

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki sektor yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi yaitu sektor pertanian. Terdapat 5 subsektor pertanian yaitu tanaman pangan, perkebunan, kehutanan, peternakan dan perikanan. Peternakan merupakan salah satu subsektor pertanian yang memiliki peranan penting karena sangat berperan dalam pemenuhan protein hewani. Konsumsi daging merupakan bagian penting dalam asupan makanan harian konsumen (Lucille *et al.*, 2013). Kebutuhan daging di Indonesia dipenuhi dari daging kambing, sapi, itik, dan ayam. Salah satu produk daging yang sering dikonsumsi oleh masyarakat adalah daging ayam (Putra *et al.*, 2015). Industri unggas adalah sektor yang paling dinamis dalam bisnis daging global (Diego, 2014). Pencapaian kecukupan gizi dan protein hewani masyarakat dapat ditingkatkan melalui konsumsi pangan yang berasal dari daging ayam. Kebanyakan masyarakat memilih ayam sebagai protein karena harganya murah dan mudah didapat untuk kebutuhan protein hewani keluarga. Terdapat dua jenis ayam yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia, yaitu ayam broiler dan ayam kampung. Peningkatan jumlah permintaan daging ayam tidak terlepas dari kemudahan untuk mendapatkannya dan juga banyak diminati oleh masyarakat. Hal tersebut ditandai dengan besarnya konsumsi daging ayam di Indonesia. Berikut merupakan data konsumsi daging ayam per kapita seminggu di Indonesia:

Tabel 1. Rata-Rata Konsumsi Daging Ayam per kapita Seminggu di Indonesia
2017 – 2021

Tahun	Konsumsi (kg)
2017	0,124
2018	0,121
2019	0,124
2020	0,130
2021	0,142

Sumber: BPS, 2022

Berdasarkan Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa dari tahun 2017 - 2021 rata-rata konsumsi daging ayam per kapita seminggu di Indonesia mengalami fluktuasi namun cenderung bertambah setiap tahunnya. Konsumsi daging ayam tertinggi terdapat pada tahun 2021 yaitu sebesar 0,142 kg/kapita/minggu dan konsumsi daging ayam terendah terdapat pada tahun 2018 yaitu sebesar 0,121 kg/kapita/minggu. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kenaikan konsumsi daging ayam nasional antara lain peningkatan pendapatan masyarakat dan pertumbuhan jumlah penduduk (Aryani dan Jember, 2019).

Daging ayam broiler ataupun daging ayam kampung dijual oleh pedagang di berbagai tempat di Kota Cilegon seperti pasar tradisional, swalayan, minimarket, hingga mall. Pasar tradisional memiliki potensi tinggi untuk pemasaran ayam broiler dan ayam kampung karena konsumennya lebih beragam dan pedagang menjual daging ayam masih dalam bentuk curah serta melayani setiap ukuran pembelian yang diinginkan oleh konsumen. Pasar tradisional yang tersebar di Kota

Cilegon dapat dipastikan terdapat penjual yang menawarkan daging ayam broiler ataupun daging ayam kampung. Berikut merupakan konsumsi daging ayam broiler dan ayam kampung di Kota Cilegon per kapita seminggu :

Tabel 2. Rata-Rata Konsumsi Daging Ayam per kapita Seminggu di Indonesia 2017 – 2021

Tahun	Ayam Boiler (kg)	Ayam Kampung (kg)
2018	0,121	0,011
2019	0,144	0,016
2020	0,164	0,008
2021	0,184	0,011

Sumber : BPS, 2022.

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa konsumsi daging ayam broiler di Kota Cilegon mengalami peningkatan setiap tahunnya. Konsumsi daging ayam broiler tertinggi pada tahun 2021 dan terendah pada tahun 2018. Konsumsi daging ayam kampung di Kota Cilegon berfluktuasi setiap tahunnya. Konsumsi daging ayam kampung tertinggi pada tahun 2019 dan terendah pada tahun 2020. Fluktuasi konsumsi dapat disebabkan oleh banyak faktor. Maka dari itu perlu adanya penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging ayam broiler dan daging ayam kampung di pasar tradisional Kota Cilegon.

1.2 Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

- a. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ayam broiler di Pasar Tradisional Kota Cilegon.
- b. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ayam kampung di Pasar Tradisional Kota Cilegon.

- c. Menganalisis perbedaan permintaan ayam broiler dan ayam kampung di Pasar Tradisional Kota Cilegon.

Manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Bagi Pelaku Usaha, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan evaluasi mengenai pertimbangan pelaku usaha dalam menjual ayam broiler dan ayam kampung berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan serta perbedaan permintaannya.
- b. Bagi Peneliti, penelitian ini sebagai bentuk penerapan teori-teori ilmu yang sudah diperoleh.
- c. Bagi Pembaca dan peneliti selanjutnya, penelitian ini sebagai bahan referensi peneliti lainnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama.