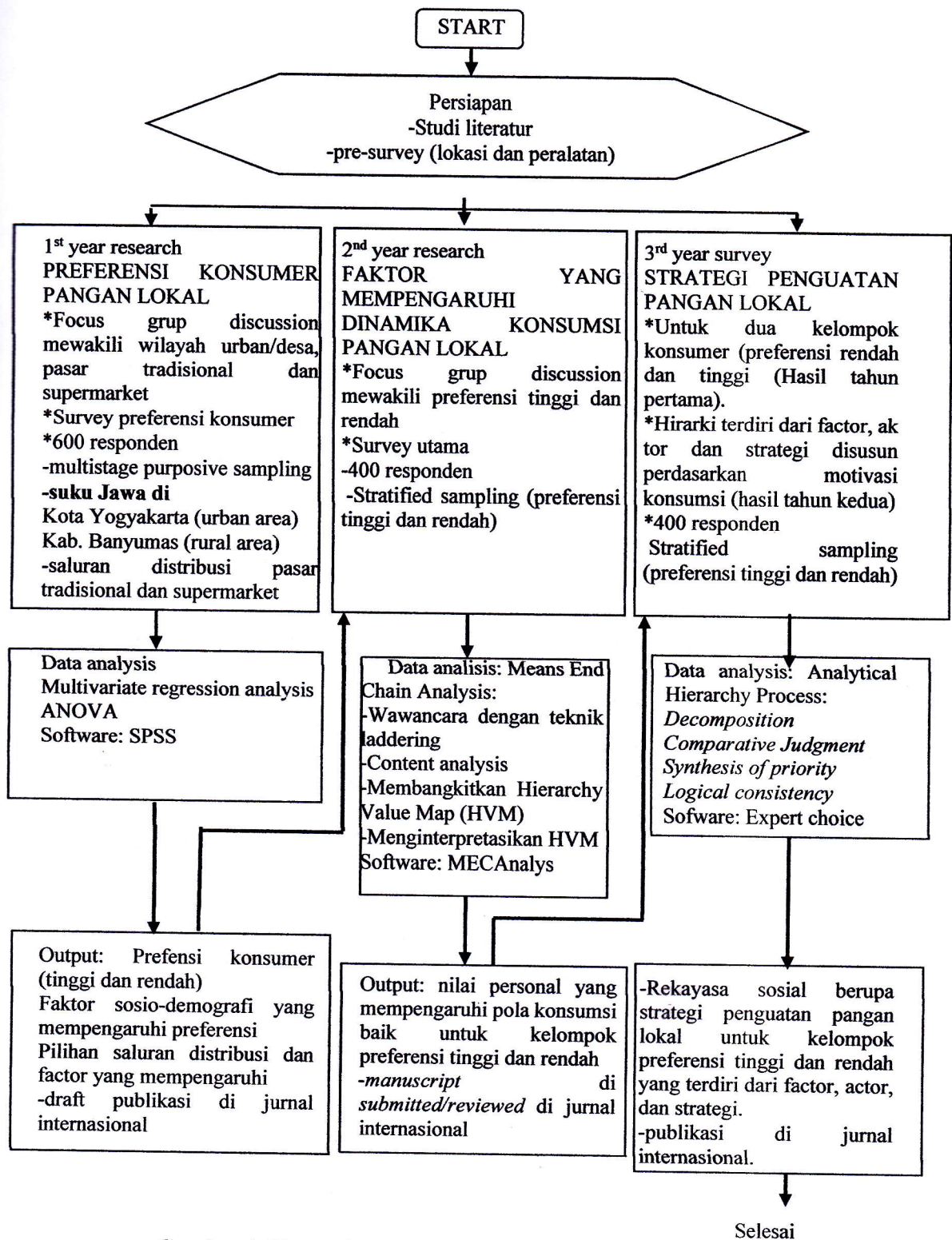
5. Hasil dan Luaran yang Dicapai

Hasil dari penelitian ini terdiri dari 3 produk yaitu

1. Monograph berjudul “pengantar ke Sistem Pangan Lokal” Series 2: Rantai pasok pangan lokal (60%) (appendix 1).
2. Paper yang berjudul “FACTORS INFLUENCING CONSUMER PREFERENCES FOR LOCAL FOOD: A COMPARISON BETWEEN TRADITIONAL AND MODERN MARKETS” yang sudah diterima pada Interntional Conference on management, Accounting, Business and Entrepreneurship (ICMABE 2017). Paper ini akan dipublikasikan di jurnal SCOPUS/ISI (Appendix 2 for acceptance letter and draft paper). Konferensi akan dilaksanakan tanggal 16-17 October 2017 di Jakarta.
3. Paper yang akan disubmit ke jurnal (50%) (Appendix 3)

6. Rencana riset tahun kedua

Adapun rencana riset tahun kedua yaitu mengkaji motivasi yang mampu menguatkan keinginan consumer untuk mengkonsumsi pangan lokal dengan menggunakan teknik Means-end Chain seperti yang terlihat pada diagram di bawah ini.



Gambar 4. Kerangka penelitian dalam kurun waktu 3 tahun.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, D. C. and Salois, M. J. 2010. "Local versus organic: A turn in consumer preferences and willingness-to-pay", *Renewable Agriculture and Food Systems*, 25(04), 331-341.
- Adelaja, A. O., R. G. Brumfield, R. G. Lininger, and K. Lininger. 1990. "Product differentiation and state promotion of farm produce: An analysis of the Jersey fresh tomato." *Journal of Food Distribution Research*, 21(3), 73-85.
- Arsil, P., Li, E. and Bruwer, J. 2014a. "Perspectives on consumer perceptions of local food: A view from Indonesia", *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 26 (2), 107-124.
- Arsil, P., Li, E., Bruwer, J. and Lyons, G. 2014b. "Exploring consumer motivations towards buying local fresh food products: A Means-End Chain approach", *British Food Journal*. 116(10), 1533-1549.
- Arsil, P. 2014c. Indonesian consumers' perceptions of locally grown produce: A case study. *The International Conference of Food for a Quality Life*. Jakarta, 15-16th October 2014.
- Arsil, P. 2015b. What motivates consumers when eating local foods at restaurants? A means-end chain analysis. *The International Symposium on Food and Nutrition (ISFAN)*. Balai Kartini, Jakarta, 3-5th June 2015
- Arsil, P. 2015c. Understanding local food consumers and their motivation: A case study in Padang city. *The 3rd International Conference on Adaptive and Intelligent Agroindustry (ICAIA)*, in Bogor, August 2015
- Baber, L., & Frongillo, E., 2003. "Family and seller interaction in farmers' markets in upstate New York". *American Journal of Alternative Agriculture*, 18, 87-94.
- Badan Ketahanan pangan. 2012. *Roadmap diversifikasi pangan 2011-2015*. Kementrian Pertanian, Jakarta,
- Barrena, R. and Sánchez, M. 2011. "Abstraction and product categories as explanatory variables for food consumption", *Applied Economics*, 44(30), 3987-4003.
- Blackwell, R.D., Miniard, P.W., and Engel, J.F. 2006. *Consumer Behaviour*, 6th edition, Boston: Thomson South-Western.
- Brown, C. 2003. "Consumers' preferences for locally produced food: A study in southeast Missouri", *American Journal of Alternative Agriculture*, 18(04), 213-224.
- Botschen, G., Thelen, E. M. and Pieters, R. 1999. "Using Means-End structures for benefit segmentation an application to services", *European Journal of Marketing*, 33(1-2), 38-58.
- Chamhuri, N and Batt, P.J. 2013. "Exploring the factor influencing consumers' choice of retail store when purchasing fresh meat in Malaysia". *International Food and Agribusiness Management Review*, 16(3), 99-122.
- Departemen Pertanian Indonesia. (2010) *General guidance: Accelerating Indonesia's local food movement*, Jakarta: Department of Indonesia's Agriculture.
- Feagan, F., Morris, D., & Krug, K., 2004. "Niagara region farmers' markets: local food system and sustainability consideration", *Local Environment*, 9(3), 235-254.
- Feenstra, G. W. 1997. "Local food systems and sustainable communities", *American Journal of Alternative Agriculture*, 12(01), 28-36.
- Gallons, J., Ulrich C. Toensmeyer, U. C., Bacon, J. R. and German, C. L. 1997. "An analysis of consumer characteristics concerning direct marketing of fresh produce in Delaware: A case study", *Journal of Food Distribution Research*, 28(1), February.

- Gutman, J. 1982. A Means-End Chain Model based on consumer categorization processes, *The Journal of Marketing*, 46(2), 60-72.
- Hinrichs, C. C. 2003. "Embeddedness and local food systems: Notes on two types of direct agricultural market", *Journal of Rural Studies*, 16(3), 295-303.
- Kementrian Pertanian, 2014. *Rencana Strategis Kementrian Pertanian 2015-2019*. Kementrian Pertanian, Jakarta.
- Kezis, A., Gwebu, T, Peavey, S. and Cheng H. 1998. "A study of consumers at a small farmers' market in Maine: Result from a 1995 survey", *Journal of food distribution research*.
- Marsland, N., Wilson, I., Abeyasekera, S. and Kleih, U. 2001. *Combining quantitative (formal) and qualitative (informal) survey methods. Socio-economic methodologies for natural resources research. Best practice guidelines.*, Chatham, UK:Natural Resources Institute.
- Morris, C. and Buller, H. 2003. The local food sector: A preliminary assessment of its form and impact in Gloucestershire, *British Food Journal*, 105(8), 559-566.
- Mulvey, M. S., Olson, J. C., Celsi, R. L. and Walker, B. A. 1994. "Exploring the relationships between means-end knowledge and involvement", *Advances in Consumer Research*, 21, 51-57.
- Olson, J. C. and Reynolds, T. J. 2003. "Understanding consumers' cognitive structures: Implication for advertising strategy" in Percy, L. and Woodside, A., eds., *Advertising and Consumer Psychology*, MA: Lexinton Books: Lexington, 77-91.
- Patterson, P.M., Olofsson, H, Richards, T.J. and Saa, S. 1999. "An emperical anayslis of state agricultural product promotions: A case study of Arizona grown", *Agribusiness an International Journal*, 15:179-196.
- Peter, J. P. and Olson, J. C. 2005. *Consumer behavior & marketing strategy*, Tata McGraw-Hill Publishing Company Limited, New Delhi.
- Reynolds, T. J. and Gutman, J. 1988. "Laddering theory, method, analysis, and interpretation", *Journal of Advertising Research*, 28(1), 11-31.
- Roininen, K., Arvola, A. and Lähteenmäki, L. 2006. "Exploring consumers' perceptions of local food with two different qualitative techniques: Laddering and word association", *Food Quality and Preference*, 17(1-2), 20-30.
- Shi, Z., Lien, N., Kumar, B.N. and Holmboe-Ottesen, G. 2005. Socio-demographic differences in food habits and preferences of school adolescents in Jiangsu Province, China. *European Journal of Clinical Nutrition*, 59, 1439-1448.
- Schneider, M. L. and Francis, C. A. 2005. "Marketing locally produced foods: Consumer and farmer opinions in Washington County, Nebraska", *Renewable Agriculture and Food Systems*, 20(04), 252-260.
- Şeker, Ş. And Özgürle, M. 2012. Analysis of the Turkish consumer electronics firm using SWOT-AHP Method, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58, 1544-1554.
- Saaty, T. L. 2008. "Decidion process with Analytical Hierarchy Process". *International Journal of Service Science*, 1(1), p. 83-98.
- Smithers, J., Lamarche, J. and Joseph, A. E. 2008. "Unpacking the terms of engagement with local food at the Farmers' Market: Insights from Ontario" *Journal of Rural Studies*, 24(3), 337-350.
- Suyono (2002) *The food mapping and food diversification program (1939-2002) throughout food diversification policy*, Jakarta:Food diversification work desk.

- Walle, A. H.** 1997. "Quantitative versus qualitative tourism research", *Annals of Tourist Research*, 24(3), 524-536.
- Weatherell, C., Tregear, A. and Allinson, J.** 2003. "In search of the concerned consumer: UK public perceptions of food, farming and buying local", *Journal of Rural Studies*, 19(2), 233-244.
- Weinreich, N. K.** 1996. "A more perfect union: Integrating quantitative and qualitative methods in social marketing research", *Social Marketing Quarterly*, 3(1), 53-57.
- White, H. and Kokotsaki, K.** 2004. "Indian food in the UK: personal values and changing patterns of consumption", *International Journal of Consumer Studies*, 28(3), 284-294.
- Wilkins, J. L., Bowdish, E. and Sobal, J.** 2000. "University student perceptions of seasonal and local foods", *Journal of Nutrition Education*, 32(5), 261-268.
- Wührer, G. A. and Werani, T.** 2001 "Integration of qualitative and quantitative research approaches in business-to-business marketing' in Woodside, A., ed. *Getting Better at Sensemaking*, Emerald Group Publishing Limited, 467-489.
- Vriens, M. and Hofstede, F. T.** 2000. "Linking attributes, benefits, and consumer values", *Journal of Marketing Research*, 12(3), 4-10.
- Yue, C. and Tong, C.** 2009. "Organic or local? Investigating consumer preference for fresh produce using a choice experiment with real economic incentive". *Hortscience*, 44(2), 366-371