

**PREFERENSI KONSUMEN RUMAH TANGGA
TERHADAP DAGING AYAM BROILER
DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Oleh :

DONI EKA PUTRA

02 164 048



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2008**

PREFERENSI KONSUMEN RUMAH TANGGA TERHADAP DAGING AYAM BROILER DI KOTA PADANG

**Doni Eka Putra, di bawah bimbingan
Dr. Ir. H. Jafrinur, MSP dan Ir. Indira Adnani, MS
Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan Jurusan Produksi Ternak
Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang 2008**

ABSTRAK

Penelitian dengan judul "Preferensi Konsumen Rumah Tangga terhadap Daging Ayam Broiler di Kota Padang" dilaksanakan dari tanggal 2 April s/d 2 Mei 2008. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi konsumen rumah tangga terhadap daging ayam broiler dilihat dari pola konsumsinya dan untuk mengetahui alasan konsumen rumah tangga menyukai daging ayam broiler di kota Padang.

Metode yang dipakai adalah metode survei. Responden penelitian ini adalah konsumen rumah tangga daging ayam broiler yang membeli broiler pada tiga pasar yaitu, pasar Raya Padang, pasar Bandar Buat dan pasar Lubuk Buaya. Pendekatan analisis yang digunakan adalah analisis Deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen rumah tangga terhadap daging ayam broiler dilihat dari pola konsumsinya, yaitu : jenis potongan yang disukai konsumen rumah tangga adalah potong 12 sebesar 50%. Frekuensi pembelian daging ayam dalam sebulan adalah 3 – 4 kali sebesar 46,75%. Jumlah daging ayam yang diasa dibeli setiap kali membeli adalah satu ekor sebesar 95%. Ukuran ayam broiler yang biasa dibeli konsumen rumah tangga adalah ukuran 1,2 – 1,5 kg sebesar 48,75%. Responden yang semua anggota keluarganya menyukai daging ayam broiler adalah sebesar 77,5%. Alasan utama konsumen rumah tangga menyukai daging ayam broiler adalah karena harga yang terjangkau sebesar 60%.

Kata kunci : Preferensi konsumen rumah tangga, daging ayam broiler, kota Padang

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peningkatan jumlah penduduk disatu sisi dan pendapatan perkapita penduduk disisi lain menyebabkan kebutuhan bahan makanan untuk rumah tangga meningkat pula, baik berupa makanan yang mengandung karbohidrat maupun protein.

Kebutuhan untuk karbohidrat sudah terpenuhi karena sesuai dengan perkembangan ekonomi masyarakat sebagian besar konsumsi pangan didominasi oleh kebutuhan karbohidrat khususnya beras dan umbi-umbian. Sedangkan kebutuhan untuk protein sangat sedikit khususnya yang berasal dari protein hewani seperti daging, telur, susu dan ikan. Hasil penelitian Jafrinur (2006) dari rata-rata pengeluaran pangan Rp. 792.552,40 per bulan, rata-rata rumahtangga di Sumatera Barat hanya menyisihkan 2,44% atau Rp. 19.310,62 untuk konsumsi daging.

Salah satu bahan makanan yang menghasilkan protein hewani diantaranya adalah daging. Daging dapat dihasilkan dari komoditi ternak baik yang berasal dari ternak besar, ternak kecil maupun unggas. Daging ayam khususnya daging ayam broiler memberikan sumbangan yang sangat berarti dalam memenuhi kebutuhan protein hewani.

Priyatno (1996) mengatakan konsumsi ayam meningkat paling pesat dibandingkan dengan daging sapi, kambing ataupun babi. Beberapa alasan yang menyebabkan kebutuhan daging ayam mengalami peningkatan yang cukup pesat adalah sebagai berikut :

1. Daging ayam relatif murah dibandingkan dengan daging lainnya.
2. Daging ayam lebih baik dari segi kesehatan karena mengandung sedikit lemak dan kaya protein bila dibandingkan dengan sapi, kambing dan babi.
3. Tidak ada agama apapun yang melarang umatnya untuk mengonsumsi daging ayam.
4. Daging ayam mempunyai rasa yang dapat diterima semua golongan masyarakat dan semua umur.
5. Daging ayam cukup mudah diolah menjadi produk olahan yang bernilai tinggi, mudah disimpan dan mudah dikonsumsi.

Menurut data dari Dinas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan kota Padang (2007) selama periode 2002-2006 konsumsi masyarakat terhadap daging ayam broiler memberikan kontribusi terbesar dibandingkan dengan daging lainnya (daging sapi, daging kerbau, daging ayam kampung, daging unggas lainnya).

Tabel 1. Peningkatan konsumsi daging ayam broiler di kota Padang

Tahun	jumlah konsumsi/tahun(ton)
2002	1.715,45
2003	1.715,50
2004	2.281,73
2005	2.163,24
2006	2.229,46

Sumber : Dinas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan Kota Padang

Pada tabel 1 diatas terlihat bahwa pada tahun 2003 di kota Padang terjadi peningkatan konsumsi daging ayam broiler sebesar 0,5 ton (0,02%), tahun 2004 meningkat sebesar 33%, tahun 2005 terjadi penurunan konsumsi daging ayam broiler sebesar 5,19%. Penurunan ini terjadi karena pada tahun 2005 masyarakat diresahkan oleh kasus flu burung yang terjadi di beberapa daerah Kabupaten dan

kota di Sumatera Barat sehingga masyarakat lebih berhati-hati dalam membeli dan mengurangi konsumsi ayam broiler. Tahun 2006 terjadi kembali peningkatan konsumsi daging ayam broiler sebesar 3,06% sehingga rata-rata peningkatan konsumsi daging ayam broiler dalam periode tahun 2002 - 2006 adalah sebesar 7,72%/ tahun.

Tingkat pendidikan dan pendapatan masyarakat di wilayah perkotaan dan perdesaan tidaklah sama. Itulah sebabnya keinginan masing-masing wilayah itu menjadi berbeda. Di wilayah perkotaan, minat dan keinginan terhadap sesuatu produk akan lebih besar dibanding dengan di wilayah perdesaan. Jadi, di wilayah perkotaan itulah pembelinya semakin kritis memilih produk sesuai keinginan mereka. Selera memang membudaya di masyarakat kita dan perubahannya sangat lambat. Selera makan daging ayam kampung misalnya tetap lestari hingga kini. Namun, kalangan remaja dan kaum yang tidak pernah mengalami masa kejayaan ayam kampung telah terbiasa dengan daging ayam ras yang empuk. Mereka enggan makan daging ayam kampung yang keras. Hal inilah yang mempengaruhi preferensi konsumen.

Jika kualitas produk yang dihasilkan meningkat maka nilai jual produk tersebut diharapkan akan meningkat pula. Peningkatan kualitas produk diharapkan juga dapat meningkatkan pangsa pasarnya sehingga dapat diterima di pasar-pasar swalayan, toko-toko daging, hotel, dan restoran. (Priyatno,1996).

Keberadaan konsumen yang sangat penting menyebabkan produsen harus benar-benar berorientasi pada konsumen, dengan kata lain produsen harus mengetahui kebutuhan dan kesukaan konsumen.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Preferensi konsumen rumah tangga terhadap daging ayam broiler dilihat dari pola konsumsinya yaitu : jenis potongan ayam broiler yang disukai konsumen rumah tangga adalah potong 12 sebesar 50%. Berdasarkan frekuensi pembelian dalam sebulan adalah 3 – 4 kali 43,75%. Berdasarkan jumlah daging ayam yang biasa dibeli setiap kali membeli satu ekor ayam yaitu sebesar 95%. Ukuran ayam yang biasa dibeli konsumen rumah tangga adalah ukuran 1,2 – 1,5 kg sebesar 48,75%. Responden yang semua anggota keluarganya menyukai daging ayam broiler adalah 77,5%.
2. Alasan utama konsumen rumah tangga menyukai daging ayam broiler adalah karena harga yang terjangkau sebesar 60%.

B. Saran

1. Peternak ayam broiler diharapkan lebih memperhatikan selera konsumen rumahtangga dan dapat memproduksi lebih banyak ayam dengan berat 1,2 – 1,5 kg karena berat 1,2-1,5 kg lebih disukai konsumen rumah tangga.

DAFTAR PUSTAKA

- AAK. 1986. *Beternak Ayam Ras Pedaging*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Almatsier. 2003. *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. PT. Gramedia, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2005. *Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Sumbar, Hasil Susenas 2005*. BPS Propinsi Sumatera Barat, Padang.
- Direktorat Jenderal Bina Kesehatan Masyarakat. 2003. *Pedoman Umum Gizi Seimbang (Panduan Untuk Petugas)*. Departemen Kesehatan, Jakarta.
- Hardinsyah, DM. 1992. *Gizi Terapan*. IPB, Bogor.
- Jafrinur. 2006. *Perilaku Konsumen Rumah tangga dalam Mengonsumsi Daging (Kasus Propinsi Sumatera Barat)*. Disertasi. Universitas Padjajaran, Bandung.
- Kotler, P dan A. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga, Jakarta
- Murtidjo, B. 1989. *Pedoman Beternak Ayam Broiler*. Yayasan Kanisius, Jakarta.
- Nurjannah, E. 2000. *Analisis Karakteristis Konsumen dan Pola konsumsi Sereal Sarapan*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Peter, J.P. dan J.C. Olson. 1996. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Erlangga, Jakarta.
- Priyatno, M. 1996. *Mendirikan Usaha Pemotongan Ayam*. Penebar Swadaya, Bogor.
- Rasyaf, M. 2000. *Beternak Ayam Pedaging*. Swadaya, Bogor.
- Sayogyo. 1994. *Menuju Gizi yang Merata Baik di Pedesaan dan di Kota*. Gajahmada University Press, Yogyakarta.
- Sanjur, D. 1982. *Social and Cultur Prospection in Nutrion*. Engelwood Cliff, Prentice Hall, New Jersey.
- Sediaoetama, A. D. 1993. *Ilmu Gizi*. Jilid I. Dian Rakyat, Jakarta.
- Soekartawi. 1987. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Cetakan I. Penerbit Rajawal, Jakarta.