

Karakteristik konsumen berdasarkan lokasi agen makanan di Kabupaten Tegal = Consumer characteristics location based food agents in Tegal Regency

Nurul Farhanah Hidayati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20331914&lokasi=lokal>

Abstrak

Sektor Perdagangan merupakan salah satu sektor yang maju dan menghasilkan pemasukan yang tinggi ke kas daerah. Salah satu kegiatan perdagangan adalah kegiatan pengumpul di lokasi agen. Kabupaten Tegal dengan banyak homeindustry makanan, mendorong aktivitas perdagangan di lokasi pengumpul makanan yaitu agen makanan. Agen makanan ini tersebar di beberapa desa di Kabupaten Tegal dengan karakteristik konsumen yang bervariasi. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana karakteristik konsumen berdasarkan lokasi agen makanan. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis komparasi keruangan dan analisis deskriptif. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui karakteristik konsumen berdasarkan lokasi agen makanan. Hasil penelitian menunjukkan lokasi agen makanan terbagi menjadi dua yaitu agen makanan area permukiman dan agen makanan kawasan perdagangan. Terdapat perbedaan karakteristik konsumen berdasarkan pemilihan lokasi agen makanan. Pada agen makanan kawasan perdagangan mempunyai karakteristik konsumen sebagian besar berasal dari daerah yang berjarak 0-14 Km. Sementara pada area permukiman lebih bervariasi karakteristik daerah asal konsumen. Hal ini disebabkan karena agen makanan area permukiman satu desa dengan produsen-produsen penyedia produk makanan sebagai penyuplai agen makanan.

.....Trade sector is one sector of advanced and high-income region contribute to the local treasury. One of the trading activity is activity at the site collection agency. Homeindustry Tegal regency with plenty of food, encouraging trading activity at the site that is collecting food dietary agents. Dietary agents are scattered in several villages in Tegal regency varies with consumer characteristics. This study wanted to find out how consumer characteristics based food agency locations. The method of analysis used in this study is the comparative analysis of spatial and descriptive analysis. The purpose of this study to determine the characteristics of consumers based on location of the food agency. The results indicate the location of the food agency is divided into two dietary agents residential areas and commercial areas of food agents. There are differences in the characteristics of the consumer based food agency site selection. At the agency's food trade has mostly consumer characteristics of the area within 0-14 Km. While the residential area of origin more varied characteristics of consumers. This is because the food agency residential area of the village with providers producers of food products as a supplier of dietary agents.