PERILAKU KONSUMEN RUMAH TANGGA DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN DAGING AYAM BROILER DI KENAGARIAN TIKU SELATAN KECAMATAN TANJUNG MUTIARA KABUPATEN AGAM.

SKRIPSI

Oleh :

ELSA ANDRIAN

04 164 007

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL UNIVERSITAS ANDALAS UPT PERPUSTAKAAN

FAKULTAS PETERNAKAN

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG, 2009

PERILAKU KONSUMEN RUMAH TANGGA DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN DAGING AYAM BROILER DI KENAGARIAN TIKU SELATAN KECAMATAN TANJUNG MUTIARA KABUPATEN AGAM

Elsa Andrian, dibawah bimbingan
Prof.Dr.Ir Asdi Agustar, MSc dan Rahmi Wati, S.Pt, MSi
Program Studi Sosial Ekonomi Jurusan Produksi Ternak Fakultas Peternakan
Universitas Andalas Padang, 2009

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen rumah tangga dalam melakukan pembelian daging ayam broiler, karakteristik pembelian daging ayam broiler oleh konsumen rumah tangga dan hal-hal yang menjadi pertimbangan konsumen rumah tangga dalam melakukan pembelian daging ayam broiler di Kenagarian Tiku Selatan Kecamatan Tanjung Mutiara Kabupaten Agam. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei dengan jumlah responden 92 orang. Hasil penelitian yang didapatkan adalah bahwa umur konsumen rumah tangga yang paling banyak adalah kelompok umur 40-60 tahun (57,61%), tingkat pendidikan ibu rumah tangga sangat bervariasi mulai dari SD–S2 dengan persentase paling banyak untuk masing-masing tingkatan pendidikan adalah SMA sebesar 26,08%. Sebanyak 64,13% dari ibu rumah tangga bekerja, baik sebagai pegawai negri sipil, pegawai swasta, tani, wiraswasta/berdagang. Jumlah kelompok pendapatan ≥Rp 1.000.000 yaitu sebanyak 51 orang (55,43%). Karakteristik pembelian daging ayam broiler oleh konsumen rumah tangga di Kenagarian Tiku Selatan adalah untuk frekuensi pembelian yang paling banyak 1- 2 kali per bulan (58,70%), waktu pembelian daging ayam broiler yang diminati oleh konsumen rumah tangga yaitu pada siang hari yaitu sekitar jam 11.30 – 15.00 WIB (59,78%), tempat pembelian daging ayam broiler yang paling diminati adalah di pasar 100%, dan jumlah konsumsi lebih dari 2 ekor sebesar 41,3%. Dalam pengambilan keputusan pembelian yang menjadikan harga sebagai bahan pertimbangan adalah sebanyak 82,6%, kualitas ayam broiler sebanyak 96,74% kemudian pelayanan sebesar 75% selanjutnya tempat/lokasi pembelian sebanyak 93,48%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian adalah kualitas ayam broiler dan lokasi pembelian daging ayam broiler.

Kata kunci : perilaku, karakteristik, daging ayam broiler

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang masalah

Sejalan dengan semakin meningkatnya tingkat pendidikan atau pengetahuan masyarakat membawa dampak pada semakin meningkatnya kesadaran akan pentingnya gizi yang pada gilirannya akan membentuk pola konsumsi protein hewani seperti susu, telur, dan daging.

Wilayah pesisir merupakan kawasan pembangunan yang penting karena sekitar 60% dari masyarakat Indonesia bermukim di kawasan pesisir (Dahuri, 2002). Daerahnya relatif subur dan mobilitas penduduk relatif lancar melalui sungai dan perairan pantai. Wilayah pesisir dan lautan yang terdiri atas daratan dan perairan pesisir sangat penting artinya bagi bangsa dan ekonomi Indonesia. Di wilayah ini, bukan hanya terkandung sumber bahan pangan yang diusahakan melalui kegiatan perikanan dan pertanian, namun juga berbagai jenis sumber daya alam dan jasa lingkungan (Dahuri *et al*. 1996). Usaha pertanian pesisir (termasuk peternakan pesisir) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat dikembangkan di kawasan pesisir.

Sumber daya wilayah pesisir yang dimanfaatkan oleh masyarakat pesisir adalah sumber daya perikanan laut. Berbagai keperluan masyarakat pesisir terhadap sumber daya perikanan laut yaitu sebagai sumber mata pencaharian sebagian besar masyarakat pesisir dan sekaligus sebagai bahan makanan utama khususnya ikan yang menyediakan protein hewani serta berbagai aktivitas budidaya kelautan seperti tambak ikan, udang dan kerang. Di kawasan pesisir berkembang pusat-pusat pemukiman penduduk, pusat perdagangan dan kawasan

industri. Selanjutnya kawasan pesisir merupakan kantong kemiskinan, karena sekitar 60% masyarakat miskin bermukim di kawasan pesisir.

Pengembangan peternakan di wilayah pesisir merupakan salah satu bentuk usaha yang bermanfaat. Ternak dapat diusahakan untuk mengentaskan kemiskinan masyarakat pesisir. Selain menghasilkan bahan pangan hewani (daging, susu dan telur), ternak merupakan aset biologis (plasma nutfah), sumber pendapatan, sumber tenaga, tabungan hidup, penghasil biogas dan pupuk organik. Ternak adalah "pabrik" protein hewani yang diperlukan untuk pertumbuhan, kecerdasan dan kesehatan manusia (Rusfidra, 2007).

Kebutuhan akan bahan pangan hewani semakin hari semakin meningkat. Hal itu seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk, tingkat pendapatan, kesadaran gizi dan kualitas hidup masyarakat. Daging, telur dan susu merupakan bahan makanan yang penting, karena bahan makanan tersebut merupakan bahan makanan yang mengandung nilai gizi tinggi seperti protein. Bahan makanan seperti daging, susu, telur, tidak semua orang bisa menikmatinya, karena harga bahan makanan cukup tinggi. Hanya masyarakat yang berpenghasilan tinggi yang dapat mengkonsumsi daging, susu, telur secara teratur.

Kabupaten Agam memiliki 16 Kecamatan, dari 16 Kecamatan tersebut Kecamatan Tanjung Mutiara merupakan satu-satunya Kecamatan yang berada pada daerah pesisir dengan jumlah penduduk 26.037 jiwa. Selain itu Kecamatan Tanjung Mutiara merupakan sentra penghasil ikan di Kabupaten Agam dan sebagian besar masyarakatnya bermata pencaharian sebagai nelayan sebanyak 1.734 orang dan nelayan sambilan sebanyak 221 orang, dengan produksi ikan pada tahun 2007 sebanyak 5.181,02 ton per tahun (BPS, 2008). Dan dari

V. KESIMPULAN

A. KESIMPULAN

1. Karakteristik konsumen rumah tangga yang melakukan pembelian daging ayam broiler adalah kelompok umur konsumen yang paling banyak adalah 40 - 60 tahun (57,61%). Tingkat pendidikan ibu rumah tangga sangat bervariasi mulai dari SD-S2 dengan persentase terbanyak untuk masing-masing tingkat pendidikan adalah SMA yaitu sebanyak 26,08%. Pekerjaan konsumen adalah ibu rumah tangga yang bekerja yaitu sebanyak 64,13%. Jumlah pendapatan responden pada kelompok pendapatan ≥1000.000 adalah sebanyak 51 orang (44,57%).
2. Karakteristik pembelian daging ayam broiler oleh konsumen rumah tangga di Kenagarian Tiku Selatan adalah untuk frekuensi pembelian yang paling banyak 1- 2 kali per bulan (58,70%), waktu pembelian daging ayam broiler yang diminati oleh konsumen rumah tangga adalah pada siang hari yaitu sekitar jam 11.30 – 15.00 WIB (59,78%), tempat membelian daging ayam broiler yang paling diminati adalah di pasar 100%, dengan jumlah konsumsi lebih dari 2 ekor dalam 1 bulan adalah sebesar 41,3%.
3. Dalam pengambilan keputusan yang menjadi pertimbangan konsumen adalah pembelian daging ayam broiler dengan harga yaitu sebanyak 82,6%, kualitas ayam broiler menjadi pertimbangan yang paling besar sebanyak 96,74% kemudian pelayanan sebesar 75% selanjutnya tempat/lokasi pembelian sebanyak 93,48%.

DAFTAR PUSTAKA

Anas, M. S. 2008. Pola Konsumsi Daging Ayam Broiler pada Rumah Tangga di Kecamatan IV Jurai Kabupaten Pesisir Selatan. Skripsi, Fakultas Peternakan Universitas Andalas, Padang.

BPS Sumatera Barat. 2008. Agam Dalam Angka 2008. Badan Pusat Statistik. Propinsi Sumatera Barat.

Dahuri, R., S. P. Ginting., J. Rais, dan M. J. Sitepu. 1996. Pengelolaan Sumberdaya Wilayah Pesisir dan Lautan secara Terpadu. Jakarta: Pradnya Paramita.

Dahuri, R. 2002. Keanekaragaman Hayati Laut Aset Pembangunan Berkelanjutan Indonesia. Jakarta: Gramedia.

Engel, James F. Roger D, Blackwell dan Paul Miniard. 1994 Perilaku konsumen, Edisi 6, Bina Rupa Aksara, Jakarta.

Hamidah. 2004. Perilaku konsumen dan Tindakan Pemasaran. Sumatera Utara : http//www.google.com/11/02/2009.

Hartono, A. H. S. 2001. Beternak Ayam Pedaging. CV. Gunung Mas, Pekalonga.

Jafrinur. 2006. Perilaku Konsumen Rumah Tangga Dalam Mengkonsumsi Daging, Kasus Propinsi Sumatera Barat. Disertai Program Pascasarjana Universitas Andalas, Bandung.

Kanisius, A. A. 1986. Beternak ayam. Kanisius, Yogyakarta.

Kartasudjana, R dan Suprijatna, E. 2006. Manajemen Ternak Unggas. Penebar swadaya, Jakarta.

Kotler, P dan G. Amstrong. 1997. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi III. Jilid I Prenhallindo, Jakarta.

———. 1994. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.

———. 2002. Manajemen Pemasaan. Jilid I. Edisi Kesepuluh. Prenhallindo, Jakarta.

Mowen, J. C dan Minor. M. 2002. Perilaku Konsumen. Jilid II. Edisi Kelima. Erlangga, Jakarta.

Priyatno, M. A. 1999. Mendirikan Usaha Pemotongan Ayam. Penebar Swadaya, Jakarta.

Rasyaf, M. 2003. Beternak Ayam Pedaging. PT. Penebar Swadaya, Jakarta.