

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat karena produk-produk pertanian erat kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan sehari-hari terkhusus pangan. Menurut Yunus (2012), pemenuhan kebutuhan pangan sangat erat hubungannya dengan sektor pertanian dalam arti luas, sehingga tidak heran jika sektor pertanian menjadi bagian terpenting dalam pembangunan bangsa Indonesia. Sektor pertanian terbagi atas enam subsektor meliputi tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan, kehutanan, dan peternakan (BPS, 2019).

Subsektor peternakan memegang peranan penting dalam pemenuhan kebutuhan protein hewani masyarakat. Kecenderungan peningkatan konsumsi bahan pangan sumber protein hewani produk peternakan, telah mendorong subsektor peternakan menjadi salah satu sumber pertumbuhan baru bagi sektor pertanian (Soedjana, 1997). Dewasa ini, sumber protein hewani produk peternakan yang sangat lazim dikenal masyarakat yaitu telur. Keunggulan telur dibandingkan daging dan susu yaitu lebih mudah diperoleh dan harganya lebih murah, sehingga hampir semua jenis lapisan masyarakat dapat mengkonsumsi makanan yang bersumber protein hewani ini. Menurut Suryani (2010), Telur memiliki kandungan 12% protein dan 11% lemak.

Dilihat dari data *Food and Agriculture Organization* (FAO, 2020) pada (Lampiran 1), konsumsi telur di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2015 – 2017. Namun konsumsi rata-rata per kapita per tahun masih lebih rendah yaitu 5,44 kg/kapita/tahun dibandingkan dengan telur di Malaysia dan Thailand

dengan rata-rata konsumsi masing-masingnya 17,36 kg/kapita/tahun dan 11,85 kg/kapita/tahun. Sementara konsumsi telur di Sumatera Barat mengalami fluktuatif dari tahun 2017 – 2021 yaitu secara berturut turut dalam kg/kapita/tahun sebesar 8,83 ; 10,79 ; 10,65 ; 10,70 ; dan 11,10 (BPS, 2022). Jika dilihat dari konsumsi telur berdasarkan jenisnya, konsumsi telur ayam ras di Kota Padang yaitu sebesar 2,17 kg/kapita/tahun, telur ayam kampung 0,19 kg/kapita/tahun, dan telur itik 0,39 kg/kapita/tahun (BPS, 2022).

Telur *non* ayam ras merupakan jenis telur konsumsi selain telur ayam ras berupa telur ayam kampung, telur itik, dan telur puyuh. Merujuk pada data BPS (2022), konsumsi telur ayam ras di Kota Padang masih mendominasi dibandingkan konsumsi telur ayam kampung dan telur itik. Telur ayam kampung memiliki kandungan energi sebesar 196 kkal, 16 gr protein, 0,8 gr karbohidrat, 15,3 gr lemak, 67 mg kalsium, 334 mg fosfor, dan 3,3 mg zat besi . Kandungan dari telur ayam kampung memang lebih baik karena mengandung asam amino yang lebih tinggi dibandingkan ayam ras, namun konsumen hanya mengkonsumsi telur ayam kampung secara terbatas dan biasanya digunakan sebagai pelengkap minum jamu dan obat tradisional. Di samping itu telur itik memiliki cita rasa yang khas. Telur itik banyak dimanfaatkan masyarakat sebagai olahan pangan seperti telur asin, bahan pembuatan kue, dan minuman herbal. Sedangkan untuk telur puyuh, memiliki keunggulan harga yang lebih murah dibanding telur konsumsi lainnya, namun kurang diminati karena kandungan kolesterol yang tinggi. Menurut *American Heart Association*, satu porsi telur puyuh (setara dengan 5 butir telur puyuh) mengandung 380 mg kolesterol dan 1,6 gr lemak jenuh yang dapat meningkatkan kolesterol. Jika dibandingkan per butir, jumlah kolesterol

pada telur puyuh jauh lebih kecil yaitu hanya 75,96 mg, sedangkan 1 butir telur ayam ras mengandung kolesterol sebanyak 210 mg.

Konsumen telur ayam kampung, telur itik, dan telur puyuh dapat dikatakan berasal seluruh tingkatan umur, status sosial, budaya, dan agama serta tingkatan ekonomi. Ditinjau dari aspek pemasaran dalam sistem agribisnis peternakan, sasaran dan segmen pasar dari ketiga jenis telur ini tidak terbatas. Namun demikian, permintaan akan beragam yang dipengaruhi oleh faktor sosial dan ekonomi konsumen tersebut. Menurut Sinaini *et al* (2020) faktor sosial ekonomi konsumen merupakan kondisi sosiologis yang mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang atau sekelompok orang dalam menentukan keputusan konsumsi barang/jasa. Mahardika (2018), mengemukakan faktor yang mempengaruhi permintaan meliputi : selera, pendapatan konsumen, harga barang pengganti/pelengkap, intensitas kebutuhan konsumen, pendapatan masyarakat, distribusi pendapatan, dan pertumbuhan penduduk.

Fakultas Peternakan merupakan suatu lembaga dimana tempat berkarir dan belajarnya dosen, pegawai, dan mahasiswa. Dosen, pegawai, dan mahasiswa Fakultas Peternakan merupakan orang yang dianggap paham dengan nilai gizi dari produk-produk peternakan terkhusus telur ayam kampung, telur itik, dan telur puyuh dan mampu menjadi katalisator ke masyarakat luas. Berdasarkan survei pendahuluan di Fakultas Peternakan Universitas Andalas, terdapat 110 orang dosen, 39 orang pegawai dan 1476 mahasiswa. Pada dasarnya dosen, pegawai, dan mahasiswa tersebut adalah konsumen potensial telur ayam kampung, telur itik, dan telur puyuh. Konsumen potensial merupakan orang-orang yang memiliki kebutuhan atau keinginan terhadap suatu produk, namun belum melakukan

pembelian terhadap produk tersebut. Berdasarkan *prasurvey* di Fakultas Peternakan, peminat telur ayam kampung, telur itik, dan telur puyuh hanya sebagian dari konsumen sehingga permintaannya tidak sebanding dengan telur ayam ras, hal tersebut sangat mempengaruhi permintaan terhadap telur ayam kampung, telur itik, dan telur puyuh di pasaran.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Permintaan Konsumen Terhadap Telur *non* Ayam Ras : Kasus Konsumen pada Fakultas Peternakan Universitas Andalas**”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang akan dijawab melalui penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran permintaan konsumen terhadap telur ayam kampung, telur itik, dan telur puyuh dilihat dari aspek jumlah permintaan, frekuensi pembelian, tempat memenuhi kebutuhan serta alasan permintaan di Fakultas Peternakan Universitas Andalas
2. Apakah faktor sosial ekonomi konsumen berpengaruh terhadap jumlah permintaan telur ayam kampung, telur itik, dan telur puyuh di Fakultas Peternakan Universitas Andalas

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis untuk melakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui permintaan konsumen terhadap telur ayam kampung, telur itik, dan telur puyuh dilihat dari aspek jumlah permintaan, frekuensi

pembelian, tempat memenuhi kebutuhan serta alasan permintaan di Fakultas Peternakan Universitas Andalas

2. Untuk mengetahui apakah faktor sosial ekonomi konsumen berpengaruh terhadap jumlah permintaan telur ayam kampung, telur itik, dan telur puyuh di Fakultas Peternakan Universitas Andalas

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan permasalahan di atas, manfaat utama dari penelitian ini adalah

1. Manfaat akademis yaitu sebagai bahan referensi mengenai permintaan konsumen terhadap telur ayam kampung, telur itik, dan telur puyuh.
2. Manfaat praktis yaitu bagi fakultas peternakan sebagai informasi bagaimana permintaan telur ayam kampung, telur itik, dan telur puyuh yang dilakukan oleh konsumen di Fakultas Peternakan. Bagi pebisnis sebagai acuan dalam perumusan strategi produksi dan pemasaran dan bagi pemerintah diharapkan dapat menjadi masukan dalam rangka membuat kebijakan untuk meningkatkan permintaan telur ayam kampung, telur itik, dan telur puyuh.

