

## MOTIVASI UNTUK MENGKONSUMSI PROTEIN HEWANI PADA GURU SEKOLAH MENENGAH ATAS DI KOTA YOGYAKARTA

R. Ahmad Romadhoni Surya Putra<sup>1</sup>

### INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi masyarakat untuk mengkonsumsi protein hewani (susu, telur, daging). Materi yang digunakan adalah guru Sekolah Menengah Umum (SMU) di Kota Yogyakarta dengan mengambil sebanyak 60 responden sebagai sampel. Metode pengambilan sampel dengan cara *purposive sampling*. Uji *chi square* ( $\chi^2$ ) memunculkan motivasi yang melandasi para guru SMU mengkonsumsi protein hewani yaitu motivasi rasional berupa kebutuhan fisiologis dengan  $\chi^2=7,891$  ( $p<0,01$ ) dan motivasi emosional yaitu kebutuhan penghargaan dan status  $\chi^2=2,903$  ( $p<0,10$ ). Dari uji kontingensi didapat koefisien kontingensi maksimum ( $C_{max}$ )=0,707, untuk motivasi rasional  $C=0,340$  maka tingkat keeratan hubungan adalah sedang, sementara untuk motivasi emosional  $C=0,215$  dengan tingkat keeratan hubungan adalah rendah.

(Kata kunci : Motivasi, Konsumsi, Protein hewani)

Buletin Peternakan 30 (3) : 154 - 160, 2006

<sup>1</sup> Fakultas Peternakan Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

## ANIMAL PROTEIN CONSUMPTION MOTIVATION OF THE SENIOR HIGH SCHOOL TEACHERS IN YOGYAKARTA CITY

### ABSTRACT

This study was conducted to evaluate the motivation of animal protein consumption (milk, egg, and meat). Sixty respondents were the Senior High School teachers in Yogyakarta city. Purposive sampling method was applied to select the respondents. Chi square test for rational motivation as physiological need was significant ( $p < 0.01$ ), and emotional motivation as appraisal need was significant ( $p < 0.10$ ). Contingency test tended to be showed that the maximum contingency coefficient was 0.71. The rational motivation contingency was 0.34, and the degree of connection was medium while for the emotional motivation contingency was 0.21, and the degree of connection was low.

(Key words: Motivation, Consumption, Animal protein)

### Pendahuluan

Konsumsi dipengaruhi oleh pendapat-an (Sudarsono, 1986). Krisis ekonomi yang berkepanjangan berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat. Pendapatan juga banyak mempengaruhi motivasi konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi, di lain pihak motivasi yang mendasari perilaku konsumen sangat di pengaruhi oleh selera, pendidikan, dan budaya atau kondisi lingkungan. Menurut Maslow (1992) motivasi yang mendasari manusia berorientasi pada upaya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya. Tingkatan kebutuhan manusia menurut Maslow adalah kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan sosial dan kasih sayang, kebutuhan penghargaan dan status, serta kebutuhan untuk aktualisasi diri.

Penjabaran dari teori motivasi Maslow adalah motivasi emosional terdiri dari kebutuhan sosial dan kasih sayang, kebutuhan penghargaan dan status, dan kebutuhan untuk aktualisasi diri sedangkan untuk motivasi rasional terdiri dari kebutuhan fisiologis dan kebutuhan akan rasa aman (Winardi, 1991)

Krisis ekonomi sejak Juli 1997 (BPS, 2003) menyebabkan penurunan daya beli yang berdampak negatif pada pemenuhan gizi dari masyarakat terutama untuk pemenuhan protein hewani (susu, daging, dan telur). Di negara

maju tingkat konsumsi protein hewani lebih tinggi daripada tingkat konsumsi karbohidrat karena kondisi masyarakat yang sudah maju dan memiliki pendapatan per kapita yang cukup tinggi.

Beberapa elemen masyarakat yang berprofesi sebagai guru Sekolah Menengah Umum (SMU) masih mengkonsumsi protein hewani (susu, daging, dan telur) sebagai salah satu menu makan mereka. Masyarakat yang dihimpit oleh krisis ekonomi dan kenaikan harga-harga dari segala macam barang dan jasa ternyata masih memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan gizi. Hal ini membuat kita melihat bahwa ada kondisi yang saling berkebalikan, disatu sisi terjadi penurunan daya guna dari pendapatan masyarakat namun disisi lain proses pemenuhan gizi melalui pemenuhan protein hewani masih tetap berjalan walaupun kondisinya sangat memprihatinkan. Jika kita merujuk pada teori kebutuhan yang diungkapkan oleh Maslow maka perlu dipertanyakan mengenai motivasi masyarakat untuk membeli protein hewani terutama susu, daging, dan telur. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi masyarakat dalam mengkonsumsi protein hewani sesuai teori motivasi dari Maslow.

### Materi dan Metode

Penelitian ini adalah studi kasus di wilayah Kota Yogyakarta. Jumlah sampel responden yang diambil sebanyak 60 guru SMU dari berbagai tingkatan pendapatan. Kuisioner digunakan sebagai alat bantu penelitian. Kuisioner terdiri dari dua bagian yaitu : 1) Bagian pertama, kuisioner terbuka dengan pertanyaan untuk mengetahui informasi responden mengenai nama, alamat, pekerjaan, penghasilan per bulan, penghasilan untuk membeli bahan makanan yang mengandung protein hewani (susu, daging, dan telur). 2) Bagian kedua, kuisioner tertutup yang digunakan untuk mengetahui motivasi responden untuk membeli protein hewani (susu, daging, dan telur). Masing-masing pertanyaan pada bagian kedua didasarkan pada kebutuhan yang melatarbelakangi seseorang dalam melakukan sesuatu tindakan sebagaimana yang dikemukakan Maslow (1992) yaitu didasarkan pada : 1) Kebutuhan fisiologis, 2) Kebutuhan rasa aman, 3) Kebutuhan sosial dan kasih sayang, 4) Kebutuhan penghargaan dan status, 5) Kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert, sebab menurut Lestari (1997) nilai sikap seorang responden adalah nilai dari seluruh pertanyaan dan skala yang umum adalah skala Likert. Menurut Azwar (1998) metode penskalaan Likert adalah pernyataan sikap yang menggunakan distribusi respon dasar penentuan nilai skalanya. Dalam pendekatan ini tidak diperlukan kelompok panel penilai dikarenakan nilai skala tiap pernyataan tidak ditentukan oleh derajat *favourable*-nya masing-masing tetapi ditentukan oleh distribusi respon setuju atau tidak setuju dari sekelompok responden yang bertindak sebagai kelompok ujicoba. Lebih lanjut Azwar (1998)

juga menyatakan bahwa untuk penskalaan model Likert ini, isi pertanyaan dikategorikan ke dalam semua macam jawaban yaitu sangat setuju, setuju, entah, tidak setuju, dan sangat tidak setuju dengan nilai umumnya tiap jawaban berkisar antara lima sampai dengan satu atau empat sampai dengan nol.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji *chi-square* digunakan untuk menaksir apakah ada perbedaan yang signifikan antara frekuensi yang diobservasi dengan frekuensi yang diharapkan dalam populasi (Hadi, 1987).

Jika dalam uji *chi-square* didapat hasil yang signifikan antara frekuensi harapan dengan yang diobservasi, maka perlu di uji lebih lanjut dengan uji kontingensi, untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel.

### Hasil dan Pembahasan

#### Karakteristik responden

Responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah anggota masyarakat yang berprofesi sebagai guru Sekolah Menengah Umum (SMU). Asumsi yang dibangun adalah kesetaraan tingkat pendidikan, sehingga di dalam penelitian ini variabel tingkat pendidikan tidak lagi menjadi variabel utama atau bisa diabaikan walaupun tetap menjadi pertimbangan dalam pengambilan kesimpulan. Pemilihan responden ini juga didasari asumsi bahwa guru, khususnya mereka yang terdaftar sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), mampu mewakili kelas-kelas terdidik atau kelas masyarakat menengah yang mampu berpikir secara rasional, dan memiliki pendapatan tetap yang cukup. Jumlah responden adalah 60 yang terdiri dari berbagai macam tingkat pendapatan.

Tabel 1. Jumlah anggota keluarga berdasarkan umur pada tiap keluarga  
(Member of respondents' households by age)

Usia (tahun) (Age, years)	Rata-rata tiap keluarga (orang) (Average in every household, people)
0-5	1,15
6-12	1,18
13-18	1,32
18-25	1,95
25- keatas (More than 25)	2,13

Tabel 2. Tingkat pendapatan responden per bulan  
(Monthly income level of the respondents)

Tingkat Pendapatan (Rp) (Income Level, Rp)	Jumlah (orang) (Amount, people)	Persentase (Percentage)
0-1.000.000	-	0
1.000.001-2.000.000	22	36,57%
2.000.001-3.000.000	30	50%
3.000.001-4.000.000	7	11,67%
Lebih dari 4.000.001 (More than 4.000.001)	1	1,67%
TOTAL	60	100%

Rata-rata anggota keluarga para responden berjumlah 4,17. Jumlah ini juga merupakan jumlah manusia yang perilaku konsumsinya menjadi tanggung jawab dari kepala keluarga dengan pendapatan rutin per bulan yang didapatnya, dan ini tidak berbeda jauh dengan rata-rata jumlah anggota keluarga di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang mencapai 3,6 orang (Anonimus, 2001). Dari penggolongan tingkat usia dapat diketahui bahwa terdapat variasi usia didalam keluarga para responden, hal ini cukup penting sebab berhubungan dengan tingkat konsumsi protein hewani terutama pada usia dimana manusia sedang mengalami pertumbuhan.

Karakteristik lain yang berhubungan dengan tingkat konsumsi protein hewani adalah mengenai pendapatan responden. Responden terpilih telah diberi batasan yaitu

terdaftar sebagai PNS oleh karena itu dapat dipastikan mereka memiliki pendapatan rutin dari gaji yang mereka dapatkan per bulan, selain itu di dalam PNS sendiri terdapat berbagai tingkatan gaji berdasarkan golongan, jabatan, maupun lama (masa) pengabdian. Hal itu dapat dipahami bahwa dalam profesi guru terdapat tingkatan-tingkatan gaji yang berbeda satu sama lain.

#### Tingkat pendapatan

Pegawai Negeri Sipil (PNS) khususnya yang berprofesi sebagai guru memiliki standar gaji yang tetap tiap bulan. Kondisi ini sangat menguntungkan dari sudut pandang kepastian pendapatan per bulan. Jika pada keluarga responden terdapat lebih dari satu yang bertugas mencari nafkah maka standar pendapatan keluarga responden menjadi tinggi.

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa persentase terbesar terdapat pada tingkatan pendapatan antara Rp 2.001.000,00 s/d Rp 3.000.000,00 yang mencapai 50% dari total responden. Selanjutnya tingkatan Rp 1.000.001,00 s/d Rp 2.000.000,00 berada pada urutan kedua dengan jumlah 22 responden dan persentasenya mencapai 36,67%. Ini membuktikan bahwa standar pendapatan keluarga responden cukup tinggi atau mungkin akan lebih tepat jika disebut dengan standar pendapatan menengah.

Dengan kondisi tersebut maka cukup sulit untuk mengkategorikan responden sesuai dengan tingkat pendapatan terutama jika dibandingkan dengan kenyataan di dalam masyarakat secara keseluruhan. Dari penelitian ini didapat hasil bahwa pendapatan terendah dari responden adalah Rp 1.200.000,00 per bulan sedangkan pendapatan tertinggi mencapai Rp 4.400.000,00. Dengan perbandingan tersebut, penggolongan responden sesuai dengan tingkat pendapatan dibagi menjadi dua yaitu sedang dan tinggi. Responden yang masuk dalam kategori sedang memiliki pendapatan per bulan di bawah Rp 2.800.000,00, sedangkan responden dengan kategori berpendapatan tinggi maka pendapatan per bulannya di atas Rp 2.800.000,00. Hal ini sesuai dengan Singarimbun dan Effendi(1989) bahwa teknik pengukuran ordinal mengurutkan responden dari tingkatan paling rendah ke tingkatan paling atas menurut suatu atribut tertentu tanpa ada petunjuk yang jelas tentang berapa jumlah absolut atribut yang dimiliki oleh masing-masing responden tersebut dan berapa

interval antara responden satu dengan responden lainnya. Jadi kalau digunakan teknik pengukuran ordinal untuk mengukur tingkat pendapatan maka tidak dapat dikatakan bahwa tingkat pendapatan tinggi lebih kaya daripada tingkat pendapatan sedang namun hanya dapat dikatakan bahwa tingkat pendapatan sedang lebih rendah dari pada tingkat pendapatan tinggi begitu pula sebaliknya bahwa tingkat pendapatan tinggi lebih tinggi daripada tingkat pendapatan sedang. Persentase responden yang memiliki pendapatan menengah cukup besar mencapai 47 responden atau 78,33% dan menggambarkan kondisi dari mayoritas responden, sedangkan kategori pendapatan tinggi terdiri dari 13 responden dengan persentase sebesar 21,67%. Ini adalah kondisi yang diinginkan oleh peneliti sebab menurut Kotler (1993) situasi ekonomi seseorang akan sangat mempengaruhi pilihan produk, semakin tinggi pendapatan seseorang maka kemampuan untuk menentukan pilihan akan lebih besar, pertimbangan rasional dan emosional akan dapat dilakukan dengan leluasa.

#### Motivasi mengkonsumsi protein hewani

Untuk mengetahui motivasi dalam mengkonsumsi protein hewani maka dilakukan uji *chi-square*. Proses perhitungannya menggunakan dua variabel yaitu tingkat pendapatan seperti pada tabel 6, dan skor responden pada tiap-tiap tingkatan kebutuhan Maslow. Hasil perhitungannya dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 3. Distribusi responden berdasarkan tingkat pendapatan  
(*Respondents distribution based on income level*)

Kategori Pendapatan ( <i>Income category</i> )	Jumlah (orang) ( <i>Number, people</i> )	Persentase ( <i>Percentage</i> )
Sedang (< Rp. 2.800.000,00) ( <i>Medium, &lt; Rp. 2.800.000,00</i> )	47	78,33%
Tinggi (> Rp. 2.800.000,00) ( <i>High, &gt; Rp. 2.800.000,00</i> )	13	21,67%
TOTAL	60	100%

Tabel 4. Hasil perhitungan uji Chi-Square (*Chi-Square test results*)

Motivasi ( <i>Motivation</i> )	Tingkat kebutuhan ( <i>Need level</i> )	$\chi^2$ ( $\chi^2$ )
Rasional ( <i>Rational</i> )	Kebutuhan fisiologis ( <i>Physic needs</i> )	7,891**
	Kebutuhan rasa aman ( <i>Safety needs</i> )	0,884
Emosional ( <i>Emotional</i> )	Kebutuhan sosial dan kasih sayang ( <i>Social and affection needs</i> )	0,584
	Kebutuhan penghargaan dan status ( <i>Appraisal needs</i> )	2,903*
	Kebutuhan aktualisasi diri ( <i>Self actualization needs</i> )	1,159

\* Berbeda nyata pada  $P < 0.10$  (*Significantly different at  $P < 0.10$* )\*\* Berbeda nyata pada  $P < 0.01$  (*Significantly different at  $P < 0.01$* )Tabel 5. Kategori uji kontingensi (*Contingency test category*)

Tingkat keceratan ( <i>Closeness level</i> )	Koefisien kontingensi ( <i>Contingency coefficient</i> )
Rendah ( <i>Low</i> )	0 – 0,236
Sedang ( <i>Medium</i> )	0,236 – 0,471
Tinggi ( <i>High</i> )	0,471 – 0,707

Tabel 6. Hasil uji kontingensi (*Contingency test results*)

Motivasi ( <i>Motivation</i> )	Tingkat kebutuhan ( <i>Needs level</i> )	Koefisien Kontingensi ( <i>Contingency coefficient</i> )
Rasional	Kebutuhan Fisiologis ( <i>Physic needs</i> )	0,340
Emosional	Kebutuhan Penghargaan dan status ( <i>Appraisal needs</i> )	0,215

Dari Tabel 4 dapat diketahui bahwa untuk motivasi rasional dorongan memenuhi kebutuhan fisiologis ternyata signifikan ( $p < 0,01$ ), sedangkan kebutuhan rasa aman tidak signifikan, pada motivasi emosional hanya kebutuhan akan penghargaan dan status yang memberikan nilai signifikan ( $p < 0,10$ ).

Hasil uji *chi-square* mampu memberikan catatan bahwa masyarakat yang memiliki pendapatan pada kelas menengah khususnya mereka yang berprofesi guru terutama yang terpilih menjadi responden penelitian ini, ternyata lebih mengedepankan motif-motif rasional dalam mengkonsumsi protein hewani khususnya untuk memenuhi

kebutuhan fisiologis, sedangkan motif-motif emosional untuk memenuhi kebutuhan akan penghargaan dan status ( $p < 0,10$ ) tetap masih menjadi motivasi lain para responden di luar motivasi rasional.

#### Uji kontingensi

Uji ini dilakukan untuk mengetahui keceratan hubungan antara tingkat pendapatan dengan motivasi yang telah lolos uji *chi-square*. Dengan rumus yang sudah ditentukan maka dihasilkan koefisien kontingensi maksimum ( $C_{max}$ ) yaitu sebesar 0,707. Cara untuk mendapatkan kategori tingkat keceratan hubungan antara motivasi dengan tingkat



pendapatan yaitu dengan interval dari 0 sampai 0,707 maka dibagi menjadi tiga kategori yaitu sepertiga di awal (0 - 0,236) masuk ke dalam kategori rendah, sepertiga di akhir (0,471 - 0,707) masuk ke dalam kategori tinggi, sedangkan untuk sepertiga di tengah (0,236 - 0,471) masuk ke dalam kategori sedang.

Setelah jangkauan koefisien kontingensi hubungan keeratatan didapatkan, maka proses perhitungan koefisien kontingensi dapat dilakukan dan sekaligus dapat diketahui sejauh mana tingkat keeratannya.

Tingkat hubungan keeratatan antara motivasi rasional dan tingkat pendapatan adalah sedang, berarti kenaikan tingkat pendapatan tidak serta merta menaikkan motivasi mengkonsumsi protein hewani untuk memenuhi kebutuhan fisiologis. Sedangkan tingkat hubungan keeratatan antara motivasi emosional dan tingkat pendapatan adalah rendah, berarti kenaikan tingkat pendapatan tidak menambah motivasi mengkonsumsi protein hewani untuk memenuhi kebutuhan penghargaan dan status.

### Kesimpulan

Ada dua kesimpulan yang dapat diambil : 1) Motivasi para responden dalam mengkonsumsi protein hewani terdiri dari motif rasional yaitu untuk memenuhi kebutuhan fisiologis ( $\chi^2=7,891$ ,  $df=1$ ,  $p<0,01$ ) dan motif emosional yaitu untuk memenuhi kebutuhan akan penghargaan dan status ( $\chi^2=2,903$ ,  $df=1$ ,  $p<0,10$ ). Namun dengan derajat kepercayaan yang berbeda menggambarkan bahwa motivasi rasional lebih dapat dipercaya daripada motivasi emosional. 2) Tingkat hubungan keeratatan antara motivasi rasional dan tingkat pendapatan adalah sedang. Hal ini dapat diartikan bahwa kenaikan tingkat pendapatan tidak serta merta menaikkan motivasi

mengkonsumsi protein hewani untuk memenuhi kebutuhan fisiologis. Sedangkan tingkat hubungan keeratatan antara motivasi emosional dan tingkat pendapatan adalah rendah. Hal ini dapat diartikan juga bahwa kenaikan tingkat pendapatan tidak menambah motivasi mengkonsumsi protein hewani untuk memenuhi kebutuhan penghargaan dan status.

### Daftar Pustaka

- Anonimus. 2001. Buku Statistik Peternakan. Direktorat Jenderal Bina Produksi, Departemen Pertanian. Jakarta.
- Azwar, S. 1998. Sikap : Teori dan Pengukurannya. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- BPS. 2003. Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Indonesia, Survey Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) 2002. Kantor Pusat Statistik. Jakarta.
- Hadi, S. 1987. Statistik 2. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Kotler, P. 1993. Manajemen Pemasaran. Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Lestari, D. 1997. Tinjauan Motivasi Beternak Pada Peternak Kambing di Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal. Skripsi Sarjana Peternakan. Fakultas Peternakan Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Maslow, A. H. 1992. Motivasi dan Perilaku. Dahara Prize. Semarang.
- Singarimbun, M., dan S. Effendi. 1989. Metode Penelitian Survey. Edisi Revisi. LP3ES. Jakarta.
- Sudarsono. 1986. Pengantar Ekonomi Mikro. LP3ES. Jakarta.
- Sudjana. 1996. Metoda Statistika. Edisi ke-6. Penerbit Tarsito. Bandung.
- Winardi. 1991. Marketing dan Perilaku Konsumen. Penerbit Mandar Maju. Bandung.