KONSUMSI DAGING SAPI SEGAR KONSUMEN RUMAH TANGGA DI PASAR TRADISIONAL
(Kasus di Kelurahan Tugu Utara, Kecamatan Koja, Jakarta Utara)

Setyono, D.J., R. Maharani & W. Rindayanti
Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor
(Diterima 02-09-2002; disetujui 06-01-2003)

ABSTRACT

Research aims are to study fresh beef consumption behavior of household consumer and the factors influencing household demand of beef meat. This study conducted on January 10th until February 8th 2001. Primary data was collected from 30 motherhood beef consumers. The study reveals that 80% consume fresh meat 6,4 times per month. Cobb-Douglas analysis proofs that income elasticity of beef demand 0,274; beef price elasticity -0,956 and broiler (cross) price 0,773.
***Key word*: beef consumption, economic analysis.**

PENDAHULUAN

Daging sapi merupakan salah satu sumber protein hewani yang banyak dikonsumsi masyarakat. Dari waktu ke waktu kebutuhan konsumsi daging sapi terus meningkat. Di sisi lain produksi dalam negeri belum mampu mencukupi, sehingga perlu dilakukan impor agar stok sapi dalam negeri tidak habis dipotong. Prediksi kebutuhan impor sapi untuk memenuhi konsumsi dalam negeri memerlukan beberapa informasi, di antaranya adalah pola konsumsi dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Tugu Utara, Kecamatan Koja, Jakarta Utara yang diharapkan dapat menggambarkan konsumsi daging di sentra konsumen.

MATERI DAN METODE

Data diambil pada periode 10 Januari sampai 8 Februari 2001, dari 30 responden ibu rumah tangga yang mengkonsumsi daging sapi segar dari pasar tradisionil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Keluarga merupakan konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga merupakan acuan primer yang paling berpengaruh (Kottler, 1997). Oleh karena itu, karakteristik rumah tangga perlu diketahui untuk mempridiksikan permintaan.

Pekerjaan kepala rumah tangga responden 46% pegawai swasta; 16,67% wiraswasta; 13,33% pegawai negeri; dan lainnya sebagai buruh dan pelaut. Umur kepala rumah tangga antara 29 tahun sampai 58 tahun dengan rata-rata 46 tahun. Pendidikan responden 53,33% tamat SLTA, 40% tamat perguruan tinggi dan 6,67% berpendidikan sekolah dasar. Jumlah anggota keluarga antara 3 sampai 8 orang dengan rata-rata 5 orang. Pendapatan per bulan antara 500 ribu sampai 5 juta rupiah dengan rata-rata 1,9 juta rupiah.

Penentu konsumsi dalam rumah tangga responden seperti hasil penelitian Atmakusumah (1991) yaitu dominan ibu rumah tangga/istri (60%), 33,33% anak dan sisanya ayah. Tingginya proporsi ibu rumah tangga sebagai penentu konsumsi, menyebabkan karakteristik ibu rumah tangga berpengaruh terhadap pola konsumsi keluarga. Tingkat pendidikan ibu rumah tangga responden 66,67% SLTA; 20% perguruan tinggi; 10% SD dan sisanya tamat SLTP. Dari segi pendidikan yang dicapai ibu rumah tangga tersebut, menunjukkan pengetahuan yang memadai akan pentingnya konsumsi protein hewani.

Pekerjaan yang ditekuni ibu rumah tangga berpengaruh terhadap pendapatan keluarga, yang pada akhirnya mempengaruhi konsumsi daging sapi. Mayoritas (70%) ibu rumah tangga responden tidak bekerja, 13,3% memiliki kerja sampingan, dan sisanya bekerja sebagai karyawan baik swasta maupun negeri.

Permintaan Daging Sapi

Permintaan menurut Kottler (1997), adalah keinginan terhadap sesuatu produk yang didukung dengan kemampuan serta kesediaan membelinya. Kesediaan menjadi permintaan bila didukung oleh daya beli. Frekwensi pembelian daging oleh responden antara satu sampai delapan kali per bulan. Daging sapi yang dikonsumsi oleh masyarakat di daerah penelitian umumnya dibeli dalam bentuk daging sapi segar (70%) karena mudah didapat, kualitas terjamin, mudah diolah sesuai selera. Responden yang juga mengkonsumsi daging olahan ada 13,33% dengan alasan lebih praktis, dan yang membeli dalam bentuk beku 6,67% karena harganya lebih murah.

Alasan mengkonsumsi daging sapi karena selera (43,33%); alasan jenis masakan (33,33%); untuk memenuhi konsumsi protein (13,33%) dan karena harga (6,67%). Alasan selera menduduki peringkat tertinggi, karena daging sapi termasuk daging yang sering dikonsumsi setelah daging ayam ras. Sumber protein lainnya yang sering dikonsumsi adalah ikan dan daging ayam buras. Menurut Balukh (1999), daging sapi, daging ayam ras/buras dan ikan merupakan barang substitusi. Sehingga perubahan harga salah satu sumber protein tersebut berpengaruh terhadap konsumsi sumber protein lainnya.

Bagian potongan yang banyak dikonsumsi responden adalah has 66,67%; paha 10%; hati 6,67%; tetelan 6,67%; iga 3,33%, tulang sop 3,33% dan lainnya 3,33%. Tujuan memilih potongan tersebut karena tuntutan jenis masakan (53,33%), kebersihan dan kurang berlemak (30%) dan harga (16,67%).

Pola pengeluaran dapat dipakai sebagai alat menilai tingkat kesejahteraan (BPS, 1990). Pendapatan rumah tangga sekaligus menunjukkan pengeluarannya. Berdasarkan hasil penelitian, pendapatan rata-rata responden per bulan 1,9 juta rupiah. Dari jumlah tersebut 33,85% untuk konsumsi bahan pangan dan 66,15% untuk non-bahan pangan. Proporsi tersebut sepaham dengan hukum Engel, yaitu bahwa semakin tinggi pendapatan alokasi untuk bahan pangan semakin kecil.

Pendugaan Koefisien Regresi

Variabel regresi ditetapkan berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan. Menurut Koutsoyianis *dalam* Atmakusumah (1991), faktor yang mempengaruhi permintaan antara lain pendapatan, harga barang pengganti, harga barang komplementer, harga barang itu sendiri dan selera. Analisis regresi Cob-Douglas terhadap data konsumsi daging sapi segar oleh konsumen rumah tangga dan faktor-faktor yang mempengaruhinya diperoleh hasil koefisien regresi seperti tercantum pada **Tabel 1.**

Tabel 1. Koefisien regresi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi daging sapi segar oleh rumah tangga di Jakarta Utara.

Parameter	Nilai
Intercept (a)	-2,23
Pendapatan (X1)	0,274
Jumlah anggota keluarga (X2)	0,283
Tingkat pendidikan penentu konsumsi (X3)	0,040
Harga daging sapi (X4)	-0,956
Harga daging ayam ras (X5)	0,773
Koefisien determinasi (R^2)	0,132

Persamaan model Cobb-Douglas yang didapat adalah sebagai berikut:

$$\mathrm{LnY} = \ln\text{-}2{,}23 + 0{,}274 \ln X_1 + 0{,}283 \ln X_2 + 0{,}040 \ln X_3 - 0{,}9566 \ln X_4 + 0{,}773 \ln X_5$$

Pendugaan Elastisitas

Balukh (1999) menyatakan elastisitas yang umum digunakan untuk melihat reaksi konsumen individu dan pasar adalah elastisitas pendapatan (*income elasticity of demand*), elastisitas harga (*price elasticity of demand*), dan elastisitas silang (*cross elasticity of demand*). Nilai elastisitas dari model regresi Cobb-Douglas dapat langsung dilihat dari koefisien peubah bebasnya.

Permintaan daging sapi segar oleh rumah tangga di Jakarta Utara memiliki elastisitas terhadap pendapatan 0,274, elastisitas terhadap harga -0,956 dan elastisitas silang terhadap daging ayam ras -0,773. Elastisitas terhadap pendapatan menunjukkan bahwa setiap terjadi kenaikan pendapatan sebesar 1 persen, permintaan daging sapi segar meningkat sebesar 0,274 persen. Respon yang tidak elastis (nilainya kurang dari satu) ini menandakan pengeluaran untuk daging sapi mengambil bagian yang relatif kecil dari pendapatan konsumen.

Elastisitas harga juga bersifat tidak elastis, manum sudah mendekati elastis (nilainya mendekati harga mutlak satu yaitu |-0,956|). Bila harga naik 1 persen, permintaan akan turun 0,956 persen, persentase perubahan harga lebih besar dibandingkan persentase perubahan permintaan. Tingkat elastisitas harga yang relatif tinggi ini sesuai dengan pendapat Villegas *dalam* Dewi (1994), yang menyatakan bahwa daging dianggap sebagai barang mewah oleh konsumen, sehingga permintaannya agak elastis.

Demikian juga elastisitas silang permintaan daging sapi segar terhadap harga daging ayam ras bersifat tidak elastis, dengan nilai 0,773. Setiap harga daging ayam ras turun 1 persen, permintaan daging sapi juga turun dengan tingkat penurunan lebih kecil yaitu sebesar 0,773. Penurunan tersebut terjadi karena konsumen akan memilih daging ayam ras yang lebih murah sebagai substisuti

KESIMPULAN

Konsumen rumah tangga di Kelurahan Tugu Utara membeli daging sapi dalam bentuk segar 6 sampai 7 kali dalam satu bulan. Bagian potongan yang dibeli 76,67% adalah potongan utama (has dan paha). Pengeluaran untuk bahan pangan 53,33% dari pendapatan. Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah konsumsi daging sapi segar adalah pendapatan, harga daging sapi dan harga daging ayam ras. Faktor-faktor tersebut memiliki elastisitas 0,274 untuk pendapatan, -0,956 untuk harga sapi dan 0,773 untuk harga ayam ras.

DAFTAR PUSTAKA

Atmakusumah, J. 1991. Pola Pemasaran dan Konsumsi Daging Sapi dan Kerbau di DKI Jakarta. *Tesis*. Program Studi Ekonomi Pertanian. Pasca Sarjana IPB. Bogor.

Balukh, J.G.M. 1999. Analisis Permintaan Konsumen terhadap Produk Daging Sapi Segar di Pasar Swalayan Hero (Studi Kasus). *Skripsi*. Fapet-IPB. Bogor.

BPS, 1990. *Pengeluaran untuk Konsumsi Penduduk Indonesia*. Jakarta.

Dewi, M. 1994. Pola Konsumsi Daging sapi dan Kerbau pada Konsumen Rumah Tangga di Daerah Kotamadya Pekanbaru. *Skripsi*. Fapet-IPB. Bogor.

Engel, J.F., Roger D.B., & Paul W.M., 1993. *Perilaku Konsumen*. Penterjemah Budijanto. Edisi Keenam. Jilid I. Binarupa Aksara. Jakarta.

Kottler, P. 1997. *Managemen Pemasaran*. Terjemahan oleh Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusli. PT Prenhallindo. Jakarta.