

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Minyak Goreng

Minyak goreng merupakan bahan pangan yang dimanfaatkan untuk memasak, terbuat dari lemak nabati maupun hewani yang dimurnikan dan berbentuk cair. Minyak goreng telah melalui berbagai proses mulai dari hidrogenasi, pendinginan, hingga rafinasi atau proses pemurnian untuk menggoreng (Lempang *et al.*, 2016). Minyak goreng menjadi salah satu kebutuhan pokok masyarakat di Indonesia. Jenis-jenis minyak goreng yang berasal dari lemak nabati terbagi menjadi minyak kelapa, minyak kelapa sawit, minyak bunga matahari, minyak jagung, dan minyak kanola (Ariani *et al.*, 2017).

Minyak goreng non-sawit yang dipasarkan di Indonesia tidak memiliki nilai HET (harga eceran tertinggi) sebagaimana minyak goreng sawit. Harga minyak nabati selain minyak sawit seperti minyak kedelai, minyak kanola, dan minyak bunga matahari saling mempengaruhi (Sibarani *et al.*, 2013). Pendistribusian minyak goreng non-sawit dilakukan secara menyeluruh, mulai dari toko kelontong, pasar tradisional, hingga pasar modern. Minyak goreng non-sawit yang didistribusikan baik di pasar tradisional maupun pasar modern memiliki beragam atribut sehingga memberikan pilihan bagi konsumen sesuai dengan preferensi masing-masing (Mutmainnah *et al.*, 2022).

2.1.1. Minyak Kelapa (*Coconut Oil*)



Ilustrasi 1. Minyak Goreng Kelapa Merek Barco

Minyak kelapa (Ilustrasi 1) merupakan minyak yang terbuat dari ekstrak daging buah kelapa tua dengan melalui beberapa tahapan proses. Berdasarkan cara ekstraksi daging buah kelapa, minyak kelapa dapat digolongkan menjadi minyak kelapa virgin (*Virgin Coconut Oil*), minyak kelapa RBD (*Refine, Bleach, Deodorize*), dan minyak kelapa non-RBD. Minyak kelapa dibuat menggunakan bahan baku berupa kopra yang memiliki kandungan minyak sekitar 60-65%. Pada suhu di atas 25°C, minyak kelapa berwujud cair dan berwarna bening, sedangkan pada suhu di bawah 25°C, minyak kelapa berwujud padat dan berwarna putih (Afriyadi *et al.*, 2021). Minyak goreng kelapa telah banyak diproduksi di Indonesia.

Minyak kelapa virgin (*Virgin Coconut Oil*) sehat untuk dikonsumsi jika dibandingkan dengan beberapa jenis minyak goreng lainnya karena memiliki beberapa manfaat di antaranya adalah menjaga kesehatan jantung, memiliki kandungan kolesterol rendah, serta dapat membantu menurunkan berat badan. Manfaat kesehatan yang diperoleh dari mengonsumsi minyak kelapa virgin disebabkan adanya kandungan utama berupa 90% asam lemak jenuh dan 10% asam

lemak tak jenuh yang tergolong dalam asam lemak rantai sedang sehingga mudah diserap oleh tubuh untuk digunakan sebagai sumber energi (Boemeke *et al.*, 2015). Jika dibandingkan dengan minyak kelapa biasa, minyak kelapa virgin memiliki harga jual yang lebih tinggi. Adanya modifikasi proses pembuatan minyak kelapa sehingga menghasilkan produk yang berwarna bening, berbau harum khas kelapa, dan daya simpan ± 12 bulan menjadikan minyak kelapa virgin memiliki harga jual yang lebih tinggi (Dewanti *et al.*, 2020).

2.1.2. Minyak Kanola (*Canola Oil*)



Ilustrasi 2. Minyak Goreng Kanola Merek Dougo

Minyak kanola (Ilustrasi 2) merupakan minyak nabati yang terbuat dari biji bunga kanola (*Brassica napus* L.). Minyak kanola tergolong dalam minyak nabati yang dapat dimanfaatkan untuk menggoreng (Suciati *et al.*, 2015). Minyak kanola memiliki ciri-ciri berwarna kuning sedikit pekat dan berbau khas minyak. Minyak kanola mengandung 64,4% lemak tak jenuh tunggal, 30% lemak tak jenuh ganda, dan 5,6% lemak jenuh (Dehkordi *et al.*, 2019). Minyak kanola banyak diproduksi di negara-negara seperti Tiongkok, Kanada, India, dan Jepang.

Minyak kanola dikenal sebagai minyak sehat karena dapat menurunkan kadar kolesterol, mencegah risiko penyakit jantung, dan dapat membantu mengurangi berat badan. Manfaat kesehatan yang diperoleh tersebut dibuktikan dalam penelitian Chauhan *et al.* (2020) yang menemukan bahwa seseorang yang mengkonsumsi minyak kanola secara berturut-turut selama ± 150 hari mengalami penurunan berat badan (-2,68%), penurunan lingkar pinggang (-3,85%), dan penurunan jumlah kolesterol (-9,01%).

2.1.3. Minyak Jagung (*Corn Oil*)



Ilustrasi 3. Minyak Goreng Jagung Merek Tropicana Slim

Minyak jagung (Ilustrasi 3) merupakan minyak yang terbuat dari ekstrak biji jagung yang bersifat setengah kering. Salah satu manfaat dari minyak jagung adalah dapat digunakan untuk memasak sebagai pengganti dari minyak goreng kelapa sawit (Dwiputra *et al.*, 2015). Minyak jagung memiliki ciri-ciri berupa berwarna kekuningan dan beraroma khas. Titik asap yang dimiliki minyak jagung cukup tinggi, yaitu 230-238°C sehingga cocok untuk digunakan pada berbagai masakan (Suciati *et al.*, 2015). Minyak jagung sebagian besar diproduksi di Amerika Utara.

Minyak jagung tergolong sebagai minyak goreng yang sehat untuk dikonsumsi karena memiliki kandungan asam lemak tak jenuh (lemak baik) yang lebih tinggi dibandingkan asam lemak jenuh (lemak jahat). Kandungan yang terdapat di dalam minyak jagung di antaranya adalah 59% asam lemak tak jenuh ganda, 24% asam lemak tak jenuh tunggal, dan 13% asam lemak jenuh (Karomah *et al.*, 2018). Berbagai manfaat di bidang kesehatan yang diperoleh dari mengkonsumsi minyak jagung karena terdapat kandungan asam lemak ikatan rangkap dalam jumlah tinggi sehingga bermanfaat untuk menurunkan kadar kolesterol dalam darah dengan cara menggantikan keberadaan asam lemak jenuh (Dwiputra *et al.*, 2015).

2.1.4. Minyak Kedelai (*Soya Oil*)



Ilustrasi 4. Minyak Goreng Kedelai Merek Sania Royale

Minyak kedelai (Ilustrasi 4) merupakan minyak yang terbuat dari ekstrak biji kedelai (*Glycine max*). Minyak kedelai menjadi minyak yang paling banyak diproduksi kedua di dunia setelah minyak kelapa sawit, dengan negara terbesar yang memproduksi minyak ini adalah Amerika Serikat, China, Argentina, dan

Brazil (Ghazani *et al.*, 2016). Minyak kedelai termasuk sebagai minyak yang dapat dimanfaatkan untuk menggoreng. Ciri-ciri yang dimiliki minyak goreng kedelai adalah berwarna bening kekuningan dengan bau khas minyak dan baik digunakan untuk menggoreng selama ± 15 menit (Andriani *et al.*, 2019). Minyak kedelai banyak diproduksi di negara-negara seperti Amerika Serikat, Tiongkok, Argentina, Brasil, dan India.

Minyak goreng kedelai tergolong minyak goreng yang sehat karena memiliki kandungan asam lemak tak jenuh yang lebih besar daripada asam lemak jenuhnya. Kandungan asam lemak tak jenuh dalam minyak kedelai berupa asam lemak tak jenuh rangkap tunggal memiliki manfaat menurunkan kadar kolesterol, sedangkan asam lemak tak jenuh ganda bermanfaat dalam mencegah penyakit jantung koroner (Sartika, 2008). Minyak kedelai memiliki kandungan asam lemak jenuh berupa 16,95% asam palmitat dan 5,15% asam stearat asam, 12,11% asam tidak jenuh tunggal, dan 47,57% lemak tidak jenuh ganda (Ivanov *et al.*, 2010).

2.1.5. Minyak Bunga Matahari (*Sunflower Oil*)



Ilustrasi 5. Minyak Goreng Bunga Matahari Merek Tropicana Slim

Minyak bunga matahari (Ilustrasi 5) memiliki ciri-ciri berwarna kuning jernih dan berbau khas minyak. Di Indonesia, pemanfaatan minyak bunga matahari masih terbatas karena kurangnya ketersediaan pasokan serta masih bergantung pada impor minyak bunga matahari. Selain itu, budidaya bunga matahari di Indonesia masih belum mampu memenuhi standar kualitas yang diperlukan untuk diolah menjadi minyak goreng bunga matahari. Minyak bunga matahari sebagian besar diproduksi di negara Ukraina.

Minyak bunga matahari tergolong sebagai minyak goreng yang sehat karena memiliki kandungan asam lemak tak jenuh yang lebih tinggi dibanding asam lemak jenuh. Kandungan asam lemak tak jenuh ganda banyak ditemukan dalam minyak bunga matahari yang bermanfaat untuk mencegah penyakit jantung koroner (Sartika, 2008). Kandungan minyak bunga matahari di antaranya adalah asam lemak tak jenuh rangkap tunggal sebesar 11,7% dan asam lemak tak jenuh rangkap ganda sebesar 44-72% (Karomah *et al.*, 2018). Selain memasak, minyak bunga matahari juga dimanfaatkan untuk bahan baku kosmetik, obat-obatan, serta pembuatan *margarine*.

2.1.6. Minyak Zaitun (*Olive Oil*)



Ilustrasi 6. Minyak Goreng Zaitun Merek Borges

Minyak zaitun (Ilustrasi 6) merupakan minyak yang terbuat dari ekstrak buah zaitun (*Olea europaea*). Minyak zaitun memiliki ciri-ciri berwarna kuning kehijauan dan berbau khas minyak mirip kedelai. Tingkatan pengolahan minyak zaitun terbagi menjadi *extra virgin oil* yang dijual dengan harga sangat mahal, *high-grade* yang banyak digunakan restoran berkelas tinggi, dan *refined olive oil* yang digunakan dalam industri penggorengan (Budijanto *et al.*, 2010). Pemanfaatan minyak zaitun di antaranya adalah minyak goreng untuk memasak, bahan dasar kosmetik, obat-obatan, sabun, dan bahan bakar lampu minyak. Minyak zaitun sebagian besar diproduksi di negara Italia.

Minyak zaitun tergolong sebagai minyak yang sehat dan dikenal dapat memberikan aroma yang harum pada masakan. Kandungan dalam minyak zaitun di antaranya adalah 74,48% asam lemak tak jenuh tunggal, 9% asam lemak tak jenuh ganda, dan 11,36% lemak jenuh (Giacometti *et al.*, 2012). Tingginya kandungan asam lemak tak jenuh pada minyak zaitun memiliki beberapa manfaat, di antaranya adalah menurunkan risiko penyakit jantung, mengurangi peradangan, dan mampu digunakan untuk memasak pada suhu tinggi (Sartika, 2008).

2.2. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok yang berhubungan dengan penggunaan barang ataupun jasa. Perilaku konsumen berkaitan dengan kegiatan mencari, membeli, dan menggunakan suatu barang dan jasa (Cholilawati *et al.*, 2021). Perilaku konsumen termasuk komponen penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha supaya

usaha yang dijalani dapat terus berlanjut. Faktor keberhasilan usaha adalah dengan memperhatikan perilaku konsumen supaya usaha yang sedang dijalankan bertahan dan berkembang dengan baik (Fidyansari *et al.*, 2018).

Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor pribadi, psikologis, sosial, dan budaya. Faktor pribadi, psikologis, sosial, dan budaya menjadi faktor penentu seseorang dalam perilaku konsumen yang paling dasar (Wibowo, 2023). Perubahan perilaku konsumen dapat terjadi akibat adanya dorongan dari lingkungan untuk beradaptasi dengan suatu kondisi. Perubahan kondisi lingkungan yang dialami konsumen dapat mendorong perubahan perilaku konsumen (Firmansyah, 2018).

2.3. Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*)

Kesiediaan membayar atau *Willingness to Pay* merupakan keadaan di mana konsumen bersedia untuk mengeluarkan imbalan (berbentuk uang) atas barang atau jasa yang diperoleh. Nilai *Willingness to Pay* menjadi jumlah maksimum yang bersedia dibayarkan konsumen atas peningkatan kualitas dari barang atau jasa yang diperoleh (Priambodo, 2014). Konsep *Willingness to Pay* didasarkan atas konsumen sebagai individu yang berusaha untuk memaksimalkan utilitasnya atas tingkat pendapatan yang dimilikinya untuk memperoleh suatu barang atau jasa untuk dikonsumsi. Nilai *Willingness to Pay* dapat diperoleh melalui metode *Contingent Valuation Method* (CVM) sebagai pendekatan untuk memperoleh tingkat kesiediaan konsumen untuk membayar atas barang atau jasa (Riana *et al.*, 2019).

2.4. Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen berkaitan dengan perilaku konsumen yang menggambarkan cara konsumen dalam membuat keputusan pembelian barang dan jasa. Keputusan pembelian terhadap suatu barang dan jasa dipengaruhi oleh karakteristik konsumen (Firmansyah *et al.*, 2018). Karakteristik konsumen dapat dianalisis melalui identitas responden yang terdiri dari umur, pendidikan, dan pendapatan serta perilaku pembelian konsumen yang terdiri dari gaya hidup. Dalam menganalisis karakteristik konsumen dapat dilakukan melalui identitas responden dan perilaku konsumen (Tanaem *et al.*, 2021).

2.4.1. Umur

Umur dapat dikelompokkan menjadi usia produktif dan tidak produktif. Menurut Sipayung *et al.* (2022), umur konsumen dapat digolongkan menjadi usia produktif (15-64 tahun) dan usia tidak produktif (>65 tahun). Umur pada usia produktif dapat diklasifikasikan dalam bentuk rentang. Menurut Manullang (2023), rentang umur yang dapat digunakan adalah umur 17-26 tahun (dewasa awal), 27-36 tahun (dewasa lanjut), 37-46 tahun (separuh baya), dan ≥ 47 tahun (tua). Umur konsumen dapat menggambarkan tingkat kebijaksanaan dalam menentukan keputusan pembelian. Menurut Magdalena *et al.* (2019) umur menunjukkan perbedaan dalam pengambilan keputusan, umumnya konsumen dengan usia produktif lebih mampu dalam menerima informasi dan membuat keputusan yang lebih baik.

2.4.2. Pendidikan

Pendidikan merupakan pembelajaran yang diperoleh seseorang dengan tingkatan tertentu, di antaranya adalah SD, SMP, SMA, dan Perguruan Tinggi. Tingkat pendidikan mempengaruhi seseorang dalam membuat keputusan pembelian. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin baik cara menghadapi permasalahan keputusan pembelian (Lestari *et al.*, 2022). Tingkat pendidikan yang telah ditempuh seseorang memiliki pengaruh terhadap tingkat *Willingness to Pay* (WTP). Pendidikan menentukan tingkat intelektualitas seseorang terhadap produk yang akan dibeli sehingga berpengaruh terhadap *nilai* WTP (Situmorang *et al.*, 2022).

2.4.3. Pendapatan

Pendapatan merupakan sejumlah uang yang diterima oleh pekerja atas imbalan pekerjaannya. Tingkat pendapatan dapat diklasifikasikan menjadi pendapatan rendah, menengah, dan atas. Hubungan pendapatan dengan preferensi dapat digolongkan menjadi tiga kategori, yaitu pendapatan rendah, sedang, dan tinggi (Febrita, 2017). Perbedaan tingkat pendapatan berpengaruh terhadap perbedaan tingkat *Willingness to Pay* (WTP) yang bersedia dibayarkan. Pengaruh penghasilan terhadap besarnya *Willingness to Pay* (WTP) konsumen dapat diketahui dengan cara membuat pengelompokan khusus antara konsumen dengan tingkat penghasilan rendah, menengah, dan atas supaya diperoleh hasil penelitian yang lebih detail (Suryani, 2022).

2.4.4. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan tingkah laku seseorang dalam menjalani hidup termasuk dalam mengelola waktu dan uang. Gaya hidup menunjukkan bagaimana cara seseorang hidup, membelanjakan uang, dan memanajemen waktu (Mowen *et al.*, 2001). Gaya hidup konsumen menunjukkan cara seseorang dalam mengalokasikan dan membelanjakan uangnya dalam membeli suatu produk. Gaya hidup konsumen berpengaruh terhadap *Willingness to Pay* (WTP) dalam membeli suatu produk berdasarkan minat dan opini yang dimilikinya (Dewi *et al.*, 2020).

Menurut Priansa (2017), gaya hidup konsumen terbagi menjadi empat dengan indikator sebagai berikut:

1. Gaya Hidup Mandiri

Konsumen dengan gaya hidup mandiri memiliki indikator berupa kemampuan menentukan pilihan yang bertanggung jawab, tingkat pendidikan rata-rata, pendapatan rata-rata, serta kemampuan berpikir kreatif dan inovatif.

2. Gaya Hidup Modern

Konsumen dengan gaya hidup modern memiliki indikator berupa kemampuan penggunaan teknologi dan harga bukan pertimbangan utama dalam membuat keputusan.

3. Gaya Hidup Sehat

Konsumen dengan gaya hidup sehat memiliki indikator berupa preferensi pembelian produk makanan yang sehat dan kritis dalam mengkonsumsi produk.

4. Gaya Hidup Hedonis

Konsumen dengan gaya hidup hedonis memiliki indikator berupa sebagian besar pendapatan digunakan untuk membeli produk yang disenangi dengan harga mahal.

Penelitian Setung *et al.* (2021) menemukan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang paling besar (47,2%) dibandingkan variabel independen lain yang menunjukkan bahwa lingkungan konsumen memiliki pengaruh pada perilaku konsumen yang membangun kesadaran terhadap pola hidup. Konsumen dengan tingkat pendapatan yang tinggi memiliki keinginan untuk memperoleh pangan dengan kualitas dan kuantitas yang terbaik (Arimurti *et al.*, 2021).

2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang menjadi acuan penulis dalam melakukan penelitian disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Penelitian terdahulu

| No. | Nama (Tahun) | Metode yang Digunakan | Hasil |
|-----|----------------------------|--|--|
| 1. | Riana <i>et al.</i> (2019) | Metode analisis yang digunakan terdiri dari analisis deskriptif dan analisis kuantitatif (<i>contingent valuation method</i> (CVM) untuk menjawab tujuan penelitian terkait nilai rata-rata WTP maksimum yang bersedia dibayarkan konsumen terhadap berbagai jenis beras dan regresi logistik untuk menjawab tujuan penelitian terkait faktor-faktor yang berkaitan | Hasil penelitian diperoleh nilai rata-rata WTP beras organik untuk beras putih organik antara 13-19,17%, beras merah organik antara 14,74%-20%, dan beras hitam organik antara 14,20%. Faktor-faktor WTP beras organik yang berpengaruh secara simultan adalah usia, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, jumlah pendapatan per bulan, harga beras |

Tabel 1. (Lanjutan)

| No. | Nama (Tahun) | Metode Yang Digunakan | Hasil |
|-----|-------------------------------|---|--|
| | | dengan WTP beras organik. | organik, harga beras non organik, jenis beras organik, dan orientasi kesehatan, sedangkan jumlah pendapatan per bulan, harga, dan merek beras organik mempengaruhi parsial. |
| 2. | Arimurti <i>et al.</i> (2021) | Metode analisis yang digunakan terdiri dari analisis deskriptif dan analisis kuantitatif (<i>contingent valuation method</i> (CVM) untuk menjawab tujuan penelitian terkait rata-rata nilai WTP konsumen beras organik di Kabupaten Banyumas dan regresi logistik untuk menjawab tujuan penelitian terkait faktor yang mempengaruhi WTP beras organik di Kabupaten Banyumas. | Hasil penelitian diperoleh karakteristik konsumen berupa pendapatan, lama konsumsi, dan persepsi konsumsi berpengaruh secara parsial dalam menentukan kesediaan membayar. |
| 3. | Fajria <i>et al.</i> (2020) | Metode analisis yang digunakan terdiri dari analisis deskriptif dan analisis kuantitatif (<i>contingent valuation method</i> (CVM) untuk menjawab tujuan penelitian terkait besarnya nilai rata-rata WTP dari konsumen sayuran organik dan regresi logistik untuk menjawab tujuan penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar sayuran organik. | Hasil penelitian diperoleh karakteristik konsumen di pasar modern Purwokerto adalah perempuan berusia 27 tahun, sudah menikah, pendidikan tertinggi S1, pekerjaan pegawai swasta, dan pendapatan per bulan sebesar Rp 4.500.000. Nilai rata-rata WTP maksimum produk sayur organik tertinggi pada sayur bayam dan terendah pada sayur kangkung. Faktor yang signifikan berpengaruh adalah pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. |

Berdasarkan penelitian terdahulu, ditemukan penelitian serupa dengan penelitian yang dilakukan. Beberapa persamaan yang ada terdapat pada alat analisis yang digunakan, yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif menggunakan *contingent valuation method* (CVM) dan regresi logistik (Penelitian no. 1, 2, dan 3), terdapat persamaan variabel yang digunakan, yaitu variabel dependen berupa *Willingness to Pay* (Penelitian no. 1, 2, dan 3) dan variabel independen berupa umur, pendidikan, pendapatan, dan gaya hidup, serta lokasi penelitian (Penelitian no. 1). Adapun perbedaan yang terdapat pada penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah komoditas yang diteliti berupa minyak goreng non-sawit dan variabel independen yang digunakan di penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian ini mengkaji variabel gaya hidup yang belum dikaji pada penelitian terdahulu sebagai pembeda dan kebaruan penelitian.