

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pangan merupakan salah satu kebutuhan primer manusia. Menurut Undang Undang No.18 tahun 2012 yang dimaksud dengan pangan adalah sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan atau pembuatan makanan atau minuman. Menurut (Prabowo, 2014) untuk mencapai ketahanan pangan, dibutuhkan jumlah dan kualitas dan jumlah yang cukup dalam ketersediaan pangan. Pangan memiliki peran penting dalam pertumbuhan dan perkembangan tubuh manusia. Konsumsi pangan mayoritas masyarakat Indonesia terdiri dari pangan pokok karbohidrat, sayur, dan lauk nabati. Setiap bahan pangan memiliki gizi yang terkandung di dalamnya. Pangan pokok yang mengandung karbohidrat berfungsi menyediakan energi yang disimpan. Vitamin yang berasal dari buah buahan dan sayur sayuran sebagai pengatur keseimbangan metabolisme tubuh. Lauk hewani berperan sebagai sumber protein yang berfungsi membangun jaringan dalam tubuh (Hanafie, 2011).

Menurut (Muchtadi et al., 2017) sumber bahan pangan dibedakan menjadi 2 yaitu sumber pangan nabati dan sumber pangan hewani. Sumber bahan pangan nabati berasal dari tanaman. Bahan pangan ini berupa beras, jagung, gandum, sorgum, dll).

Sedangkan sumber bahan pangan hewani berasal dari hewan berupa daging, ikan, susu, dan telur. Fungsi masing-masing zat gizi yang terkandung dalam bahan pangan nabati dan hewani berbeda tergantung dari komposisi kimianya.

Menurut (Sacli & Ozer, 2017) daging ayam merupakan salah satu sumber hewani kaya protein yang perlu dikonsumsi untuk pengembangan fisik dan mental. Jenis daging ayam yang lebih disukai kalangan masyarakat adalah jenis daging ayam broiler karena memiliki keistimewaan yang berbeda jika dibandingkan dengan bahan pangan asal hewani lainnya. Daging ayam yang segar berwarna merah, memiliki bau darah segar serta teksturnya kenyal. Warna merah yang dimiliki daging ayam bisa dipertahankan dalam pengolahan dengan memberikan asam sendawa atau garamnya/natrium nitrit. Komposisi kimia yang terkandung dalam ayam broiler terdiri dari air 66,0%, lemak 15,1%, protein 18,6%, dan abu 0,79% (Pratama et al., 2015). Menurut (Emokaro & Dibiah, 2014) permintaan global terhadap protein hewani terus meningkat. Hal ini dikarenakan terjadi peningkatan populasi perkotaan di Negara berkembang. Alasan utama terjadi peningkatan permintaan daging adalah terjadi peningkatan populasi, teknologi, serta pendapatan masyarakat.

Menurut (Hermanus et al., 2017) permintaan pangan terhadap daging ayam di Indonesia terus meningkat. Hal ini diprediksi akan terus meningkat dari tahun ke tahun. Menurut (Badan Pusat Statistika, 2018a) jenis ayam yang paling banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia adalah ayam ras dan ayam kampung. Diantara kedua jenis daging ayam tersebut ayam ras yang paling diminati oleh masyarakat dibandingkan

dengan daging ayam kampung. Berdasarkan BPS (Badan Pusat Statistika) diperoleh data konsumsi daging ayam per kapita pada tahun 2013 sampai 2017.

Tabel 1 Tabel Konsumsi dan Produksi Daging Ayam di Indonesia

Tahun	Konsumsi Daging Ayam Ras (ton)(nilai produksi daging ayam x jumlah penduduk)	Produksi Daging Ayam Ras (ton)
2014	1.010.961	297.653
2015	1.239.544	299.733
2016	1.333.710	284.988
2017	1.503.721	300.129

Sumber : (Badan Pusat Statistika, 2018)

Dari data tersebut dapat dijelaskan bahwa konsumsi daging ayam ras pedaging di Indonesia semakin tahun semakin meningkat. Hal ini diduga dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi masyarakat yang dapat mempengaruhi daya beli. Permasalahannya adalah peningkatan nilai konsumsi daging ayam tersebut belum mampu diimbangi dengan jumlah produksi daging ayam dalam negeri yang menyebabkan terjadi perbedaan antara permintaan dan penawaran daging ayam yang berfluktuasi. Dari tabel 1 dapat dijelaskan bahwa jumlah konsumsi daging ayam lebih tinggi daripada jumlah produksi daging ayam. Indonesia dianggap belum mampu memenuhi kebutuhan konsumsi daging ayam. Hal ini dikarenakan konsumsi daging ayam belum mampu diimbangi dengan jumlah produksi daging ayam.

Menurut (BPS, 2019) tingkat produksi daging ayam di Provinsi D.I Yogyakarta meningkat dalam 3 tahun berturut turut dari tahun 2017 sampai 2019. Pada tahun 2017 jumlah produksi daging ayam ras pedaging di D.I.Yogyakarta adalah 14.004,88 ton. Pada tahun 2018 jumlah produksi daging ayam ras pedaging di D.I.Yogyakarta adalah 26.483,88 ton. Sedangkan pada tahun 2019 jumlah produksi daging ayam ras pedaging

di D.I.Yogyakarta mencapai 56.603,59 ton. Tingkat permintaan daging ayam tidak hanya pada tingkat rumah tangga melainkan dari pelaku usaha makanan khususnya rumah makan cepat saji. Rumah makan cepat saji adalah tempat makan yang menjual produk makanan dan minuman dalam waktu yang cepat atau singkat dari proses pemesanan sampai penyajian kepada konsumen. Makanan yang disajikan dapat segera langsung dimakan tanpa membutuhkan proses yang rumit (Mandasari & Tama, 2011). Pelaku usaha makanan cepat saji tersebut melihat peluang usaha yang menjanjikan karena kesibukan masyarakat sehingga menimbulkan kebiasaan baru untuk makan di luar rumah dengan alasan lebih praktis dan tidak menyita waktu.

Di Kecamatan Kasihan terdapat banyak rumah makan cepat saji yang menjual produk olahan daging ayam. Rumah makan cepat saji terbagi menjadi 2 yaitu rumah makan cepat saji ber *merk* dan rumah makan cepat saji tidak ber *merk* . Definisi rumah makan cepat saji ber *merk* adalah rumah makan cepat saji yang merknya telah terdaftar di *merk* dagang Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual. Contoh rumah makan cepat saji ber *merk* tersebut adalah Olive Fried Chicken, Rocket Chicken, dan Chicken Crush. Rumah makan cepat saji tersebut adalah produk asli Indonesia. Menu utama yang dijual adalah olahan daging ayam yang disebut *fried chicken* atau ayam goreng tepung. Rumah makan cepat saji tersebut sudah memiliki banyak cabang di Yogyakarta khususnya di daerah Kasihan. Selain rumah makan cepat saji tersebut, terdapat banyak rumah makan cepat saji tidak ber *merk* .

Menurut (Iswanto, 2016) citra *merk* atau *brand image* adalah kesan yang ditampilkan pada suatu *merk* pada benak konsumen. Ketika sebuah *merk* memiliki citra yang baik, maka *merk* tersebut akan selalu diingat dan kemungkinan konsumen untuk

membeli merek yang tersebut sangat besar. Rumah makan cepat saji yang sudah memiliki *merk* umumnya lebih dikenal dibanding rumah makan cepat saji tanpa *merk*. Hal ini dikarenakan pelaku usaha tersebut menggunakan strategi promosi yang luas seperti memanfaatkan sosial media. Rumah makan cepat saji ber *merk* umumnya memiliki banyak cabang yang tersebar di beberapa wilayah yang membuat masyarakat lebih *familiar* dengan *merk* tersebut sehingga banyak konsumen yang sudah mengenal produk yang ditawarkan. Menurut (Hanaysha, 2016) umumnya konsumen cenderung mengevaluasi *merk* restoran berdasarkan kewajaran harga yang disesuaikan dengan kualitas produknya. Hal ini tentunya berpengaruh terhadap permintaan produk *fried chicken*. Semakin baik kualitas produk *fried chicken* bisa mempengaruhi permintaan daging ayam terhadap pelaku usaha makanan cepat saji tersebut. Semakin banyak konsumen mengenal produknya maka semakin meningkat pula permintaan daging ayam.

Rumah makan cepat saji tanpa *merk* umumnya belum menerapkan strategi promosi. Salah satu cara yang diterapkan untuk menarik konsumen dengan mempertahankan cita rasa produk. Hal ini membuat konsumen akan tetap loyal terhadap produk tersebut bahkan mengajak konsumen lain agar tertarik dengan produk yang ditawarkan. Salah satu contoh rumah makan cepat saji tanpa *merk* adalah Kedai Kriuk Chicken. Kedai ini merupakan salah satu bentuk usaha UMKM yang menjual produk *fried chicken*. Selain menawarkan *fried chicken*, Kriuk chicken juga menawarkan produk lain seperti tahu kriuk, tempe kriuk, dan sosis. Sehingga konsumen bisa membel produk lain selain *fried chicken*.

Permintaan pelaku usaha rumah makan cepat saji terhadap daging ayam merupakan salah satu contoh permintaan input oleh produsen. Permintaan daging ayam oleh rumah makan cepat saji sebagai permintaan input dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti barang substitusi dan barang komplementer yang digunakan dalam memproduksi olahan daging ayam. Barang substitusi adalah barang pemuas kebutuhan manusia yang saling menggantikan fungsinya dengan sempurna.. Barang substitusi dari produk *fried chicken* adalah telur dan daging sapi. Hal ini memiliki kaitan karena jika harga daging ayam naik, maka permintaan terhadap barang substitusi meningkat. Sedangkan barang komplementer adalah barang yang kegunaannya saling melengkapi satu sama lain. Barang komplementer dari *fried chicken* adalah beras, minyak goreng, dan tepung. Beras disebut barang komplementer karena memiliki fungsi sebagai pelengkap produk *fried chicken*. Minyak goreng dan tepung disebut barang komplementer karena memiliki fungsi pelengkap sebagai bahan baku utama produksi *fried chicken*. Hal ini sangat berkaitan karena jika permintaan terhadap *fried chicken* naik, maka permintaan terhadap barang pelengkapnya juga meningkat. Berdasarkan uraian diatas perlu diketahui bagaimana permintaan daging ayam pelaku usaha makanan cepat saji dan factor yang mempengaruhi permintaan daging ayam. Oleh karena itu “Permintaan Daging Ayam Rumah Makan Cepat Saji di Kecamatan Kasihan” perlu untuk dikaji.

B. Tujuan

1. Untuk mendeskripsikan perilaku pembelian daging ayam oleh rumah makan cepat saji di Kecamatan Kasihan.
2. Untuk menganalisis faktor faktor yang mempengaruhi permintaan daging ayam oleh rumah makan cepat saji di Kecamatan Kasihan.

C. Kegunaan Penelitian

1. Penelitian ini dapat membantu para pembuat keputusan terkait permintaan daging ayam terutama pengelola usaha untuk mnegevaluasi usaha yang dilakukannya dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usahanya.
2. Sebagai sumber informasi dan referensi bagi para peneliti lainnya dan dapat menambah wawasan serta ilmu pengetahuan.