

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMSI DAGING AYAM
(Studi Kasus: Pasar Sei Kambing, Medan)**

Muhammad Febri Anggian Siregar, Iskandarini, Hasman Hasyim
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara
anggiregarr@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi fluktuasi konsumsi daging ayam. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan data dari 30 konsumen sampel yang ditarik secara *accidental*. Hasil penelitian menunjukkan umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan, harga daging ayam, persepsi, gaya hidup, dan selera berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam; Harga daging ayam berfluktuasi setiap tahunnya, sedangkan perkembangan permintaan daging ayam menurun dari tahun 2007 sampai 2009, tetapi terus meningkat selama 3 tahun terakhir yaitu 2009 sampai 2011. Dari data tahun 2007-2011 terlihat bahwa konsumsi daging ayam di kota Medan berfluktuasi.

Kata kunci: konsumsi daging ayam

ABSTRACT

The purpose of the research was to analyze some factors which influence the fluctuation of consuming chicken. The method of the analysis used in this research was multiple linear regression analysis; the data of 39 consumers were used as the samples, using accidental sampling technique. The result of the research showed that age, education, the number of dependents, income, the price of chicken, perception, lifestyle, and desire had significant influence on the amount of chicken consumption. The price of chicken fluctuates each year, while the development of demand for chicken decreased from 2007 until 2009, but it was increasing within three years, from 2009 until 2011. From the data of 2007-2011, it can be seen that the consumption of chicken in Medan has fluctuated.

Keywords: Consumption of Chicken

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sejak tahun 2010 Indonesia mencanangkan swasembada daging, dimana saat ini konsumsi daging nasional didominasi oleh karkas atau daging ayam. Saat ini telah diambil langkah-langkah positif diantaranya pengadaan bibit ternak unggul, tersedianya pakan yang bermutu, dan manajemen yang handal serta perlu diadakan revitalisasi dan penataan Rumah Potong Ayam (RPA) yang standar. Peningkatan produksi karkas ayam dalam rangka swasembada daging harus diikuti dengan peningkatan mutu dan keamanan pangan serta menjamin kehalalannya (Abubakar, 2008).

Bisnis ayam ras pedaging banyak diminati masyarakat dan semakin menggeser ternak ruminansia besar, khususnya ternak sapi potong, dalam memenuhi kebutuhan daging nasional. Dari berbagai penelitian dan data statistik, peran ayam ras pedaging cenderung semakin menggeser sapi potong sebagai sumber protein hewani di Indonesia. Selama kurun waktu tahun 2005-2009, perkembangan produksi daging ayam ras mencapai 30,76%; sedangkan daging sapi hanya 12,75%. Rasio (perbandingan) produksi daging ayam ras dengan daging sapi pada tahun 2005 sebesar 2,17 dan tahun 2009 telah meningkat menjadi 2,52 (Setyono dan Maria, 2011).

Ayam pedaging atau ayam potong, kita lebih mengenalnya dengan sebutan ayam chicken, ayam jenis ini khusus dipelihara untuk dipotong dan diambil dagingnya. Ayam chicken sudah populer di Indonesia sejak 1980-an. Hingga kini ayam chicken telah dikenal masyarakat Indonesia dengan berbagai kelebihanannya (Anita dan Wage, 2011).

Dalam sebuah strategi pemasaran, pemasar tidak terlepas dari segmen pasar yang melibatkan konsumen sebagai objek pasar. Sebuah organisasi dapat mencapai tujuannya kalau memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dan mampu memenuhinya. Sehingga seorang pemasar harus memahami betul siapa pasar sasarannya, sekaligus bagaimana perilaku mereka (Simamora, 2008).

Dari data dinas peternakan Kota Medan, perkembangan konsumsi daging ayam ras di Kota Medan berfluktuasi mulai tahun 2007-2011. Keadaan ini dapat dilihat dari data konsumsi daging ayam ras di Kota Medan. Mulai tahun 2007-

2009 konsumsi daging ayam ras mengalami penurunan yaitu pada tahun 2007 konsumsi daging ayam ras berada pada 0,5227 kg/kapita/thn dan tahun 2009 terus menurun pada 0,5161 kg/kapita/thn. Sedangkan pada tahun 2009-2011 konsumsi daging ayam ras terus meningkat dari 0,5161 kg/kapita/thn menjadi 0,5709 kg/kapita/thn pada tahun 2011. Maka dari itu, penulis merasa tertarik untuk meneliti tentang factor-faktor yang mempengaruhi konsumsi daging ayam tersebut.

Identifikasi Masalah

1. Apakah faktor umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan, harga daging ayam, persepsi, gaya hidup, dan selera mempengaruhi jumlah konsumsi daging ayam?
2. Bagaimana perkembangan harga dan permintaan konsumen terhadap daging ayam di Kota Medan?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah konsumsi daging ayam.
2. Untuk mengetahui perkembangan harga dan permintaan konsumen terhadap daging ayam di Kota Medan.

METODE PENELITIAN

Metode Penentuan Daerah Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive*, yaitu secara sengaja di pasar tradisional yang ada di Kota Medan yaitu Pasar Sei Kambing, dengan pertimbangan pasar ini mempunyai populasi pedagang daging ayam yang banyak di Kota Medan, yaitu sekitar 20 pedagang.

Metode Pengambilan Sampel

Penarikan sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *Accidental Sampling* yaitu pengambilan responden yang merupakan konsumen yang kebetulan berbelanja daging ayam dan konsumen yang mengenal ayam potong di Pasar Sei Kambing. Di dalam 20 pedagang ditetapkan beberapa pedagang tempat konsumen berbelanja daging ayam yang ditentukan secara acak untuk memenuhi besarnya sampel sehingga mencakup menjadi 30 sampel.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung kepada sampel, yaitu konsumen yang sedang berbelanja daging ayam potong dengan menggunakan kuisioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait seperti Kantor PD Pasar Kota Medan, Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Peternakan, BKP Sumut, dan literatur yang mendukung penelitian.

Metode Analisis Data

Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah konsumsi daging ayam dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang diturunkan dengan metode kuadrat terkecil (*Ordinary Least Square/OLS*).

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen dinaik turunkan nilainya. Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2006).

Data yang dibutuhkan adalah jumlah konsumsi konsumen rata-rata per bulan, umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan rata-rata per bulan, dan harga daging ayam. Dimana nilai parameter tersebut selanjutnya akan diduga, sehingga modelnya menjadi:

$$Y = a_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + \mu$$

Dimana:

Y = Jumlah konsumsi daging ayam (kg/bulan)

a = Konstanta/Koefisien Intersep

b₁-b₅ = Koefisien variable regresi

X₁ = Umur (tahun)

X₂ = Tingkat pendidikan (tahun)

X₃ = Jumlah tanggungan (jiwa)

X₄ = Pendapatan (Rp/bln)

X₅ = Harga daging ayam (Rp/kg)

X₆ = Persepsi (1-5 skor)

X₇ = Gaya hidup (1-5skor)

X₈ = Selera (1-5 skor)

μ = Kesalahan pengganggu

Untuk menganalisis perkembangan harga dan permintaan daging ayam di Kota Medan dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif berdasarkan data harga serta konsumsi daging ayam di kota Medan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan/Konsumsi Daging Ayam

Hasil Uji

Dari hasil penelitian terhadap 30 sampel telah ditetapkan beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi daging ayam yang berpengaruh juga terhadap permintaan akan daging ayam ras khususnya di kota Medan yaitu umur (X1), tingkat pendidikan (X2), jumlah tanggungan (X3), pendapatan (X4), harga daging ayam (X5), persepsi (X6), gaya hidup (X7), dan selera (X8). Dari variabel bebas tersebut akan dilihat seberapa besar pengaruhnya

terhadap jumlah konsumsi daging ayam (Y) sebagai variabel dependen (variabel terikat).

Untuk mengetahui hasil Regresi Linier Berganda dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Analisis Regresi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Konsumsi Daging ayam.

Variabel	Koefisien Regresi	Standart Error	T-Hitung	Signifikan
Constant	-7,218	13,009	-0,555	0,585
X ₁ = Umur (tahun)	-0,068	0,062	-1,090	0,288*
X ₂ = Tingkat Pendidikan (tahun)	-0,422	0,184	-2,292	0,032**
X ₃ = Jumlah Tanggungan (jiwa)	0,877	0,328	2,669	0,014**
X ₄ = Pendapatan (Rp/bln)	0,004	0,000	8,299	0,000**
X ₅ = Harga Daging Ayam Potong (Rp/kg)	0,001	0,001	0,666	0,512*
X ₆ = Persepsi (skor)	0,117	0,483	0,241	0,812*
X ₇ = Gaya Hidup (skor)	-0,476	0,497	-0,958	0,349*
X ₈ = Selera (skor)	1,064	0,546	1,949	0,065**
R-Square= 0,858				
F-Hitung= 15.808				0,000 ^a
F-Tabel= 2,42				
T-Tabel= 1,721				
Keterangan : * = tidak nyata				
** = nyata				

Persamaan yang diperoleh dari hasil analisis Tabel 3 adalah :

$$Y = -7,218 - 0,068X_1 - 0,422X_2 + 0,877X_3 + 0,004X_4 + 0,001X_5 + 0,117X_6 - 0,476X_7 + 1,064X_8 + \mu$$

Dari Tabel 1 diketahui nilai R² (R Square) diperoleh sebesar 0,858. Koefisien (indeks) determinasi tersebut menunjukkan informasi bahwa 85,8% konsumsi daging ayam dapat dijelaskan oleh variabel umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan, dan harga daging ayam, atau dengan kata lain sebesar 82,7% kelima variabel tersebut mempengaruhi jumlah konsumsi daging ayam. Sedangkan sisanya 14,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Secara serempak faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah konsumsi daging ayam (umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan, dan

harga daging ayam) memberikan pengaruh yang nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam. Hal ini disimpulkan berdasarkan nilai F -hitung yang didapatkan sebesar $15.808 > F$ -tabel sebesar 2,42.

Secara parsial, variabel umur tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam. Hal ini disimpulkan berdasarkan nilai t -hitung sebesar $(-1,090 < \text{nilai } t\text{-tabel sebesar } 1,721$. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terima H_0 dan tidak terima H_1 . Hal ini terjadi karena di dalam mengkonsumsi daging ayam pada umumnya seluruh kalangan umur bisa mengkonsumsinya, tanpa ada batasan umur sekalipun.

Secara parsial, variabel tingkat pendidikan berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam. Hal ini disimpulkan berdasarkan nilai t -hitung sebesar $(-2,292 > \text{nilai } t\text{-tabel sebesar } 1,721$. Nilai koefisien bertanda negatif $(-)$ menunjukkan jika tingkat pendidikan naik 1 tingkat maka jumlah konsumsi daging ayam akan menurun sebesar 2,911 kg. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terima H_0 dan terima H_1 . Semakin tinggi pengetahuan konsumen maka mereka akan mempertimbangkan nilai gizi terhadap makanan yang dikonsumsinya, konsumen akan lebih memilih daging ayam kampung yang nilai gizinya lebih tinggi dibandingkan daging ayam apabila mereka mempertimbangkan dari sisi nilai gizinya.

Secara parsial, variabel jumlah tanggungan berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam. Hal ini disimpulkan berdasarkan nilai t -hitung sebesar $2,669 > \text{nilai } t\text{-tabel sebesar } 1,721$. Nilai koefisien variabel jumlah tanggungan sebesar 2,669 menunjukkan jika jumlah tanggungan bertambah 1 orang maka jumlah konsumsi daging ayam akan meningkat sebesar 2,669 kg. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terima H_0 dan terima H_1 . Jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi jumlah konsumsi terhadap suatu barang, semakin banyak jumlah tanggungan maka semakin meningkat jumlah suatu barang yang harus dikonsumsi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian.

Secara parsial, variabel pendapatan berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam. Hal ini disimpulkan berdasarkan nilai t -hitung sebesar $8,299 > \text{nilai } t\text{-tabel sebesar } 1,721$. Nilai koefisien variabel pendapatan sebesar 8,299 menunjukkan jika pendapatan meningkat Rp.1.000.000 maka jumlah

konsumsi daging ayam akan meningkat sebesar 8,299 kg. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terima H_0 dan terima H_1 . Pada umumnya semakin tinggi pendapatan maka semakin meningkat pula jumlah kebutuhan yang ingin dipenuhi. Hal ini sesuai terhadap konsumen daging ayam, mereka akan memilih menambah atau lebih sering mengkonsumsi daging ayam apabila pendapatan mereka meningkat.

Secara parsial, variabel harga daging ayam tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam. Hal ini disimpulkan berdasarkan nilai t-hitung sebesar $0,666 <$ nilai t-tabel sebesar 1,721. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terima H_0 dan tidak terima H_1 . Hal ini terjadi karena konsumen tidak mempertimbangkan harga untuk mengkonsumsi daging ayam, mereka mengkonsumsi karena sudah menjadi kebutuhan yang rutin untuk mencukupi selera dan asupan gizi yang terdapat dalam daging ayam.

Secara parsial, variabel persepsi tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam. Hal ini disimpulkan berdasarkan nilai t-hitung sebesar $0,241 <$ nilai t-tabel sebesar 1,721. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terima H_0 dan tidak terima H_1 . Persepsi konsumen terhadap daging ayam, misalnya terhadap manfaat kandungan gizi yang terdapat dalamnya tidak mempengaruhi pilihan konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi daging ayam.

Secara parsial, variabel gaya hidup tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam. Hal ini disimpulkan berdasarkan nilai t-hitung sebesar $(-) 0,958 <$ nilai t-tabel sebesar 1,721. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terima H_0 dan tidak terima H_1 . Gaya hidup untuk pola hidup sehat tidak menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk memilih membeli daging ayam untuk di konsumsi dengan jumlah yang bertambah.

Secara parsial, variabel selera berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam. Hal ini disimpulkan berdasarkan nilai t-hitung sebesar $1,949 >$ nilai t-tabel sebesar 1,721. Nilai koefisien variabel jumlah tanggungan sebesar 1,949 menunjukkan jika selera meningkat maka jumlah konsumsi daging ayam akan meningkat sebesar 1,949 kg. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terima H_0 dan terima H_1 . Pada umumnya hal yang membuat

konsumen selera terhadap daging ayam karena menyukai rasa daging ayam yang enak, sehingga hal ini dapat mempengaruhi terhadap jumlah konsumsi mereka.

Perkembangan Harga dan Permintaan Konsumen Terhadap Daging Ayam Ayam Potong Di Kota Medan

Perkembangan permintaan konsumen daging ayam dapat dilihat dari jumlah rata-rata konsumsi konsumen, jumlah konsumsi daging ayam berbanding lurus terhadap perkembangan permintaan daging ayam itu sendiri. Semakin meningkat jumlah konsumsi maka dapat diasumsikan semakin meningkat pula permintaannya, begitu juga sebaliknya apabila jumlah konsumsi berkurang dapat diasumsikan permintaan akan menurun pula.

Berikut perkembangan harga dan perkembangan konsumsi daging ayam di Kota Medan.

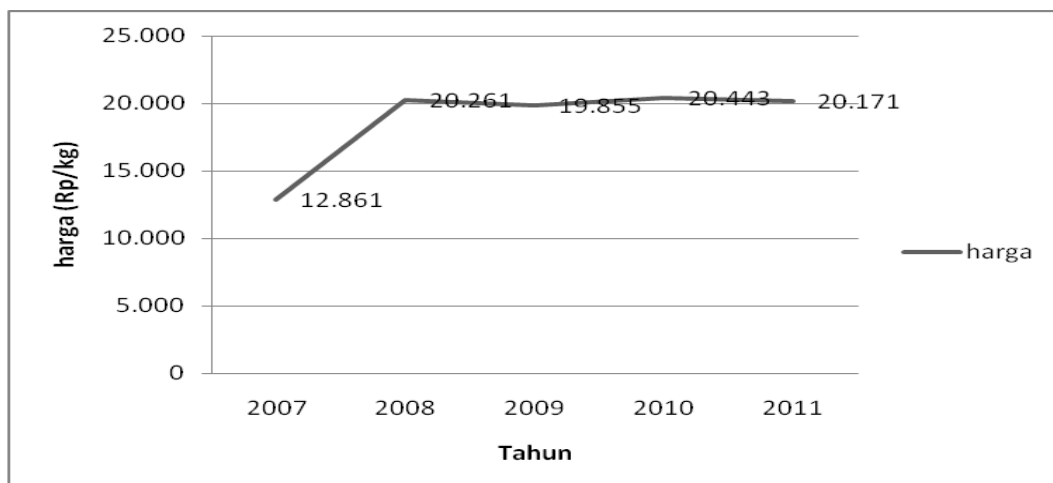
Tabel 2. Perkembangan Harga dan Konsumsi Daging ayam 5 Tahun Terakhir di Kota Medan

Keterangan	Tahun				
	2007	2008	2009	2010	2011
Harga (Rp/Kg)	12.861	20.261	19.855	20.443	20.171
Konsumsi (Kg/Kapita/Thn)	0,5227	0,5182	0,5161	0,5454	0,5709

Dari Tabel 2 diperoleh perkembangan harga dan konsumsi daging ayam saling mengalami fluktuasi, dapat dilihat bahwa peningkatan harga pada tahun 2009-2010 tidak mempengaruhi terhadap jumlah konsumsi yang menurun. Hal ini tidak sesuai dengan teori ekonomi yaitu apabila harga meningkat maka permintaan akan suatu barang akan menurun, hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya harga daging ayam relatif lebih murah disbanding daging ternak ruminansia.

- Perkembangan Harga

Pada Tabel 2 telah dijelaskan bawah harga daging ayam mengalami fluktuasi atau mengalami kenaikan dan penurunan tiap tahunnya. Secara grafik dapat dijelaskan sebagai berikut.

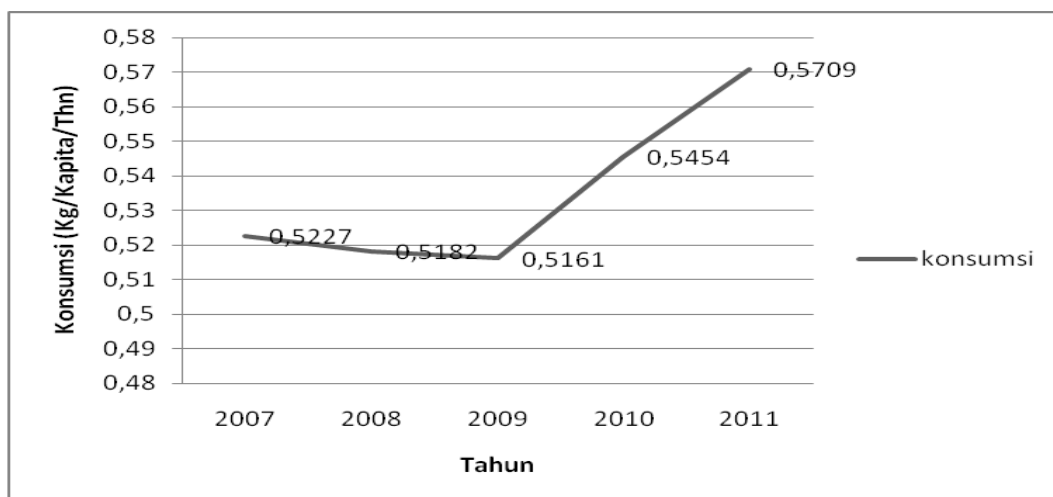


Gambar 1. Perkembangan Harga Daging ayam di Kota Medan

Pada Gambar 1 dapat dilihat bahwa pada tahun 2007 harga rata-rata daging ayam berada pada titik terendah yaitu pada harga Rp 12.861, sedangkan harga rata-rata tertinggi yaitu pada tahun 2010 sebesar Rp 20.443. Selanjutnya pada tahun 2008, 2009, sampai 2011 mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak terlalu pesat.

- Perkembangan Permintaan

Seperti telah dijelaskan sebelumnya, jumlah konsumsi berbanding lurus dengan permintaan daging ayam. Tidak jauh berbeda dengan harga, permintaan akan daging ayam juga berfluktuasi..



Gambar 2. Perkembangan Konsumsi Daging ayam di Kota Medan

Dapat dijelaskan bahwa mulai tahun 2007 sampai 2009 jumlah rata-rata konsumsi daging ayam terus mengalami penurunan yaitu 0,5227 kg/kapita/tahun pada tahun 2007 hingga mencapai titik terendah selama 5 tahun terakhir yaitu sebesar 0,5161 kg/kapita/tahun pada tahun 2009. Dari tahun 2009 hingga 2011

jumlah konsumsi daging ayam terus mengalami peningkatan hingga pada titik tertinggi selama 5 tahun terakhir yaitu sebesar 0,5709 kg/kapita/tahun. Dapat disimpulkan bahwa permintaan daging ayam meningkat selama 3 tahun terakhir.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Secara serempak menunjukkan bahwa dari keseluruhan variabel bebas memberikan pengaruh yang nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam. Secara parsial variabel tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan, dan selera berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam, sedangkan pada variabel umur, harga daging ayam, persepsi, dan gaya hidup tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam.
2. Perkembangan harga daging ayam berfluktuasi setiap tahunnya, sedangkan perkembangan permintaan daging ayam menurun dari tahun 2007 sampai 2009, tetapi terus meningkat selama 3 tahun terakhir yaitu tahun 2009 sampai 2011.

Saran

1. Di dalam membeli dan mengkonsumsi daging ayam konsumen harus mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi mereka terhadap jumlah konsumsi, sehingga mereka bisa mencapai tingkat kepuasan yang optimum di dalam membeli dan mengkonsumsi suatu produk/barang.
2. Sebaiknya pedagang melihat kesempatan untuk memasarkan daging ayam dari faktor-faktor perilaku konsumen, dan tidak menetapkan harga diatas harga yang telah ditetapkan oleh pemerintah.
3. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap konsumsi daging ternak lainnya, baik itu ayam kampung maupun ternak ruminansia. Serta bagaimana prospek usaha ternak masing-masing komoditi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar. 2008. *Standarisasi Rumah Potong Ayam (RPA) “Tradisional” dan Penerapan HACCP dalam Proses Pematangan Ayam di Indonesia*. (<http://www.bsn.or.id>). Dikutip pada tanggal 20-05-2012.
- Anita, S dan Wage Widagdo. 2011. *Budidaya Ayam Chicken 28 Hari Panen*. Yogyakarta: Pinang Merah.
- Setyono, D. J dan Maria Ulfah. 2011. *7 Jurus Sukses Menjadi Peternak Ayam Ras Pedaging*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Simamora, B. 2008. *Paduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2006. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.