

PERMINTAAN DAGING AYAM RAS PEDAGING PADA RUMAH MAKAN DI KECAMATAN PARIGI KABUPATEN PARIGI MOUTONG

Afandi, Yudi Mujayin, Muhamad Azim

Program Studi Peternakan, Fakultas Peternakan dan Perikanan Universitas Tadulako, Palu

Email: fandy_daus@yahoo.com; Email: ytangahu@yahoo.co.id

ABSTRACT

Broiler is one of animal food sources which is widely used as an alternative meat that much preferred by various community because it has a variety of benefits when compared to other sources of animal food. Parigi District has several supermarkets and traditional markets that provide broiler meat for restaurant needs. This research aimed to determine the influencing factors of demand as well as broiler meat demand by restaurant consumers and restaurant itself in the District of Parigi. The research was conducted in September-November 2013. Sampling is applied with multilevel cluster sampling (incidental multistage sampling). The samples taken at 30 restaurants and 132 restaurant consumers and designed using the survey method. Analysis of data using descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The results of the study showed that the average demand for broiler meat in the restaurant achieved 83.167 g or 83,2 kg/month and by restaurant consumers was 5,613 g/month or a total of 5,6 kg/month. Revenue of restaurant owners and the number of food consumers had positive effect on the broiler meat demand of restaurants in the District of Parigi Moutong. The price of meat food menu and others had negative influence on broiler meat demand by restaurant consumers, whereas the consumer income and the consumer spending per month had positive affected for broiler meat demand by restaurant consumers in the District of Parigi Moutong.

Key words: *broiler meat, demand, restaurant*

ABSTRAK

Ayam ras pedaging merupakan sumber pangan hewani yang banyak digunakan sebagai salah satu alternatif penyediaan daging yang banyak disukai oleh berbagai kalangan masyarakat karena memiliki beberapa keistimewaan jika dibandingkan dengan sumber pangan asal hewani lainnya. Kecamatan Parigi memiliki beberapa pasar swalayan dan pasar tradisional yang menyediakan daging ayam ras pedaging untuk kebutuhan rumah makan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah dan besarnya permintaan daging ayam ras pedaging oleh rumah makan dan konsumen rumah makan di Kecamatan Parigi. Penelitian dilaksanakan pada bulan September sampai Nopember 2013. Pengambilan sampel dilakukan dengan pengambilan contoh kelompok bertingkat (*multistage insidental sampling*). Sampel yang diambil sebanyak 30 rumah makan dan 132 konsumen rumah makan. Desain penelitian yang digunakan adalah metode survei. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa rata-rata permintaan daging ayam ras pedaging pada rumah makan adalah 83.167 g atau sebesar 83,2 kg/bulan dan rata-rata permintaan daging ayam ras pedaging oleh konsumen rumah makan adalah 5.613 g per bulan atau sebesar 5,6 kg per bulan. Pendapatan pemilik rumah makan dan jumlah konsumen rumah makan berpengaruh positif terhadap permintaan daging ayam ras pedaging di rumah makan di Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong. Harga menu makanan daging dan harga menu makan lain berpengaruh negatif terhadap permintaan daging ayam ras pedaging oleh konsumen rumah makan, sedangkan pendapatan konsumen per bulan dan pengeluaran konsumen per bulan berpengaruh

positif terhadap permintaan daging ayam ras pedaging oleh konsumen rumah makan di Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong.

Kata kunci: *daging ayam ras pedaging, permintaan, rumah makan*

PENDAHULUAN

Daging merupakan bahan pangan yang penting dalam memenuhi kebutuhan gizi. Mutu protein daging cukup tinggi dan terdapat pula kandungan asam amino esensial yang lengkap dan seimbang. Komponen utama daging adalah lemak, protein, abu dan air (Khatimah, 2000). Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar ke empat di dunia memiliki tingkat konsumsi protein yang masih relatif rendah dibanding negara lain, terutama dari daging (Badan Penelitian Pengembangan Pertanian, 2005).

Permintaan produk peternakan oleh penduduk Indonesia dapat dilihat dari tingkat konsumsi masing-masing produk tersebut yaitu konsumsi protein hewani asal ternak/kapita/ hari penduduk Indonesia tahun 2005 sebesar 160,62 gram untuk daging 103,51 gram. (Direktorat Jenderal Peternakan, 2006). Di sisi lain, Indonesia dengan jumlah penduduk yang mencapai 237,6 juta orang dengan tingkat pertumbuhan populasi 1,01 % per tahun, merupakan target pasar potensial yang di minati oleh banyak negara produsen pangan di dunia termasuk produk pangan peternakan.

Daging, susu dan telur adalah produk pangan asal ternak yang sangat penting dalam memenuhi gizi dan mencerdaskan masyarakat, di samping itu juga adalah sebagai komoditas ekonomi yang strategis. Daging asal ternak diperoleh dari berbagai sumber yaitu (i) unggas, (ii) ruminansia besar, (iii) ruminansia kecil dan (iv) ternak lain. Sementara itu susu diperoleh dari ruminansia besar dan ruminansia kecil, dan telur diperoleh dari unggas (Talib,dkk, 2007).

Salah satu tempat permintaan daging ayam ras pedaging juga terdapat di rumah makan, Hasil kajian LSPPI (Lembaga Studi Pengembangan Peternakan Indonesia), permintaan daging nasional dilihat dari jumlah penduduk Indonesia 235 juta, yakni 1,82 juta ton per tahun. Hal ini mengacu pada perhitungan kebutuhan daging 7,75 kg per kapita per tahun. Proporsi permintaan daging sapi di Indonesia, antara lain 40% untuk rumah

tangga, 30% untuk industri, dan 30% untuk pasar (hotel, rumah makan).

Rumah Makan adalah setiap usaha komersial yang lingkup kegiatannya menyediakan hidangan dan minuman untuk umum di tempat usahanya, termasuk cafeteria, kantin, warteg, dan lain sebagainya. Badan Pusat Statistik Indonesia (2003) melaporkan bahwa restoran/rumah makan /warung makan adalah jenis usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan tetap (tidak berpindah-pindah), yang menyajikan dan menjual pangan dan minuman di tempat usahanya baik dilengkapi maupun tidak dengan perlengkapan dan peralatan untuk proses pembuatan maupun penyimpanan dan belum mendapatkan izin dan surat keputusan dari instansi yang membinanya.

BAHAN DAN METODE

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Parigi, Kabupten Parigi Moutong, pada bulan September sampai Oktober 2013.

Penelitian ini difokuskan kepada pemilik dan konsumen rumah makan yang datang untuk membeli makanan bersumber dari daging ayam ras pedaging yang tersedia pada setiap rumah makan di Kecamatan Parigi. Lebih spesifik lagi, sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 30 rumah makan dan 132 konsumen rumah makan yang ada di Kecamatan Parigi, Kabupaten Parigi Moutong.

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik rumah makan, karakteristik perilaku belanja dan konsumsi daging ayam ras pedaging. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging ayam ras pedaging di gunakan analisis regresi linier berganda (Gujarati, 2003). Model persamaan permintan daging ayam ras pedaging di rumah makan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

- Y = Jumlah permintaan daging ayam ras pedaging (g/bulan)
 a = Konstanta
 $\beta_1 - \beta_5$ = Koefisien regresi variabel bebas
 X_1 = Harga daging ayam ras pedaging (Rp/kg)
 X_2 = Harga telur (Rp/kg)
 X_3 = Jumlah pendapatan pemilik rumah makan (Rp/bulan)
 X_4 = Jumlah konsumen rumah makan/bulan
 X_5 = Tingkat Pendidikan pemilik rumah makan
 E = Error

Model persamaan permintaan daging ayam ras pedaging oleh konsumen di rumah makan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \text{dan } d_1 D_1 + e$$

Keterangan :

- Y = Jumlah permintaan daging ayam ras pedaging (g/bulan)
 A = Konstanta
 $\beta_1 - \beta_5$ = Koefisien regresi variabel bebas
 X_1 = Harga menu makanan daging ayam ras pedaging (Rp/porsi)
 X_2 = Harga menu makanan lain (Rp/porsi)
 X_3 = Jumlah pendapatan konsumen (Rp/bulan)
 X_4 = Jumlah pengeluaran konsumen (Rp/bulan)
 X_5 = Tingkat Pendidikan konsumen
 Dt = Dummy Tingkat kesukaan konsumen (0= kurang suka- 1= suka)
 e = Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging di Rumah Makan.

Hasil analisis regresi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pada rumah makan terhadap daging ayam ras

pedaging di Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong tertera pada Tabel 1.

Tabel 1. Koevisien penduga fungsi permintaan daging ayam ras pedaging oleh rumah makan di Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong 2013.

Variabel	Koevisien	T, Rasio	Prob
Permintaan daging ayam ras pedaging (Y)	40268,164	0,631	0,534 ns
Harga daging ayam ras pedaging/kg (X_1)	-2,172	-1,210	0,238 ns
Harga telur/kg (X_2)	+0,221	0,198	0,845 ns
Pendapatan pemilik RM/bulan (X_3)	+0,015	5,367	0,000*
Jumlah konsumen/bulan (X_4)	+363,368	5,542	0,000*
Tingkat pendidikan pemilik RM (X_5)	+558,010	0,398	0,694 ns
R-square	0,929		
Adjusted R-square	0,915		
F-statistik	63,164		
Prop. (F-statistik)	0,000		
Durbin-Wiston	1,828		

Sumber: Analisis data primer, 2013

Ket : * : Signifikan pada tingkat kepercayaan 99% (α 0,01)

ns : Tidak signifikan

Hasil Analisis menunjukkan bahwa dari keseluruhan variabel, jumlah permintaan daging ayam ras pedaging/bulan, harga daging ayam ras pedaging/kg, harga telur/kg, pendapatan pemilik rumah makan/bulan, jumlah konsumen rumah makan, tingkat pendidikan pemilik rumah makan, yang berpengaruh positif terhadap permintaan daging di rumah makan hanya 2 variabel yaitu pendapatan pemilik rumah makan dan jumlah konsumen rumah makan.

Hasil analisis permintaan daging ayam ras pedaging pada rumah makan di Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong memperlihatkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,915. Angka ini menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan mampu menjelaskan variabel dependen (permintaan daging ayam ras pedaging) sebesar 91,5%, sedangkan sisanya 8,5% dijelaskan di luar model.

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis regresi di peroleh nilai F_{hitung} 63,164 lebih besar dari nilai F_{tabel} (2,797) dengan probabilitas signifikan (sig) = 0,000_a. Nilai F_{hitung} (63,164) lebih besar dari nilai F_{tabel} (2,797) dengan nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas atau nilai 0,000_a

$< 0,01$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti jumlah permintaan daging ayam ras pedaging, harga menu makanan dan jumlah pendapatan konsumen perbulan secara bersama-sama berpengaruh sangat nyata ($P < 0,01$) terhadap permintaan daging ayam ras pedaging pada rumah makan di Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong.

Hasil analisis regresi permintaan daging ayam ras pedaging pada rumah makan ada (2) variabel independen berpengaruh nyata ($P < 0,05$) terhadap variabel dependen yaitu, pendapatan pemilik rumah makan dan jumlah konsumen rumah makan. Variabel independen yang tidak berpengaruh nyata pada variabel dependen adalah harga daging ayam ras pedaging, harga telur, tingkat pendidikan pemilik rumah makan.

A. Harga daging ayam ras pedaging

Harga daging ayam ras pedaging tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan daging ayam ras pedaging pada rumah makan, hal ini disebabkan nilai probabilitas 0,238 lebih besar dari α 0,01% maka H_0 di tolak, artinya tinggi rendahnya harga daging ayam ras pedaging tidak berpengaruh terhadap jumlah permintaan daging ayam ras pedaging. Harga menu makanan daging ayam ras pedaging mempunyai kontribusi 6,22% yang ditunjukkan oleh nilai Beta (*Standardized Coefficient*) sebesar -0,071

B. Harga telur

Harga telur tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan daging ayam ras pedaging pada rumah makan, hal ini disebabkan nilai probabilitas 0,845 lebih besar dari α 0,01% maka H_0 di tolak, artinya tinggi rendahnya harga telur tidak berpengaruh terhadap jumlah permintaan daging ayam ras pedaging. Harga telur mempunyai kontribusi 0,96% yang ditunjukkan oleh nilai Beta (*Standardized Coefficient*) sebesar 0,011

C. Jumlah pendapatan pemilik rumah makan

Jumlah pendapatan pemilik rumah makan berpengaruh nyata ($P < 0,05$) terhadap permintaan daging pada tingkat kepercayaan 99%, koefisien variabel pendapatan pemilik rumah makan (0,015) bermakna setiap penambahan Rp 1 jumlah pendapatan pemilik rumah makan akan menaikkan permintaan daging ayam ras pedaging sebesar 0,015 g. Jumlah pendapatan pemilik rumah makan mempunyai kontribusi

46,01% yang ditunjukkan nilai Beta (*Standardized Coefficient*) sebesar 0,525. Berdasarkan hasil penelitian (Suryanto *et al.*, 2008). Jumlah pendapatan yang meningkat 1%, akan meningkatkan permintaan daging ayam ras pedaging sebesar 0,018%, berarti elastisitas pendapatan bersifat inelastis.

D. Jumlah konsumen rumah makan

Jumlah konsumen rumah makan berpengaruh nyata terhadap konsumsi daging ayam ras pedaging pada tingkat kepercayaan 99%, koefisien variabel jumlah konsumen (+363,638) bermakna setiap penambahan 1 konsumen rumah makan akan meningkatkan jumlah permintaan daging ayam ras pedaging sebesar 363,638 g. Jumlah konsumen rumah makan mempunyai kontribusi 44,79% terhadap konsumsi daging rumah makan yang ditunjukkan nilai Beta (*Standardized Coefficient*) sebesar 0,511.

E. Tingkat pendidikan pemilik rumah makan

Tingkat pendidikan konsumen rumah makan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan daging ayam ras pedaging. Hal ini disebabkan nilai probabilitas sebesar 0,694 lebih besar dari α 1% maka H_0 di tolak, artinya tinggi rendahnya tingkat pendidikan pemilik rumah makan tidak mempengaruhi permintaan daging ayam ras pedaging. Tingkat pendidikan pemilik rumah makan memiliki kontribusi 2,02% yang ditunjukkan nilai Beta (*Standardized Coefficient*) sebesar 0,039.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging

A. Jumlah Pendapatan Pemilik Rumah Makan

Koefisien jumlah pendapatan pemilik rumah makan bernilai positif 0,015 artinya ketika terjadi kenaikan pendapatan pemilik rumah makan maka akan terjadi peningkatan permintaan daging ayam ras pedaging pada rumah makan di Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong. Selanjutnya berdasarkan uji-t menunjukkan bahwa t-hitung (63,164) lebih besar dari t-tabel (2,797). Hal ini berarti bahwa pendapatan pemilik rumah makan berpengaruh nyata terhadap permintaan daging ayam ras pedaging.

Berdasarkan hasil penelitian Hidayat (2002), menunjukkan bahwa hasil koefisien regresi jumlah pendapatan bernilai positif yaitu

0,0000008716. Artinya, kenaikan jumlah pendapatan mengakibatkan peningkatan jumlah permintaan.

B. Jumlah Konsumen Rumah Makan

Koefisien jumlah konsumen rumah makan bernilai positif 0,511 artinya ketika terjadi kenaikan jumlah konsumen rumah makan maka akan terjadi peningkatan permintaan daging ayam ras pedaging pada rumah makan di Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong. Selanjutnya berdasarkan uji-t menunjukkan bahwa t-hitung (63,164) lebih besar dari t-tabel (2,797). Hal ini berarti bahwa jumlah konsumen rumah makan turut berpengaruh nyata terhadap permintaan daging ayam ras pedaging.

Analisis Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging oleh Konsumen Rumah Makan.

Hasil analisis permintaan daging Ayam Ras Pedaging pada rumah makan di Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong tertera pada Tabel 2.

Tabel 2. Koefisien penduga fungsi permintaan daging ayam ras pedaging oleh konsumen rumah makan di Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong.

Variabel	Koefisien	t, rasio	Prob
Jumlah konsumsi daging/bulan (Y)	6066,319	11,723	0,000 ***
Harga menu makanan daging/porsi (X ₁)	-0,274	-7,734	0,000 ***
Harga menu makanan lain (X ₂)	-0,050	-2,022	0,045 **
Pendapatan konsumen/bulan (X ₃)	+0,065	-2,556	0,052 **
Pengeluaran konsumen/bulan (X ₄)	+0,035	20,574	0,000 ***
Tingkat pendidikan konsumen (X ₅)	+242,692	1,008	0,316 ns
Tingkat Kesukaan Konsumen (<i>Dummy</i>)	156,562	0,518	0,606 ns
R-square		0,948	
Adjusted R-square		0,946	
F-statistik		382,171	
Prop. (F-statistik)		0,000	
Durbin-Wiston		1,274	

Sumber : Analisis Data Primer, 2013

Ket : *** : Signifikan pada tingkat kepercayaan 99% (α 0,01)
 ** : Signifikan pada tingkat kepercayaan 95% (α 0,05)
 * : Signifikan pada tingkat kepercayaan 95% (α 0,10)
 Ns : Tidak signifikan

Hasil analisis menunjukkan bahwa dari keseluruhan variabel, harga menu makanan daging ayam ras pedaging/porsi, harga menu makanan lain/porsi, pendapatan konsumen/bulan, pengeluaran konsumen membeli makanan di rumah makan/bulan, tingkat pendidikan konsumen, dan *dummy* tingkat kesukaan konsumen berpengaruh positif terhadap permintaan daging ayam ras pedaging di rumah makan Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong.

Hasil analisis permintaan daging ayam ras pedaging pada rumah makan di Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong memperlihatkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,946. Angka ini menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan mampu menjelaskan variabel dependen (permintaan daging ayam ras pedaging) sebesar 94,6%, sedangkan sisanya 5,4% dijelaskan di luar model.

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis regresi diperoleh nilai F_{hitung} 382,171 lebih besar dari nilai F_{tabel} (2,576) dengan probabilitas signifikan (sig) = 0,000_a. Nilai F_{hitung} (382,171) lebih besar dari nilai F_{tabel} (2,576) dengan nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas atau nilai 0,000_a < 0,01 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti jumlah konsumsi daging, harga menu makanan dan jumlah pendapatan konsumen perbulan secara bersama-sama berpengaruh sangat nyata ($P < 0,01$) terhadap permintaan daging ayam ras pedaging pada rumah makan di Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong.

Hasil analisis regresi permintaan daging pada rumah makan ada (4) variabel independen berpengaruh nyata ($P < 0,05$) terhadap variabel dependen, yaitu jumlah konsumsi daging ayam ras pedaging, harga menu makanan daging ayam, harga menu makanan lain dan jumlah pendapatan konsumen. Variabel independen yang tidak berpengaruh nyata pada variabel dependen adalah pendapatan konsumen, tingkat pendidikan konsumen, tingkat Kesukaan Konsumen.

A. Harga menu makanan daging ayam ras pedaging

Harga menu makanan daging ayam ras pedaging berpengaruh nyata terhadap permintaan daging ayam ras pedaging pada rumah makan pada tingkat kepercayaan 99%. Koefisien harga menu makanan daging (-0,274) bermakna setiap penambahan Rp 1 harga menu makanan daging ayam ras pedaging akan menurunkan permintaan sebesar 0,274 g. Harga menu makanan mempunyai kontribusi 13,46% yang ditunjukkan nilai Beta (*Standardized Coefficient*) sebesar 0,211.

B. Harga menu makanan lain

Harga menu makanan lain berpengaruh nyata ($P < 0,05$) terhadap permintaan daging ayam ras pedaging pada rumah makan dengan tingkat kepercayaan 95%. Koefisien harga menu makanan lain (-0,050) bermakna setiap penambahan Rp 1 harga menu makanan lain akan menurunkan permintaan menu daging ayam ras pedaging sebesar 0,050 g dan mempunyai kontribusi 3,32% yang ditunjukkan nilai Beta (*Standardized Coefficient*) sebesar -0,052.

C. Jumlah Pendapatan Konsumen

Jumlah pendapatan konsumen berpengaruh nyata terhadap permintaan daging ayam ras pedaging pada rumah makan dengan tingkat kepercayaan 95%. Koefisien jumlah pendapatan konsumen (0,065) bermakna setiap penambahan Rp 1 jumlah pendapatan konsumen akan menaikkan permintaan daging sebesar 0,065g dan mempunyai kontribusi 4,25% yang ditunjukkan nilai Beta (*Standardized Coefficient*) sebesar 0,057%.

D. Jumlah pengeluaran konsumen belanja rumah makan

Jumlah pengeluaran konsumen belanja rumah makan berpengaruh nyata ($P < 0,05$) terhadap konsumsi daging ayam ras pedaging pada tingkat kepercayaan 99%. Koefisien variabel pengeluaran konsumen 0,035 bermakna setiap penambahan Rp 1 jumlah pengeluaran konsumen belanja rumah makan akan meningkatkan permintaan daging ayam ras pedaging atau sebesar 0,035g. Jumlah pengeluaran konsumen untuk membeli menu makanan di rumah makan mempunyai kontribusi 65,18% terhadap konsumsi daging ayam ras pedaging pada rumah makan yang ditunjukkan nilai Beta (*Standardized Coefficient*) sebesar 1,02.

E. Tingkat pendidikan konsumen rumah makan

Tingkat pendidikan konsumen rumah makan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan daging ayam ras pedaging. Hal ini disebabkan nilai probabilitas sebesar 0,316 lebih besar dari α 1% maka H_0 di tolak, artinya tinggi rendahnya tingkat pendidikan konsumen tidak mempengaruhi konsumsi daging ayam ras pedaging. Tingkat pendidikan konsumen memiliki kontribusi 1,85% terhadap permintaan daging ayam ras pedaging yang ditunjukkan

nilai Beta (*Standardized Coefficient*) sebesar 0,029.

F. Dummy tingkat kesukaan konsumen

Tingkat kesukaan tidak berpengaruh nyata terhadap konsumsi daging ayam ras pedaging. Hal ini disebabkan nilai probabilitas 0,606 lebih besar dari α 1%, maka H_0 di tolak. Artinya, tingkat kesukaan tidak berpengaruh nyata terhadap konsumsi daging ayam ras pedaging oleh konsumen rumah makan. Nilai tingkat kesukaan memiliki kontribusi 13,39% terhadap permintaan daging pada rumah makan yang ditunjukkan oleh nilai beta (*Standardized Coefficient*) sebesar 0,21.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging oleh Konsumen Rumah Makan

A. Harga Menu Makanan Ayam Ras Pedaging

Koefisien harga menu makanan bernilai -0,211. Artinya, ketika terjadi kenaikan harga menu makanan maka akan terjadi penurunan permintaan daging ayam ras pedaging pada rumah makan di Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong. Selanjutnya, berdasarkan uji - t menunjukkan bahwa t-hitung (382,171) lebih besar dari t-tabel (2,576). Hal ini berarti, harga makanan berpengaruh nyata terhadap permintaan daging ayam ras pedaging. Harga barang yang hendak dibeli mempunyai pengaruh terhadap permintaan barang tersebut. Harga mempunyai hubungan berkebalikan dengan jumlah barang yang akan diminta oleh konsumen (Setiawan *et al.*, 2006).

B. Harga Menu Makanan Lain

Koefisien jumlah harga menu makanan lain bernilai negatif 0,052. Artinya, ketika terjadi kenaikan harga menu makanan lain, maka akan terjadi penurunan harga daging ayam ras pedaging pada rumah makan di Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong. Selanjutnya, berdasarkan uji-t menunjukkan bahwa t-hitung (382,171) lebih besar dari t-tabel (2,576). Hal ini berarti bahwa jumlah harga menu makanan lain berpengaruh nyata terhadap permintaan daging ayam ras pedaging.

C. Jumlah Pendapatan Konsumen

Koefisien jumlah pendapatan konsumen bernilai positif 0,057. Artinya, ketika terjadi

kenaikan pendapatan konsumen maka akan terjadi kenaikan permintaan daging ayam ras pedaging pada rumah makan di Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong. Selanjutnya, berdasarkan uji-t menunjukkan bahwa t-hitung (382,171) lebih besar dari t-tabel (2,576). Hal ini berarti bahwa jumlah pendapatan konsumen berpengaruh nyata terhadap permintaan daging ayam ras pedaging.

D. Jumlah Pengeluaran konsumen

Hasil Uji-t menunjukkan bahwa t-hitung (382,171) lebih besar dari pada t-tabel $\alpha = 0,01$ (2,576). Artinya, jumlah pengeluaran konsumen berpengaruh nyata terhadap permintaan daging ayam ras pedaging. Koefisien regresi jumlah pengeluaran konsumen bernilai positif artinya ketika terjadi peningkatan jumlah pengeluaran konsumen maka akan menaikkan jumlah permintaan daging ayam ras pedaging. Hal ini senada dengan teori permintaan untuk barang normal pada umumnya, yaitu kuantitas yang diminta untuk suatu barang berhubungan balik dengan harga barang tersebut asalkan hal-hal lain sama pada setiap tingkat harga.

Menurut hasil penelitian Daslina (1992), untuk daerah perkotaan di Kabupaten Bogor, pengeluaran bahan makanan mempunyai koefisien regresi sebesar 0,0385 sehingga jika terjadi peningkatan pengeluaran bahan makanan sebesar 100 persen, maka akan meningkatkan konsumsi daging sapi sebesar 3,85 persen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Rata-rata permintaan daging ayam ras pedaging pada rumah makan adalah 83.167 g atau sebesar 83,2 kg/bulan dan rata-rata permintaan daging ayam ras pedaging oleh konsumen rumah makan adalah 5.613 g per bulan atau sebesar 5,6 kg per bulan.
2. Pendapatan pemilik rumah makan dan Jumlah konsumen rumah makan berpengaruh positif terhadap permintaan daging ayam ras pedaging di rumah makan Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong.
3. Harga menu makanan daging dan harga menu makan lain berpengaruh negataif terhadap permintaan daging ayam ras pedaging oleh konsumen rumah makan, sedangkan pendapatan konsumen per bulan dan pengeluaran konsumen per bulan berpengaruh positif terhadap permintaan daging ayam ras pedaging oleh konsumen rumah makan di Kecamatan Parigi Kabupaten Parigi Moutong.

Saran

Pentingnya penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat permintaan dan konsumsi daging ayam ras pedaging. Untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat maka penelitian ini dapat dilanjutkan dengan sampel yang lebih banyak atau melakukan penelitian sejenis untuk mendapatkan gambaran terhadap permintaan daging ayam ras pedaging di rumah makan pada masyarakat Kecamatan Parigi pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. 2005. *Rencana Aksi Pemantapan Ketahanan Pangan 2005-2010*. Departemen Pertanian Republik Indonesia, Jakarta
- Badan Pusat Statistik. 2003. *Survei Usaha Terintegrasi 2003: Profil Usaha Kecil dan Menengah Tidak Berbadan Hukum di Indonesia Tahun 2003*. Badan Pusat Statistik Indonesia, Jakarta
- Daslina. 1992. *Analisis permintaan daging sapi, kerbau, kambing, ayam ras dan ayam buras di Kabupaten Bogor*. Skripsi. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor. Bogor

- Direktorat Jenderal Peternakan. 2006. *Buku Statistik Peternakan*, Direktorat Jenderal Peternakan, Departemen Pertanian, Jakarta.
- Gujarati. 2003. *Econometric*, Erlangga, Jakarta
- Hidayat, S. 2002. *Analisis permintaan konsumen keluarga terhadap telur ayam ras di Kecamatan Koja Jakarta Utara*. Skripsi. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Setiawan, B M, W Roessali dan S N Asiyah, 2006. *Analisis Permintaan Daging Ayam Pedaging Pada Pasar Tradisional di Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak*. J.Sos. Ek.Peternakan II (1) : 14 – 20
- Talib, Ismet dan Abdullah. 2007. *Antara Peluang Investasi dan Cerminan Kualitas Telur Diperoleh dari ungags*. <https://jakanugraha.wordpress.com>