



Hubungan Faktor Sosial Ekonomi Dengan Tingkat Permintaan Daging Sapi Di Pasar Boja Kecamatan Boja Kabupaten Kendal

(The Relationship of Social Economic Factors and Meat Demand at Boja Market Boja District Kendal Regency)

B.N. Perdana, M. Handayani dan K. Budiraharjo
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro Semarang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jumlah permintaan daging sapi pada konsumen ibu rumah tangga serta mengetahui hubungan harga daging sapi, harga barang substitusi, jumlah anggota keluarga, pendapatan, selera dan pendidikan dengan jumlah permintaan daging sapi di pasar Boja Kecamatan Boja Kabupaten Kendal. Metode penentuan sampel dilakukan secara *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, pedagang juga dijadikan responden. Faktor yang dijadikan variabel penelitian adalah permintaan (Y), harga daging sapi (X_1), harga daging ayam (X_2), jumlah anggota keluarga (X_3), pendapatan (X_4), selera (X_5), dan pendidikan (X_6). Data hasil penelitian dianalisis menggunakan *one sampel t-test* dan metode korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permintaan daging sapi oleh konsumen rumah tangga sebesar 0,14 kg/kapita/bulan. Hasil koefisien korelasi yang diperoleh Harga Daging Sapi (X_1), Harga Daging Ayam (X_2), Jumlah Anggota Keluarga (X_3), Pendapatan (X_4), Selera (X_5), dan Pendidikan (X_6) sebesar -0,030; 0,037; 0,469; 0,446; 0,208; dan -0,103. Hasil dari analisis korelasi menunjukkan terdapat hubungan sangat nyata yaitu pada faktor jumlah anggota keluarga, pendapatan dan selera dengan permintaan daging sapi. Harga daging sapi, harga daging ayam, pendidikan menunjukkan tidak ada korelasi dengan permintaan daging sapi.

Kata kunci : permintaan daging sapi, faktor sosial ekonomi

ABSTRACT

This study aims to determine the amount of consumer demand for meat on the household level and determine the relationship between the price of meat, the price of substitute goods, number of family members, household income, consumer preference and education with the amount of demand for meat at Boja Market Boja District Kendal Regency. The methods was used accidental sampling with a sample size of 100 respondents. Factor that serve as a research variable is demand (Y), the price of meat (X_1), the price of chicken meat as substitution goods (X_2), number of family members (X_3), household income (X_4), consumer preference (X_5), and education (X_6). The data were analyzed using one-sample t-test and correlation methods. The results showed that meat demand of 0.14 kg / capita/month. The correlation coefficient obtained beef price (X_1), the price of

chicken meat as substitution goods (X2), number of family members (X3), household income (X4), consumer preference (X5), and Education (X6) of -0,030; 0.037; 0.469; 0.446 ; 0.208, and -0.103. Results of correlation analysis showed that the relationship was very significant on factors of number of family members, household income and consumer preference with beef demand. Price of meat, chicken meat prices and education showed no correlation with meat demand.

Keywords : meat demand; social economic factors

PENDAHULUAN

Daging adalah bahan pangan yang bernilai gizi tinggi karena kaya akan protein, lemak, mineral serta zat lainnya yang sangat dibutuhkan tubuh. Daging sapi merupakan salah satu produk hasil ternak yang banyak diminati masyarakat baik dari kalangan bawah maupun kalangan atas karena menimbulkan kepuasan dan kenikmatan bagi yang memakannya serta mengandung gizi yang lengkap dan dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan seperti bakso, sate, gulai, dan soto.

Permintaan merupakan keinginan akan produk tertentu yang didukung oleh kemampuan serta memuaskan keinginan dan kebutuhan hidup pembeli. Pada umumnya permintaan dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, harga barang substitusi, jumlah anggota keluarga, pendapatan keluarga, selera konsumen dan pendidikan. Permintaan daging sapi dapat diketahui dengan melihat banyaknya permintaan pada konsumen rumah tangga. Permintaan daging sapi di pasar Boja Kecamatan Boja Kabupaten Kendal diduga memiliki hubungan terhadap faktor sosial ekonomi yaitu Harga barang itu sendiri, Harga barang substitusi, jumlah anggota keluarga, pendapatan keluarga, selera konsumen dan pendidikan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui jumlah permintaan daging sapi di pasar Boja Kecamatan Boja Kabupaten Kendal terutama pada konsumen rumah tangga, dengan cara menghitung jumlah pembelian daging sapi yang dibeli oleh konsumen selama waktu penelitian di pasar Boja, serta mengetahui hubungan harga daging sapi, harga barang substitusi, jumlah anggota keluarga, pendapatan, selera dan pendidikan dengan jumlah permintaan daging sapi di pasar Boja Kecamatan Boja Kabupaten Kendal.

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan gambaran bagi pihak yang berkepentingan dalam usaha produk

daging sapi serta masyarakat, sehingga dapat digunakan sebagai acuan untuk melihat apakah tingkat permintaan daging sapi sesuai dengan ketersediaan daging sapi di pasar Boja Kecamatan Boja Kabupaten Kendal. Bagi peneliti dapat mengetahui dan memahami hubungan yang terjadi antara faktor sosial ekonomi terhadap tingkat permintaan daging sapi dikalangan konsumen rumah tangga Kecamatan Boja Kabupaten Kendal.

MATERI DAN METODE

Waktu dan Lokasi Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan pada bulan April-Mei 2013 di Pasar Boja di Kecamatan Boja Kabupaten Kendal.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, diajukan beberapa hipotesis penelitian sebagai berikut: 1) Diduga jumlah permintaan daging sapi di kecamatan boja sesuai dengan permintaan daging sapi Widya Karya Pangan Gizi tahun 2012. 2) Diduga harga daging sapi, harga barang substitusi, jumlah anggota keluarga, pendapatan, selera dan pendidikan berhubungan dengan permintaan daging sapi.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode survai. Metode survai adalah pengamatan atau penyelidikan yang kritis untuk mendapatkan keterangan yang baik terhadap suatu persoalan tertentu di dalam lokasi tertentu (Daniel, 2001). Data diperoleh didapat melalui hasil observasi dan wawancara langsung terhadap konsumen dengan bantuan kuesioner.

Penentuan lokasi dilakukan di Pasar Boja Kecamatan Boja, Boja merupakan kecamatan yang memiliki komoditas ternak unggas yang cukup besar, baik petelur maupun pedaging sehingga masyarakat cenderung banyak mengkonsumsi hasil ternak unggas tersebut disisi lain komoditas ternak besar seperti sapi popolasinya sedikit maka dari itu penelitian ini dilakukan di Pasar Boja karena

untuk mengetahui tingkat konsumsi daging sapi di daerah yang memiliki komoditas ternak unggasnya.

Metode Penentuan Sampel

Metode penentuan sampel konsumen rumah tangga dilakukan secara *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti (Sugiyono, 2000). Sampel penelitian adalah konsumen ibu rumah tangga yang membeli daging sapi di pasar Boja sebanyak 100 orang.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan metode survai dengan menggunakan alat bantu kuesioner kepada para responden dengan tujuan untuk mengetahui faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi permintaan daging sapi. Data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan responden dan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu. Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari BPS Kabupaten Kendal dan wawancara langsung kepada petugas kantor pasar tersebut.

Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian akan dikelompokkan, ditabulasi dan dilakukan analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif adalah analisis yang berhubungan dengan angka sehingga dapat diuji secara statistik (Sugiyono, 2000).

Uji t untuk satu sampel (*One Sampel t-Test*) digunakan untuk menguji apakah rata-rata satu sampel berbeda nyata atau tidak dengan suatu nilai tertentu yang digunakan sebagai pembandingan. Data penelitian ini membandingkan apakah rata-rata konsumsi daging sapi oleh konsumen sudah memenuhi tingkat kecukupan konsumsi daging sapi yang ditargetkan, yaitu sebesar 0,032 kg/kapita/bulan.

Uji Korelasi Partial digunakan untuk menguji hubungan dua variabel dengan mengeluarkan variabel lain (variabel kontrol) yang berpengaruh terhadap korelasi.

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui kekuatan dan signifikansi hubungan antara dua variabel (Prawira, 2006).

Tabel 1. Interpretasi terhadap Hasil Analisis Korelasi.

Interval Nilai r*)	Interprestasi
0,001-0,199	Korelasi sangat lemah
0,200-0,399	Korelasi lemah
0,400-0,599	Korelasi cukup kuat
0,600-0,799	Korelasi kuat
0,800-1,000	Korelasi sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2010)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Seorang ibu yang mempunyai pengetahuan mengenai gizi dan bahan makanan untuk dikonsumsi oleh keluarganya, hal ini sesuai dengan pendapat Suhardjo (2002) bahwa pengetahuan saja belum mampu membuat seorang mengubah perilakunya. Identitas responden ini adalah ibu-ibu, baik yang bekerja sebagai ibu rumah tangga, karyawan / pegawai swasta, wiraswasta dan pegawai negeri sipil.

Tabel 2. terlihat bahwa sebagian besar responden berumur antara 30 – 60 tahun sebanyak 92 responden (94%), umur kurang dari 30 tahun sebanyak 5 responden (5%), dan responden paling sedikit adalah umur lebih dari 60 tahun sebanyak 3 responden (%). Semakin tinggi umur produktif yang dimiliki seorang ibu maka semakin banyak pengalaman yang dimilikinya. Hal ini sesuai dengan pendapat Alma (2009), bahwa meningkatnya umur seseorang maka meningkat pula kebutuhan akan suatu produk menjadi lebih banyak.

Tingkat pendidikan responden bervariasi dari tamat SD sampai tamat perguruan tinggi. Responden yang tamat SLTA sebanyak 28 responden (28%) dan merupakan responden paling banyak mendominasi, responden yang tamat SD sebanyak 32 responden (32%), responden yang tamat SLTP sebanyak 27 responden (27%), responden yang tamat perguruan tinggi sebanyak 22 responden (22%) dan merupakan responden paling sedikit. Tingkat pendidikan seseorang

berpengaruh terhadap intelektualnya, semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin baik tingkat intelektual. Hal ini sesuai dengan pendapat Sumarwan (2004), bahwa konsumen berpendidikan tinggi akan lebih senang untuk mencari informasi yang banyak mengenai produk sebelum ia memutuskan untuk membeli produk tersebut. Namun, dalam hal ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Tabel 2. Hal ini mungkin dikarenakan oleh banyak faktor, salah satunya adalah faktor yang mempengaruhi pembelian terhadap suatu produk khusus daging sapi. Faktor yang mempengaruhi pembelian dapat berupa gaya hidup seseorang, dorongan atau motivasi orang lain dan juga faktor belajar atau pengalaman dari masing – masing individu. Hal ini sesuai dengan pendapat Alma (2009), bahwa faktor yang mempengaruhi pembelian dapat dikelompokkan menjadi 4 yaitu *Social Factors*, *Cultural Factors*, *Personal Factors* dan *Psychological Factors*.

Pekerjaan masing-masing responden berbeda-beda. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 2. yang menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan ibu rumah tangga paling banyak mendominasi sebanyak 42 responden (42%), pekerjaan sebagai karyawan / pegawai swasta sebanyak 21 responden (21%), pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 29 responden (29%) dan pekerjaan yang paling sedikit respondennya adalah sebagai pegawai negeri sipil yaitu 8 responden (8%). Tingkat pendapatan yang tinggi maka membuat semakin banyak jumlah barang yang dibutuhkan karena kemampuan untuk membeli suatu barang juga meningkat. Hal ini sesuai dengan pendapat Simamura (2001), bahwa suatu pekerjaan seseorang akan mempengaruhi barang dan jasa yang akan dibelinya. Dengan pendapatan yang semakin tinggi, konsumen dapat membelanjakan lebih banyak uangnya untuk barang apa saja, dan beberapa konsumen akan melakukan hal itu terhadap kebanyakan barang (Pindyck dan Daniel, 2003).

Jumlah anggota keluarga responden berdasarkan Tabel 5 sebagian besar adalah 3 sampai 5 orang sebanyak 87 responden (88%), responden jumlah anggota keluarga 1 sampai 2 sebanyak 11 responden (11%), responden yang jumlah anggota keluarga lebih dari 5 paling sedikit jumlahnya yaitu 2 responden (2%). Jumlah anggota keluarga akan menentukan jumlah konsumsi suatu barang

dan jasa Sumarwan (2004). jumlah anggota keluarga juga akan menggambarkan potensi permintaan terhadap suatu produk dari sebuah rumah tangga, sehingga apabila dalam keluarga tersebut mempunyai 3 sampai 5 orang orang jumlah anggota keluarganya maka akan memungkinkan semakin banyak pula jumlah permintaan akan daging sapi.

Tabel 2. Karakteristik Responden

no	Keterangan	Jumlah responden	
		-----(Orang)-----	-----(%)-----
1.	Umur		
	a. < 30	5	5
	b. 30 – 50	92	92
	c. > 50	3	3
2.	Pekerjaan		
	a. Ibu Rumah Tangga	42	42
	b. Karyawan / pegawai swasta	21	21
	c. Wiraswasta	29	29
	d. Pegawai Negeri Sipil	8	8
3.	Jumlah Anggota Keluarga		
	a. < 3	11	11
	b. 3 – 5	87	87
	c. > 6	2	2
4.	Pendapatan Keluarga		
	a. < 1.000.000	4	4
	b. 1.000.000 - 1.500.000	15	15
	c. 1.500.000 - 2.500.000	46	46
	d. 2.500.000 - 3.000.000	15	15
	e. > 3.000.000	20	20
5.	Pendidikan		
	a. Tidak Tamat SD	0	0
	b. Tamat SD	23	23
	c. Tamat SLTP	27	27
	d. Tamat SLTA	28	28
	e. Tamat Perguruan Tinggi	22	22

Pendapatan masing- masing responden berbeda – beda berdasarkan tabel 5 yang menunjukkan jumlah responden terbanyak mempunyai pendapatan 1.500.000 sampai 2.500.000 sebanyak 46 responden (46%), pendapatan 1.000.000 sampai 1.500.000, 2.500.000 sampai 3.000.000 sebanyak 15 responden (15%), pendapatan lebih dari 3.000.000 sebanyak 20 responden (20%), pendapatan

kurang dari 1.000.000 merupakan jumlah paling sedikit respondennya yaitu sebanyak 4 responden (4%). Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (1997) bahwa pengaruh pendapatan terhadap permintaan agak sedikit kompleks karena efeknya mempunyai dua kemungkinan yaitu yang pertama bahwa kenaikan pendapatan akan meningkatkan permintaan (pada barang superior atau barang normal), yang kedua bahwa kenaikan pendapatan justru akan menurunkan permintaan (barang inferior).

Permintaan Daging Sapi

Permintaan daging sapi di Kecamatan Boja selama penelitian berlangsung adalah 0,14 kg/orang/bulan dengan jumlah 100 responden. Permintaan daging sapi masing – masing responden bervariasi. Berdasarkan Tabel 3. menunjukkan bahwa permintaan daging sapi pada konsumen rumah tangga di pasar Boja yang paling tinggi adalah pada permintaan 0,5 kg dengan responden sebanyak 39 responden (39%), permintaan 0,25 kg sebanyak 36 responden (36%), permintaan 1 kg sebanyak 16 responden (16%) dan permintaan paling sedikit adalah 0,75 kg sebanyak 9 responden (9%).

Pendapatan masing-masing responden bervariasi, berdasarkan Tabel 3. menunjukkan bahwa pendapatan kurang dari Rp 1.000.000,- memiliki rata-rata permintaan daging sapi sebesar 0,25 kg dengan jumlah responden sebanyak 4 responden, rata-rata permintaan daging sapi pada tingkat pendapatan Rp 1.000.000,- sampai Rp 1.500.000,- sebesar 0,35 kg dengan jumlah responden sebanyak 15 responden, rata-rata permintaan daging sapi pada tingkat pendapatan Rp 1.500.000,- sampai Rp 2.500.000,- sebesar 0,44 kg dengan jumlah responden sebanyak 46 responden, rata-rata permintaan daging sapi pada tingkat pendapatan Rp 2.500.000,- sampai Rp 3.000.000,- sebanyak 0,78 kg dengan jumlah responden sebanyak 15 responden. pendapatan lebih dari Rp 3.000.000,- memiliki rata-rata permintaan daging sapi sebesar 0,9 kg dengan jumlah responden sebanyak 20 responden. Dengan demikian rata-rata permintaan daging sapi paling tinggi pada tingkat pendapatan lebih dari Rp 3.000.000,- yaitu sebesar 0,9 kg dan paling sedikit pada tingkat pendapatan kurang dari Rp 1.000.000,-

yaitu sebesar 0,25. Rincian permintaan daging sapi dapat dilihat pada Lampiran 4. Semakin tinggi tingkat pendapatan suatu keluarga maka semakin tinggi pula daya beli terhadap suatu produk. Hal ini sesuai dengan pendapat Sumarsono (2007), bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang maka daya beli terhadap produk pertanian khususnya daging sapi akan semakin kuat sehingga permintaan terhadap suatu barang juga akan meningkat. Tinggi rendahnya tingkat pendapatan memiliki hubungan terhadap peningkatan permintaan daging sapi (Tabel 3).

Tabel 3. Gambaran Permintaan Daging Sapi Berdasarkan Tingkat Pendapatan Responden di Pasar Boja.

No	Tingkat Pendapatan ----(rupiah/bulan)----	Jumlah Responden ----(orang)----	Rata-rata Permintaan ----(kg/bulan)----
1	< 1.000.000	4	0,25
2	1.000.000 - 1.500.000	15	0,35
3	1.500.000 - 2.500.000	46	0,44
4	2.500.000 - 3.000.000	15	0,78
5	> 3.000.000	20	0,90
Jumlah		100	

Tinggi rendahnya tingkat pendidikan memiliki hubungan terhadap peningkatan permintaan daging sapi (Tabel 4).

Tabel 4. Gambaran Permintaan Daging Sapi Berdasarkan Tingkat Pendidikan.

No	Pendidikan responden	Jumlah Responden ----(orang)----	Rata-rata Permintaan ----(kg)----
1	Tamat SD	23	0,58
2	Tamat SLTP	27	0,49
3	Tamat SLTA	28	0,51
4	Tamat Perguruan Tinggi	22	0,75
Jumlah		100	

Tingkat pendidikan responden bervariasi dari tamat SD sampai tamat perguruan tinggi. Berdasarkan Tabel 4. diatas menunjukkan bahwa rata-rata permintaan daging sapi pada tingkat tamat SD sebesar 0,58 kg, tamat SLTP sebesar 0,49 kg, tamat SLTA sebesar 0,51 kg. Rata-rata permintaan daging sapi

yang paling tinggi berdasarkan tingkat pendidikan adalah tamat Perguruan Tinggi dengan rata-rata permintaan sebesar 0,75 kg dengan jumlah responden sebanyak 22 responden. Rata-rata permintaan daging sapi yang paling rendah pada tingkat SLTP sebesar 0,49 kg dengan jumlah responden sebanyak 27 responden. Tingkat pendidikan seseorang berpengaruh terhadap intelektualnya, semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin baik tingkat intelektual. Namun, dalam hal ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Tabel 4. Hal ini mungkin dikarenakan oleh banyak faktor, salah satunya adalah faktor yang mempengaruhi pembelian terhadap suatu produk khusus daging sapi. Faktor yang mempengaruhi pembelian dapat berupa gaya hidup seseorang, dorongan atau motivasi orang lain dan juga faktor belajar atau pengalaman dari masing – masing individu. Hal ini sesuai dengan pendapat Alma (2009), bahwa faktor yang mempengaruhi pembelian dapat dikelompokkan menjadi 4 yaitu *Social Factors*, *Cultural Factors*, *Personal Factors* dan *Psychological Factors*. Tinggi rendahnya jumlah anggota keluarga memiliki hubungan terhadap peningkatan permintaan daging sapi (Tabel 5).

Berdasarkan Tabel 5. diatas menunjukkan bahwa rata-rata permintaan daging sapi pada tingkat Jumlah anggota keluarga berbeda-beda. Rata-rata permintaan daging sapi tingkat jumlah anggota keluarga paling rendah adalah kurang dari 3 yaitu sebesar 0,29 kg dengan 11 responden, rata-rata permintaan daging sapi tingkat jumlah anggota keluarga 3 sampai 5 sebesar 0,45 kg dengan 87 responden. Rata-rata permintaan daging sapi tingkat jumlah anggota keluarga paling tinggi adalah lebih dari 5 yaitu sebesar 1,00 kg dengan 2 responden. Permintaan daging sapi oleh konsumen dapat dipengaruhi oleh banyak sedikitnya jumlah anggota keluarga yang tinggal dalam satu rumah, semakin banyak jumlah anggota keluarga maka semakin banyak jumlah permintaan daging sapi yang dibeli oleh keluarga tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Sumarwan (2004) yang menyatakan bahwa Jumlah anggota keluarga akan menentukan jumlah konsumsi suatu barang dan jasa. Tinggi rendahnya tingkat selera memiliki hubungan terhadap peningkatan permintaan daging sapi (Tabel 6).

Tabel 5. Gambaran Permintaan Daging Sapi Berdasarkan Tingkat Jumlah

Anggota Keluarga.

No	Jumlah Anggota Keluarga	Jumlah Responden ----(orang)----	Rata-rata Permintaan ----(kg)----
1	< 3	11	0,29
2	3 – 5	87	0,45
3	> 5	2	1,00
Jumlah		100	

Tabel 6. Gambaran Permintaan Daging Sapi Berdasarkan Tingkat Selera.

Tingkat Selera	Skor	Jumlah Responden ----(orang)----	Rata-rata Permintaan ----(kg)----
Kurang Suka	2	23	0,61
Suka	3	27	0,51
Sangat Suka	4	28	0,76
Jumlah		100	

Berdasarkan Tabel 6. diatas dapat diketahui bahwa selera yang dimiliki masing-masing responden berbeda-beda. Rata-rata permintaan daging sapi pada tingkat selera kurang suka dengan skor 2 sebesar 0,58 kg sebanyak 23 responden, tingkat selera suka dengan skor 3 sebesar 0,51 kg sebanyak 27 responden dan tingkat selera sangat suka dengan skor 4 sebesar 0,76 sebanyak 28 responden. Rata-rata permintaan daging sapi paling tinggi pada tingkat sangat suka sebesar 0,76 kg dan rata-rata permintaan daging sapi paling rendah pada tingkat suka sebesar 0,51 kg. hal ini dikarenakan selera konsumen selalu berubah-ubah dan tergantung dari tingkat kesukaan terhadap suatu produk, dalam hal ini adalah daging sapi. Apabila selera berubah-ubah maka akan berpengaruh terhadap permintaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Alma (2009), yang menyatakan bahwa bila harga turun dan selera pembeli masih tetap maka jumlah barang akan naik, sedangkan bila selera pembeli berubah maka penurunan harga tidak akan menambah nilai permintaan.

4.6. Pengujian Tingkat Konsumsi Daging Sapi

Analisis ini menggunakan *one-sampel t-tes* untuk mengetahui tingkat konsumsi daging sapi oleh konsumen yang ditargetkan pada tahun 2012 yaitu sebesar 0,032 kg/kapita/bulan atau 0,38 kg/kapita/tahun. Dari hasil penelitian

yang dilakukan di pasar Boja Kecamatan Boja tingkat konsumsi daging sapi sebesar 0,14 kg/kapita/bulan. Berdasarkan analisis *one-sampel t-test* dapat dilihat bahwa nilai signifikansi konsumsi daging sapi adalah 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 1% ($\text{sig} \leq 0,001$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka rata-rata konsumsi daging sapi konsumen Pasar Boja Kecamatan Boja tidak sama dengan 0,032 kg/kapita/bulan, atau ada perbedaan yang nyata antara tingkat konsumsi daging sapi oleh konsumen dengan tingkat konsumsi yang ditargetkan. Rata-rata konsumsi daging sapi pada hasil uji t sebesar 0,14 kg/kapita/bulan lebih besar dari pada konsumsi daging sapi yang ditargetkan pada tahun 2012.

Tingkat konsumsi yang tinggi disebabkan oleh beberapa faktor yaitu tingginya selera terhadap daging sapi, pendapatan yang tinggi, pengetahuan. Faktor yang mempengaruhi faktor permintaan adalah sama, yaitu jenis dan banyaknya produksi pangan yang tersedia, tingkat pendapatan, selera dan pengetahuan gizi (Dwiloka, 2001).

4.7. Hubungan Faktor Sosial Ekonomi dengan Permintaan daging sapi

Hubungan antara faktor sosial ekonomi yaitu harga daging sapi, harga daging ayam, jumlah anggota keluarga, pendapatan, selera dan pendidikan dengan tingkat permintaan daging sapi dilihat berdasarkan nilai koefisien korelasi (Tabel 7).

Tabel 7. Signifikansi dan Koefisien Korelasi partial.

Variabel	Koefisien Korelasi	Signifikans i	Tingkat Korelasi
Harga Daging Sapi (X_1)	- 0,030	0,776 ^{ns}	Korelasi sangat lemah
Harga Daging Ayam (X_2)	0,037	0,723 ^{ns}	Korelasi sangat lemah
Jumlah Anggota Keluarga (X_3)	0,469	0,000**	Korelasi cukup kuat
Pendapatan (X_4)	0,446	0,000**	Korelasi cukup kuat
Selera (X_5)	0,208	0,006**	Korelasi lemah
Pendidikan (X_6)	- 0,103	0,323 ^{ns}	Korelasi sangat lemah

Keterangan :

ns = non signifikan

** = signifikan

Korelasi variabel harga daging sapi - permintaan dengan variabel kontrol adalah harga daging ayam, jumlah anggota keluarga, pendapatan, selera dan pendidikan yang menunjukkan nilai signifikansi $(0,776) > 0,05$ maka nilai tersebut tidak signifikan. Koefisiensi korelasi $(-0,030)$, artinya menunjukkan hubungan korelasi yang sangat lemah dan berlawanan atau berbalik arah karena berpola negatif. H_0 diterima H_1 ditolak Jadi hubungan kedua variabel antara daging sapi - permintaan sapi tidak berhubungan dan tidak terjadi korelasi. Semakin tinggi harga daging sapi maka semakin rendah permintaan terhadap daging sapi, sebaliknya semakin rendah harga daging sapi maka semakin tinggi permintaan terhadap daging sapi. Hal ini sesuai dengan pendapat Sukirno (2002) yang menyatakan bahwa apabila harga barang yang terlalu tinggi maka akan mempengaruhi jumlah permintaan terhadap barang itu.

Korelasi variabel harga daging ayam - permintaan dengan variabel kontrol adalah harga daging ayam, jumlah anggota keluarga, pendapatan, selera dan pendidikan yang menunjukkan nilai signifikansi $(0,723) > 0,05$ maka nilai tersebut tidak signifikan. Koefisiensi korelasi $(0,037)$, artinya menunjukkan hubungan korelasi yang sangat lemah, berpola positif. H_0 diterima H_1 ditolak. Jadi hubungan antara kedua variabel antara harga daging ayam - permintaan tidak berhubungan dan terjadi korelasi yang sangat lemah. Semakin rendah harga daging ayam maka semakin rendah permintaan terhadap daging sapi, sebaliknya semakin tinggi harga daging ayam maka semakin tinggi permintaan daging sapi. Hal ini sesuai dengan pendapat dengan Sukirno (2002) yang menyatakan bahwa kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti sebagai barang yang mengalami kenaikan harga.

Korelasi variabel jumlah anggota keluarga - permintaan dengan variabel kontrol adalah harga daging ayam, harga daging ayam, pendapatan, selera dan pendidikan yang menunjukkan nilai signifikansi $(0,000) \leq 0,01$ maka nilai tersebut signifikan. Koefisiensi korelasi $(0,469)$, artinya menunjukkan hubungan

korelasi yang cukup kuat, berpola positif. H_0 ditolak H_1 diterima. Jadi hubungan antara kedua variabel antara jumlah anggota keluarga - permintaan adalah sangat berhubungan nyata dan terjadi korelasi yang cukup kuat. Semakin besar jumlah anggota keluarga dalam satu rumah maka semakin besar permintaan terhadap daging sapi, sebaliknya semakin kecil jumlah anggota keluarga maka semakin rendah permintaan terhadap daging sapi. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (1997) yang menyatakan bahwa semakin besar keluarga atau jumlah orang dalam rumah tangga maka jumlah permintaan akan suatu produk semakin besar pula,

Korelasi variabel pendapatan - permintaan dengan variabel kontrol adalah harga daging ayam, harga daging ayam, jumlah anggota keluarga, selera dan pendidikan yang menunjukkan nilai signifikansi $(0,000) \leq 0,01$ maka nilai tersebut signifikansi. Koefisiensi korelasi (0,446), artinya menunjukkan hubungan korelasi yang cukup kuat, berpola positif. H_0 ditolak H_1 diterima. Jadi hubungan antara kedua variabel antara pendapatan - permintaan adalah sangat berhubungan dan terjadi korelasi yang cukup kuat. Semakin tinggi pendapatan seseorang baik yang berasal dari pekerjaan tetap maupun tidak tetap, maka semakin kuat atau besar terhadap tingkat permintaan daging sapi, dan sebaliknya semakin rendah tingkat pendapatan seseorang maka semakin rendah pula tingkat permintaan daging sapi. Hal ini sesuai dengan pendapat Berg (1999), yang menyatakan bahwa pendapatan keluarga juga merupakan salah satu faktor yang menentukan kualitas dan kuantitas makanan, besarnya pendapatan dapat berpengaruh terhadap daya beli termasuk pembelian bahan pangan untuk keluarga

Korelasi variabel selera - permintaan dengan variabel kontrol adalah harga daging ayam, harga daging ayam, jumlah anggota keluarga, pendapatan, dan pendidikan yang menunjukkan nilai signifikansi $(0,006) \leq 0,05$ maka nilai tersebut signifikansi. Koefisiensi korelasi (0,280), artinya menunjukkan hubungan korelasi yang lemah, berpola positif. H_0 ditolak H_1 diterima. Jadi hubungan antara kedua variabel antara selera - permintaan adalah berhubungan dan terjadi korelasi yang lemah. selera konsumen dapat berubah-ubah tergantung dengan kepuasan konsumen setelah mengkonsumsi daging sapi dan warna daging sapi atau penampilan dari daging yang akan dibeli. Semakin tinggi tingkat selera seseorang

maka semakin tinggi pula tingkat permintaan terhadap daging sapi, dan sebaliknya semakin rendah tingkat selera seseorang maka semakin rendah pula tingkat permintaan terhadap daging sapi.

SIMPULAN

Simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah Tingkat permintaan daging sapi di pasar Boja Kecamatan Boja Kabupaten Kendal sebesar 0,14 kg/kapita/bulan lebih tinggi dibandingkan dengan widya karya pangan dan gizi 2012 sebesar 0,032 kg/kapita/bulan. Jumlah anggota keluarga, pendapatan, dan selera berhubungan sangat nyata dengan permintaan daging sapi di pasar Boja Kecamatan Boja Kabupaten Kendal, sedangkan harga daging sapi, harga daging ayam, dan pendidikan tidak berhubungan dengan permintaan daging sapi di pasar Boja Kecamatan Boja Kabupaten Kendal.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2009. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi. Alfabeta, Bandung.
- Berg, A. 1999. Peranan Gizi Dalam Pembangunan. Edisi Pertama. Rajawali Press, Jakarta.
- Buletin Konsumsi Pangan. 2013. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, Vol 4 no1. Tahun 2013.
- Daniel, M. 2001. Metode Penelitian Sosial Ekonomi. Bumi Aksara, Jakarta.
- Dwiloka, B. 2001. Pangan dan Giz. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, P. 1997. Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol). Edisi Indonesia. PT Prenhallindo, Jakarta. (diterjemahkan oleh H. Purwoko dan L. Wasana).
- Pindyck, S.R dan Daniel, L.R. 2003. Mikro Ekonomi. Ed 5. PT Indeks, Jakarta (Alih Bahasa : T. Tarigan)
- Prawira, T. S. 2006. SPSS 13.0 Terapan Riset Statistik Parametrik. CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Simamora, H. 2001. Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono. 1999. Metode Penelitian Bisnis. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2000. Statistika Untuk Penelitian. Alfabeta, Bandung.

- Sugiyono. 2010. Statistika Untuk Penelitian. Alfabeta, Bandung.
- Suhardjo. 2002. Perencanaan Pangan Gizi. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sukirno, S. 2002. Berbagi Cara Pendidikan Gizi. Ed. 1.Cet. 2. Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Sumarsono, S. 2007. Ekonomi Mikro Teori dan Soal Latihan. Edisi Pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sumarwan, U. 2004. Perilaku Konsumen. Ghalia Indonesia, Bogor.