

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Daging Sapi

Daging adalah sekumpulan sejumlah otot yang melekat pada tulang atau kerangkanya. Biasanya daging berasal dari hewan ternak yang sudah disembelih, istilah daging berbeda dengan karkas, daging adalah bagian yang tidak mengandung tulang sedangkan karkas adalah daging-daging yang belum dipisahkan dari tulang kerangka. Daging sapi merupakan salah satu sumber bahan pangan protein hewani, mengandung unsur gizi yang cukup tinggi berupa protein dan energi.

Daging sebagai sumber protein hewani memiliki nilai hayati (*biological value*) yang tinggi, mengandung 19 % protein, 5% lemak, 70% air, 3,5 % zat-zat non protein dan 2,5% mineral dan bahan-bahan lainnya (Forrest *et al.* 1992). Komposisi daging menurut Lawrie (1991) dalam Suhairi (2007) terdiri atas 75% air, 18% protein, 3,5 % lemak dan 3,5% zat-zat non protein, 9 % lemak dan 1% abu. Jumlah ini akan berubah bila hewan digemukkan yang akan menurunkan presentasi air dan protein serta meningkatkan presentase lemak (Romans *et al.* 1994 dalam Suhairia, 2007)

Protein daging terdiri dari protein sederhana dan protein terkonjugasi. Berdasarkan asalnya protein dapat dibedakan dalam 3 kelompok yaitu protein sarkoplasma, protein miofibril, dan protein jaringan ikat. Protein sarkoplasma adalah protein larut air karena pada umumnya dapat diekstrak oleh air dan larutan garam encer. Protein miofibril terdiri atas aktin dan myosin, serta jumlah sejumlah kecil troponin dan aktinin. Protein jaringan ikat ini memiliki sifat larut dalam larutan garam. Protein jaringan ikat merupakan fraksi protein yang tidak larut, terdiri atas kolagen, elastin, dan retikulin (Muchtadi dan Sugiono 1992 dalam Suhairi 2007). Komposisi 100 gram daging sapi dan jumlah kandungan didalamnya akan dijelaskan dalam Tabel. 6

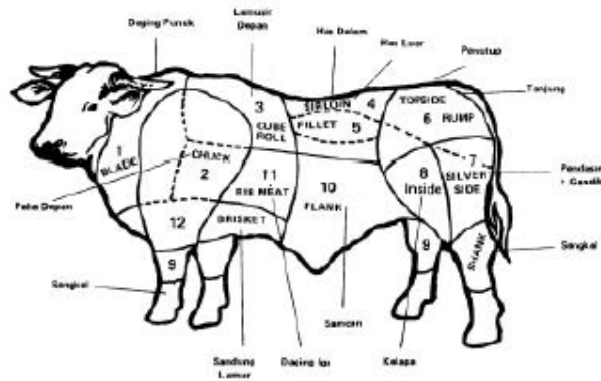
Tabel 6. Komposisi daging sapi per 100 gram bahan yang dapat dimakan.

Komposisi	Kandungan
Kalori (Kal)	207
Protein(gram)	18,8
Air (gram)	66
Lemak (gram)	14,0
Kalsium (mg/gram)	11,0
Fosfor (mg/gram)	170
Besi (mg/gram)	3,0
Vitamin A (µg/gram)	30
Vitamin B (µg/gram)	0,08

Sumber : Bahan Makanan Departemen Kesehatan RI, 2012

Air merupakan senyawa yang paling berlimpah sistem kehidupan dan mencakup 70 % atau lebih dari bobot tubuh. Menurut Winarno (1997), bahwa kadar air yang dimiliki oleh semua bahan pangan berbeda-beda. Kebutuhan protein bagi manusia digolongkan berdasarkan umur. Rata-rata untuk anak yang berumur 0-9 tahun memerlukan 27 g per orang per hari,

sedangkan rata-rata kebutuhan orang dewasa yang berumur 10-60 tahun membutuhkan 49 gr per-orang per-hari.



Gambar 1. Bagian karkas sapi

Sumber : Badan Informasi Pertanian DKI Jakarta 1993

Keterangan :

1. Daging punuk (*blade*)
2. Daging paha depan (*chuck*)
3. Daging lemusir (*cub roll*)
4. Has luar (*sirloin*)
5. Has dalam (*fillet*)
6. Penutup + tanjung (*top slide + rump*)
7. Pendasar + gandik (*Silver side*)
8. Daging kelapa (*inside*)
9. Sengkel (*shank*)
10. Samcan (*flank*)
11. Daging iga (*rib meat*)
12. Sanding lamur (*brisket*)

Tiap-tiap bagian karkas memiliki kandungan nutrisi yang berbeda-beda sehingga harga dari tiap-tiap bagian akan berbeda-beda karkas, dapat diklasifikasikan berdasarkan nutrisi, dan tekstur daging. Daging sapi merupakan bagian dari karkas sapi, secara garis besar karkas sapi dibagi menjadi 6 kelompok daging utama. Berikut di jelaskan pada Tabel 7.

Tabel 7. Komposisi nutrisi daging sapi berdasarkan letak karkasnya

Jenis Potongan	Komposisi Nutrisi Daging					
	Protein (%)	Air (%)	Lemak (%)	Abu (%)	Kalsium (mg/100g)	Fosfor (mg/100g)
Chuck	18,6	65	16	0,9	11	167
Flank	19,9	61	18	0,9	12	186
Loin	16,7	57	25	0,8	10	182
Rib	17,4	59	23	0,8	10	149
Roun	19,5	69	11	1,0	11	180
Rump	16,2	55	28	0,8	9	131

Sumber : Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2010

Lemak dan minyak merupakan zat makanan yang penting menjaga tubuh manusia. Selain itu lemak juga merupakan sumber energy yang lebih efektif dibanding dengan karbohidrat dan protein. Satu gram lemak atau minyak dapat menghasilkan 9 kkal, sedangkan karbohidrat dan protein hanya menghasilkan 4 kkal/gram. (Winarno, 1997)

Menurut Winarno (1997), tubuh kita mengandung lebih banyak kalsium daripada mineral lain. Diperkirakan 2% berat badan orang dewasa atau sekitar 1,0-1,4 kg terdiri dari kalsium. Kebutuhan tubuh akan kalsium atau zat kapur adalah 0,8 gram sehari bagi orang dewasa normal.

Berdasarkan Standar Perdagangan (SP) 144-1982 dalam BIP DKI Jakarta (1993) yang ditetapkan Departemen Perdagangan Indonesia, penggolongan daging sapi menurut kelasnya adalah sebagai berikut :

Golongan (kelas) I, meliputi daging bagian

1. Has dalam (*fillet*)
2. Tanjung (*rump*)
3. Has luar (*sirloin*)
4. Lemusir (*cube roll*)
 - Kelapa (*inside*)
 - Penutup
 - Pendasar + gandik (*silver side*)

Golongan (kelas) II, meliputi daging bagian

1. Paha depan
 - Sengkel (*shank*)
 - Daging paha depan (*chuck*)
2. Daging iga (*rib meat*)
3. Daging punuk (*blade*)

Golongan (kelas) III, meliputi daging lainnya yang tidak termasuk golongan I

dan golongan II, yaitu :

1. Samsan (*flank*)
2. Shandung lamur (*brisket*)
3. Daging bagian lainnya

Penggolongan daging sapi secara visual memiliki karakteristik yang tidak jauh berbeda. Tabel.8 akan menjelaskan karakteristik visual dari daging sapi berdasarkan golongan atau kelasnya.

Tabel 8. Ciri-ciri dan karakteristik daging sapi berdasarkan golongan.

Karakteristik	Ciri-ciri		
	Golongan I	Golongan II	Golongan III
Warna	merah khas daging segar	merah khas daging segar	merah khas daging segar
Bau	khas daging segar	khas daging segar	khas daging segar
Penampakan kekenyalan	kering kenyal	lembab kurang kenyal	basah lembek

Sumber : Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2010

Produk-produk olahan yang berasal dari daging sapi banyak tersebar, yaitu berupa baso, abon, cornet, dan sosis. Macam-macam produk olahan ini telah mengalami perubahan dan penambahan dari bentuk aslinya yaitu daging sapi. (Wikipedia. 2013).

Tubuh sangat membutuhkan protein, karena protein berfungsi menyediakan bahan-bahan yang penting dimana bahan-bahan yang tersedia dari protein dapat memelihara jaringan tubuh. Protein bekerja sebagai pengatur kelangsungan proses didalam tubuh serta memberikan tenaga bila karbonhidrat dan lemak tak mampu mencukupi kebutuhan.

Protein sebagai zat pembangun, yaitu merupakan bahan pembangun jaringan baru. Dengan demikian protein amatlah penting bagi semua taraf kehidupan mulai dari masa anak-anak, remaja yang sedang bertumbuh, juga pada masa hamil dan menyusui pada wanita dewasa, kondisi masa penyembuhan, demikian juga untuk orang yang lanjut usia. Tubuh yang menerima cukup makanan bergizi akan mempunyai simpanan-simpanan protein untuk digunakan dalam keadaan darurat. Tetapi bila keadaan tidak menerima

menu seimbang atau mencukupi kebutuhan tubuh berlanjut terus, maka gejala-gejala kurang protein akan timbul.

Protein sebagai pengatur, yaitu pemeliharaan serta pengaturan proses-proses yang berlangsung di dalam tubuh. Hormon yang mengatur proses pencernaan dalam tubuh adalah terdiri dari protein. Protein membantu mengatur keluar masuknya cairan, nutrient (zat gizi) dan metabolit dari jaringan masuk ke saluran darah. Protein sebagai bahan bakar, karena protein mengandung unsur karbon. Protein menyediakan energy bagi kelangsungan aktifitas tubuh, protein akan dibakar sebagai sumber energi (Suhardjo dan Kusharto, 1992).

Kebutuhan protein dalam tubuh sangatlah penting, karena protein adalah sumber energi dalam tubuh serta sumber kalori yang relatif sangat mahal dibandingkan dengan karbohidrat dan lemak. Sebanyak 4 kkalori energi dapat dihasilkan dari 1 gram protein. Protein dibagi menjadi dua yaitu protein nabati dan protein hewani. Protein nabati dapat dihasilkan dari kacang-kacangan dan protein hewani didapat dari bahan makanan berupa daging, ikan, telur dan organ hewan.

Kebutuhan protein dalam tubuh sangatlah penting, karena protein adalah sumber energi dalam tubuh serta sumber kalori yang relatif sangat mahal dibandingkan dengan karbohidrat dan lemak. Sebanyak 4 kkalori energi dapat dihasilkan dari 1 gram protein. Protein dibagi menjadi dua yaitu protein nabati dan protein hewani. Protein nabati dapat dihasilkan dari kacang-kacangan dan protein hewani didapat dari bahan makanan berupa daging, ikan, telur dan organ hewan.

Pada umumnya bahan makanan yang menghasilkan protein nabati mengandung asam amino yang kurang lengkap, sedangkan protein hewani mengandung asam amino yang lengkap. Apabila bahan makanan terdiri dari berbagai macam, maka kekurangan salah satu asam amino dalam suatu bahan makanan akan ditutupi oleh kelebihan asam amino yang sama dari bahan makanan lainnya (Indriani, 2007).

Protein berdasarkan asam amino pembentuknya, dikelompokkan menjadi protein sempurna, protein tidak sempurna, dan protein kurang sempurna.

Kasein pada susu, albumin pada telur merupakan protein sempurna.

Berdasarkan sumber pangannya, protein dibedakan atas protein hewani dan protein nabati. Protein hewani banyak terdapat pada daging, telur, ikan dan susu yang merupakan protein sempurna berasal dari sumber pangan protein hewani (Tejasari, 2005).

2. Pola Konsumsi Pangan

Konsumsi pangan merupakan banyaknya atau jumlah pangan, secara tunggal maupun beragam, yang dikonsumsi seseorang atau sekelompok orang yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan fisiologis, psikologis dan sosiologis.

Tujuan fisiologis adalah upaya untuk memenuhi keinginan makan atau untuk memperoleh zat-zat gizi yang diperlukan tubuh. Tujuan psikologis adalah untuk memenuhi kepuasan emosional atau selera, sedangkan tujuan sosiologis adalah untuk memelihara hubungan manusia dalam keluarga dan masyarakat. (Sediaoetama, 1996)

Konsumsi, jumlah dan jenis pangan dipengaruhi oleh banyak faktor. Menurut Harper *et al* (1986), faktor-faktor yang sangat mempengaruhi konsumsi pangan adalah jenis, jumlah produksi dan ketersediaan pangan. Untuk tingkat konsumsi (Sediaoetama, 1996), lebih banyak ditentukan oleh kualitas dan kuantitas pangan yang dikonsumsi. Kualitas pangan mencerminkan adanya zat gizi yang dibutuhkan oleh tubuh yang terdapat dalam bahan, sedangkan kuantitas pangan mencerminkan jumlah setiap gizi dalam suatu bahan pangan. Untuk mencapai gizi yang baik, maka unsur kualitas dan kuantitas harus terpenuhi.

Pola pangan adalah suatu kegiatan mengkonsumsi pangan yang dilakukan sebagai bentuk respon dari pengaruh fisiologis, psikologis, sosial dan budaya. Pola pangan identik sama dengan pola makan dan kebiasaan pangan. Pola konsumsi pangan adalah susunan beragam pangan dan hasil olahannya yang dimakan dengan berpola dan bersiklus oleh orang dan dicerminkan dalam jumlah, jenis, dan sumber bahan makanan (Harper *dkk*, 1986).

Pola konsumsi pangan yang dinilai secara kualitatif secara garis besar meliputi jenis, jumlah, frekuensi yang dimakan. Pangan dalam aspek kebutuhan hidup seseorang menjadi sangat penting dalam mempertahankan hidup, dan pangan menjadi kebutuhan pokok yang wajib untuk dipenuhi. Berbeda dengan kebutuhan hidup lainnya, kebutuhan pangan harus terpenuhi secara cukup. Terpenuhi secara cukup ialah terpenuhi sesuai kebutuhan dan sesuai yang dianjurkan, sebab bila dalam taraf yang berlebih maupun dalam

taraf yang kurang akan menimbulkan masalah gizi dan penyakit (Suhardjo, 1989).

Rumahtangga merupakan naungan didalam proses pola konsumsi pangan. BPS mendefinisikan rumahtangga sebagai seorang atau kelompok orang yang mendiami sebagian atau seluruh bangunan fisik atau bangunan sensus, dan biasanya tinggal bersama serta makan bersama dari satu dapur. Rumahtangga yang umumnya didiami oleh bapak, ibui, anak disebut rumahtangga biasa. Kepala rumah tangga adalah seorang seseorang atau sekelompok anggota rumahtangga yang bertanggung jawab terhadap kebutuhan sehari-hari atau konsumsi rumahtangga atau orang yang ditunjuk untuk bertanggung jawab. Anggota rumahtangga adalah orang yang umumnya mendiami rumahtangga (BPS, 2008). Rumahtangga merupakan akumulasi dari berbagai keputusan yang lahir dari berbagai aspek yang mempengaruhi rumahtangga dalam mengkonsumsi.

Seseorang akan mengkonsumsi suatu pangan karena di sebabkan dengan dua faktor, yaitu faktor yang berasal dari dalam dirinya (intrinsik) dan faktor yang berasal dari luar dirinya (ekstinsik). Faktor sosial dan budaya masuk kedalam faktor ekstrinsik dan faktor instrinsik meliputi hal-hal yang berasal dari pribadi yang mengkonsumsi.

Menurut Indriani (2007), pola konsumsi yang dipengaruhi oleh dua faktor :

1. Faktor dari luar (ekstrinsik)

a. Ketersediaan pangan

Ketersediaan pangan yang beragam akan cenderung menstimulan orang dalam melakukan pilihan pangan. Ketersediaan mencakup jumlah, jenis dan waktu dalam penyediaan bahan pangan, sangat erat kaitannya dengan sektor penyediaan dan jalur distribus. Jarak dari kumpulan produsen menuju areal konsumen. Kondisi jalan dan fasilitas transportasi yang memadai.

Ketersediaan juga dipengaruhi oleh bahan pangan itu sendiri, apakah diproduksi sendiri dalam hal ini ikan telur daging dan susu untuk kajian protein hewani, apakah di impor, hal ini akan berdampak pada harga komoditas atau bahan pangan di konsumen.

b. Pola sosial dan budaya

Pola sosial budaya yang berkembang dari adat istiadat setempat dapat mempengaruhi cara makan seseorang. Pola sosial merupakan suatu tatanan (pola) mengenai kehidupan masyarakat. Adapun kata budaya mengandung arti pikiran, yang merupakan hasil budi manusia. Sehingga menurut Suhardjo (1989), budaya merupakan cara hidup manusia, yang mengajarkan bagaimana orang bertingkah laku dalam memenuhi kebutuhan dasar biologisnya.

Budaya membentuk cara makan seseorang dalam hal : (1) apa yang digunakan sebagai makan, (2) dalam keadaan bagaimana makanan disajikan,

(3) siapa yang menyiapkan makanan, siapa yang menyajikan dan prioritas anggota tertentu dalam pola pembagian pangan, (4) hubungan antara besarnya keluarga dan umur anggota keluarga dengan pola pangan dan status gizi, (5) larangan keagamaan yang berhubungan dengan konsumsi pangan, (6) kapan seorang boleh atau tidak memakannya, (7) apa saja yang dianggap tabu. Pada kenyataan budaya dapat mengkaji sesuatu yang dianggap tabu dan berimbas pada keputusan untuk tidak memakannya.

2. Faktor dari dalam (instrinsik)

Dalam memilih berbagai pangan untuk dikonsumsi, apabila memungkinkan secara pribadi seseorang akan memilih pangan yang sudah dikenal dan disukai. Dengan istilah kesukaan, seseorang akan memberi nilai berbeda untuk merespon pangan tersebut. Perkembangan mental dan pengetahuan seseorang yang di pengaruhi sosial dan budaya, akan mencoba memilih diluar dari apa yang sudah dibentuk didalam budaya keluarga seperti warna, bentuk, dan komposisi pangan.

Di samping, reaksi indra perasa terhadap makanan sangat berbeda dari tiap-tiap orang. Faktor dari dalam juga mencakup pengetahuan gizi dan status kesehatan yang didapat dan dipahami, dengan taraf pengetahuan akan gizi yang baik akan mempengaruhi keputusan dalam mengkonsumsi sebuah bahan pangan.

Menurut Suhardjo (1989) terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi pola konsumsi pangan sebagian besar penduduk yaitu : (1) produksi pangan untuk

keperluan rumah tangga, (2) pengeluaran untuk keperluan rumah tangga, dan (3) pengetahuan gizi dan ketersediaan pangan.

3. Perilaku Konsumen dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya

A. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen memiliki kepentingan khusus bagi konsumen yang ingin merubah perilakunya. Kepentingan khusus tersebut meliputi pemasaran, pendidikan, dan perlindungan konsumen serta kebijakan umum. Pemasar harus mengkaji apa yang menjadi sasaran pelanggan, maka tugas pemasar adalah memahami perilaku konsumen (Kotler, 2000).

Menurut *Engel et'al* (1994), perilaku konsumen adalah respon langsung yang dilakukan konsumen dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului tindakan tersebut. Tindakan membeli dilihat dari pilihan konsumen terhadap merek, jumlah produk, tempat, dan frekuensi pembelian.

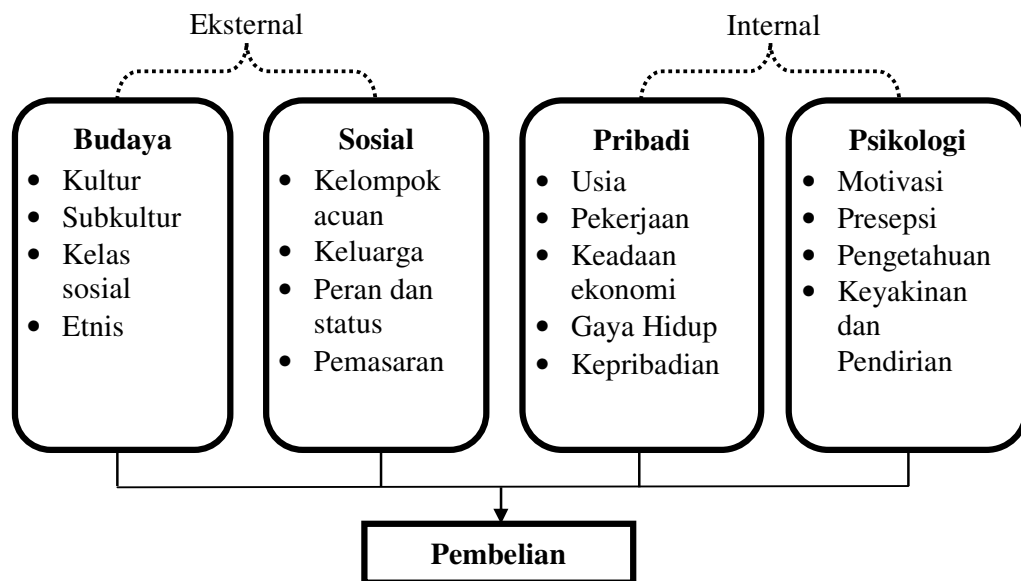
Menurut Robert East dalam Hady (2008), secara garis besar keputusan konsumen dalam membeli beragam, maka jenis-jenis konsumsi dapat digolongkan menjadi pembelian penting, konsum rutin, konsumsi karena terpaksa dan konsumsi group.

- a). Pembelian penting, jenis konsumsi biasanya hanya terjadi sekali saja dalam pengambilan keputusan karena kurangnya pengalaman sebagai dasar pembuatan keputusan.

- b). Konsumsi rutin, pembelian yang dilakukan secara berulang, yaitu jika seseorang yang berbelanja ke pasar dan membeli kembali produk yang sama pada saat kunjungan terakhir di pasar tersebut.
- c). Konsumsi karena terpaksa, jenis konsumsi yang dilakukan konsumen karena tidak ada pilihan selain membeli dan mengkonsumsi.
- d). Konsumsi grup, jenis konsumsi yang dilakukan secara individual dan secara berkelompok.

B. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler (2000) adalah pengaruh internal dan pengaruh eksternal dari konsumen yang melakukan pembelian.



Gambar 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Sumber : Kotler. (2000)

(1) Faktor Ekternal

a. Budaya

Budaya adalah faktor penentu keinginan perilaku yang paling mendasar. Menurut *Engel et al* (1994) budaya mengacu pada serangkaian nilai, gagasan, sikap dan simbol lain sebagai media komunikasi, membuat tafsiran dan mengevaluasi sebagian anggota masyarakat.

Menurut Stanton, (1996) dalam Hady, (2008) menjelaskan kultur atau kebudayaan adalah simbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia sebagai penentu dan pengatur tingkah laku manusia dalam bermasyarakat. Etnis adalah suatu kelompok masyarakat yang hidup dengan budaya dari leluhurnya yang merupakan batasan-batasan spiritual, bercocok tanam, serta hidup bermasyarakat. Kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relative homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarki dan memiliki anggota dengan nilai-nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial tidak hanya mencerminkan penghasilan, tetapi juga indikator lain seperti pekerjaan, pendidikan, dan tempat tinggal. Kelas sosial dapat dicirikan dengan berbeda dalam busana, cara berbicara, preferensi rekreasi dan lain-lain (Kotler, 2000).

b. Sosial

Kelompok acuan adalah semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap atau tidak langsung terhadap sikap yang tercipta atau keputusan terhadap pemakaian barang. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Keluarga merupakan

objek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai.

(2). Faktor Internal.

a. Pribadi

Keputusan pembeli dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yang menyangkut usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli. Kepribadian sangat melekat terhadap unsure pembentuk respon tiap manusia, dan kepribadian tuap-tiap orang berbeda. Kepribadian menunjukkan karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan konsisten dan relatif lama untuk berubah dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Secara garis besar kepribadian dijelaskan dengan cirri-ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kemampuan beradaptasi.

b. Psikologi

Motivasi adalah dorongan dari dalam diri yang menjadi dasar untuk bertindak dan memutuskan. Sesuatu kebutuhan akan dipilih berdasarkan motivasi apabila hal itu didorong dari dalam diri hingga mencapai tingkat intensitas yang memadai. Presepsi adalah proses bagaimana seorang individu memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk

mendapatkan gambaran yang memiliki arti, dengan kata lain pemahaman terhadap produk yang akan dibeli. Pengetahuan dapat merubah perilaku yang timbul dari pengalaman sebelumnya. Pembelajaran yang menghasilkan pengetahuan berawal dari petunjuk, tanggapan respon dan informasi yang dimiliki. Keyakinan merupakan suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu. Pendirian menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan emosional, kecendrungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa objek atau gagasan.

4. Permintaan dan Konsep Elastisitas

a. Permintaan

Teori dasar yang digunakan adalah teori permintaan yang menyatakan bahwa suatu rumah tangga atau individu sebagai konsumen akan selalu berusaha untuk memperoleh kepuasan maksimum dari barang yang dikonsumsinya. Kepuasan maksimum dimaksudkan sebagai nilai daya guna yang diberikan oleh barang yang dikonsumsi. Namun demikian untuk mencapai kepuasan maksimum, konsumen dibatasi oleh pendapatan yang digunakan untuk membelanjakan berbagai barang yang dibutuhkannya. Hal ini berarti bahwa ada pengalokasian pendapatan yang optimum oleh konsumen untuk memperoleh sejumlah barang yang memberikan daya guna (utilitas) maksimum.

Menurut Lipsey dkk., (1995), beberapa variabel yang mempengaruhi jumlah barang yang diminta adalah harga komoditi/barang itu sendiri, harga komoditi lain, pendapatan, rata-rata penghasilan rumah tangga (distribusi pendapatan), selera, dan besarnya populasi atau jumlah penduduk.

Secara matematis variabel-variabel tersebut dapat dibentuk dalam suatu fungsi berikut :

$$Q_{dx} = f(P_x, P_y, I, T, N) \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

Q_{dx}	= jumlah barang x yang diminta
P_x	= harga barang x
P_y	= harga barang y
I	= pendapatan
T	= selera
N	= populasi

Perubahan faktor-faktor diatas akan mempengaruhi kurva permintaan. Kurva permintaan menggambarkan hubungan fungsional antara harga dan jumlah yang diminta. Perubahan harga barang itu sendiri akan menyebabkan perpindahan sepanjang kurva permintaan, dengan demikian kuantitas yang diminta akan menurun. Oleh karena itu, perubahan pendapatan, perubahan harga barang lain, perubahan selera, perubahan populasi akan menggeser seluruh kurva permintaan kearah kiri atau kearah kanan (Lipsey dkk., 1995).

Dalam menganalisis suatu fungsi permintaan harus dibedakan antara permintaan dan jumlah komoditas yang diminta. Permintaan menggambarkan keadaan keseluruhan daripada hubungan diantara faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan jumlah komoditas yang diminta. Oleh karena itu, jumlah komoditas yang diminta menggambarkan banyaknya jumlah komoditas yang diminta pada suatu tingkat harga tertentu.

Permintaan seseorang atau sesuatu masyarakat atas suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Di antara faktor-faktor tersebut yang terpenting adalah (1) harga barang itu sendiri, (2) harga barang-barang lain yang mempunyai kaitan

erat dengan barang tersebut, (3) pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat, (4) corak distribusi pendapatan dalam masyarakat, (5) cita rasa masyarakat, (5) jumlah penduduk, (6) ramalan mengenai keadaan mendatang (Sukirno, 2003).

b. Konsep Elastisitas

Menurut Sukirno (2003), elastisitas adalah kepekaan komoditas yang diminta terhadap salah satu faktor yang mempengaruhi fungsi permintaan. Elastisitas permintaan adalah suatu pengukuran kuantitatif yang menunjukkan sampai dimana responsif perubahan harga terhadap perubahan permintaan.

Menurut Lipsey dkk., (1995), elastisitas permintaan cenderung dipengaruhi oleh perubahan harga, sehingga sering disebut elastisitas harga. Perubahan jumlah barang yang diminta dapat dipengaruhi oleh perubahan harga barang itu sendiri, dapat diukur dengan elastisitas harga.

Ukuran kuantitatif yang menyebabkan besar kecilnya pengaruh perubahan harga atau faktor-faktor lain diluar perubahan harga yang mengakibatkan perubahan permintaan disebut elastisitas. Dengan mengetahui bagaimana harga dan jumlah komoditas yang diperjualbelikan berubah (Sugiarto, 2000)

Elastisitas permintaan dibedakan menjadi tiga konsep yaitu (a) elastisitas harga, (b) elastisitas permintaan silang (c) elastisitas permintaan pendapatan.

(a). Elastisitas harga

Dalam menganalisis akibat perubahan harga keatas perubahan jumlah barang yang diminta adalah penghitungan koefisien elastisitas permintaan atau E_d . Koefisien tersebut adalah angka penunjuk yang menggambarkan seberapa besarkah perubahan jumlah barang yang diminta bila dibandingkan dengan tingkat perubahan harga.

Secara matematis koefisien elastisitas permintaan terhadap harga (E_d) menggunakan rumus :

$$E_d = \frac{\text{Persentasi perubahan jumlah barang yang diminta}}{\text{Persentasi perubahan harga}}$$

$$E_d = \frac{\frac{Q_1 - Q}{Q}}{\frac{P_1 - P}{P}} \dots\dots\dots (2)$$

$$E_d = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} \qquad E_d = \frac{\Delta Q}{Q} \times \frac{P}{\Delta P}$$

Bila angka elastisitas permintaan (E_d) lebih kecil dari pada satu ($E_d < 1$), maka permintaan dikatakan inelastis. Inelastis menunjukkan bahwa presentasi perubahan jumlah yang diminta lebih kecil dari presentasi perubahan harga. Menurut Sukirno (2004), hal ini disebabkan karena harga dan jumlah barang yang diminta mengalami perubahan kearah berbalikan dan merupakan kondisi yang selalu akan terjadi.

Bila angka elastisitas permintaan (E_d) lebih besar dari pada satu ($E_d > 1$), maka permintaan dikatakan elastis. Bila angka elastisitas permintaan sama dengan satu ($E_d = 1$), maka permintaan dikatakan elastis uniter. Elastis uniter adalah presentase perubahan sama antara perubahan harga dan jumlah barang yang diminta. Semakin peka jumlah yang diminta terhadap perubahan harga, maka semakin besar angka elastisitas permintaannya (Lipsey dkk., 1995).

(b). Elastisitas permintaan silang

Menurut Sukirno (2003), elastisitas permintaan silang adalah koefisien yang menunjukkan sampai di mana besarnya perubahan permintaan ke atas sesuatu barang apabila terjadi perubahan keatas harga barang lain atau dengan ringkas disebut elastisitas silang. Secara matematis koefisien elastisitas silang (E_c) menggunakan rumus :

$$E_c = \frac{\text{Persentasi perubahan jumlah barang Y yang diminta}}{\text{Persentasi perubahan harga barang X}}$$

$$E_c = \frac{\frac{X_1 - X}{X}}{\frac{Y_1 - Y}{Y}} \dots \dots \dots (3)$$

$$E_c = \frac{\frac{\Delta X}{X}}{\frac{\Delta Y}{Y}} \quad E_d = \frac{\Delta X}{X} \times \frac{Y}{\Delta Y}$$

Bila angka elastisitas silang positif ($E_c > 1$) maka barang A dan B adalah substitusi, karena peningkatan harga barang B akan membuat jumlah barang A yang diterima meningkat. Bilai angka elastitas silang negatif ($E_c < 1$), maka

barang A dan B adalah komplementer, karena harga barang B akan membuat barang A yang diminta menurun (Lipsey, 1995).

(c). Elastisitas permintaan pendapatan

Elastisitas permintaan pendapatan atau diringkas dengan elastisitas pendapatan adalah koefisien yang menunjukkan seberapa besar perubahan permintaan keatas suatu barang sebagai akibat dari perubahan pendapatan pembeli atau konsumen. Secara matematis koefisien elastisitas pendapatan (E_i) menggunakan rumus :

$$E_i = \frac{\text{Persentasi perubahan jumlah barang yang diminta}}{\text{Persentasi perubahan pendapatan}}$$

$$E_i = \frac{\frac{x_1 - X}{X}}{\frac{i_1 - i}{i}} \dots \dots \dots (4)$$

$$E_c = \frac{\frac{\Delta X}{X}}{\frac{\Delta i}{i}} \quad E_d = \frac{\Delta X}{X} \times \frac{i}{\Delta i}$$

Bila angka elastisitas pendapatan kurang dari satu ($E_i < 1$), maka disebut tidak elastis, artinya apabila perubahan pendapatan menimbulkan perubahan yang kecil saja keatas jumlah yang diminta (barang inferior). Bila angka elastisitas pendapatan adalah sama dengan nol ($E_i = 0$), maka terjadi kenaikan pendapatan yang tidak menyebabkan kenaikan jumlah barang yang diminta (barang netral). Elastis pendapatan dikatakan elastis jika angka koefisien elastisitas pendapatan lebih dari satu ($E_i > 1$), hal ini terjadi apabila perubahan pendapatan menimbulkan pertambahan permintaan yang lebih besar daripada perubahan pendapatan (barang superior).

B. Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Analisis	Hasil
1	Arianto (2011)	<i>Pola Makan Mie Instan</i>	Strukturalisme Levi- Strauss	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai-nilai pada mahasiswa yang mengolah dan mengkonsumsi mie instan adalah: kreatif, sosial, ekonomi, dan bersih. 2. Mahasiswa percaya bila makan mie instan dapat menghindari resiko kegemukan maupun kolesterol 3. Terdapat enam variasi pola makan mie instan menurut waktu serta tiga variasi pola makan mie instan menurut kualitas hari.
2	Burhanuddin dan Atmakusuma (2002)	<i>Analisis Preferensi dan Pola Konsumsi Kerbau Pada Konsumen Rumahtangga di Kabupaten Pandeglang</i>	Regresi Linier Berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat kesukaan masyarakat di Pandeglang dalam mengkonsumsi daging kerbau selain masih sangat dipengaruhi adat-istiadat. 2. Jumlah permintaan daging kerbau dipengaruhi oleh pendapatan rumahtangga dan tidak dipengaruhi oleh harga daging kerbau, harga daging ayam dan jumlah anggota keluarga.
3	Kahar (2010)	<i>Analisis Pola Konsumsi Daerah Perkotaan dan Perdesaan Serta Keterkaitannya Dengan Karakteristik Sosial Ekonomi Di Provinsi Banten</i>	Almost Ideal Demand System	<ol style="list-style-type: none"> 1. Didaerah perkotaan konsumsi telur, daging, susu cenderung lebih tinggi, dan berpengaruh terhadap karakteristik sosial ekonomi. 2. Pendapatan/pengeluaran mempengaruhi tingkat konsumsi di perkotaan dan perdesaan.

4 Laily dan Zaini (2006)	<i>Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pengeluaran Konsumsi Untuk Makanan Berprotein dengan Menggunakan Regresi Tobit</i>	Regresi Tobit	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengeluaran konsumsi untuk makanan berprotein secara signifikan dipengaruhi oleh jumlah anggota keluarga, proporsi pengeluaran pangan dan pegeluarn pangan. 2. Pengeluaran konsumsi untuk makanan berprotein di daereah perdesaan dipengaruhi secara signifikan oleh jumlah anggota keluarga, umur kepala rumahtangga dan proporsi pengeluaran pangan. Sedangankan untuk perkotaan dipengaruhi secara signifikan oleh jumlah anggota rumahtangga, proporsi pengeluaran dan pengeluaran perbulan perkapita.
5 Purba (2004)	<i>Analisis Perubahan Pola Konsumsi Daging di Indonesia</i>	LA/AIDS (Almost Ideal Demand System)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat partisipasi dan konsumsi daging lebih besar di daerah perkotaan dari pada di perdesaan. Tingkat partisipasi dan tingkat konsumsi daging menurun saat krisis dan kembali meningkat pasca krisis. 2. Semakin tinggi tingkat pendapatan, maka tingkat konsumsi daging semakin tinggi. 3. Permintaan konsumsi atas daging dipengaruhi secara nyata oleh pendapatan, harga daging, dan jumlah anggota rumah tangga. Jumlah anggota rumahtangga berhubungan positif dengan pangsa pengeluaran untuk daging

6	Sayekti (2008)	<i>Konsumsi Pangan Rumah tangga di Wilayah Historis Pangan Beras dan Nonberas di Indonesia</i>	Deskriptif dan Kualitatif berdasarkan Hasil Survey Sosial Ekonomi Nasional	1. Semakin tinggi pendapatan maka semakin rendah konsumsi pangan yang besumber dari bahan-bahan pangan karbohidrat seperti padi-padian, serta semakin tinggi pula konsumsi sumber protein hewani daging, telur, dan susu.
----------	-----------------------	--	---	--

Jadi penelitian ini layak untuk dilanjutkan berdasarkan penelitian yang sudah ada, tempat yang mempegaruhi harga untuk tiap-tiap potongan daging sapi akan membuat penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya.

Keragaman taraf hidup di Kota Bandar Lampung, serta ruang lingkup yang lebih kecil dalam skala Kota Bandar Lampung membuat penelitian ini menjadi lebh memprioritaskan kajian yang berkembang di dalam masyarakat Kota Bandar Lampung.

C. Kerangka Pikir

Proses pengambilan keputusan konsumen tidak memerlukan waktu yang lama, tergantung pada jenis daging dan harga yang berlaku. Gaya hidup yang sadar akan nilai gizi menjadi acuan untuk masyarakat mulai meningkatkan konsumsi terhadap daging sapi sebagai sumber protein hewani. Masing-masing rumah tangga akan berbeda-beda dalam mengonsumsi daging sapi dengan berbagai faktor yang mempengaruhinya.

Daging sapi merupakan sumber bahan pangan hewani, mengandung unsur gizi yang cukup tinggi berupa protein dan energi. Peran serta ibu rumah tangga sangat erat dalam mengonsumsi daging sapi. Daging sapi menjadi pilihan yang baik jika pendidikan dan informasi yang dimiliki ibu rumah tangga juga sangat baik, hal ini menjadi pertimbangan ketika diperhadapkan dengan produk-produk daging sapi olahan.

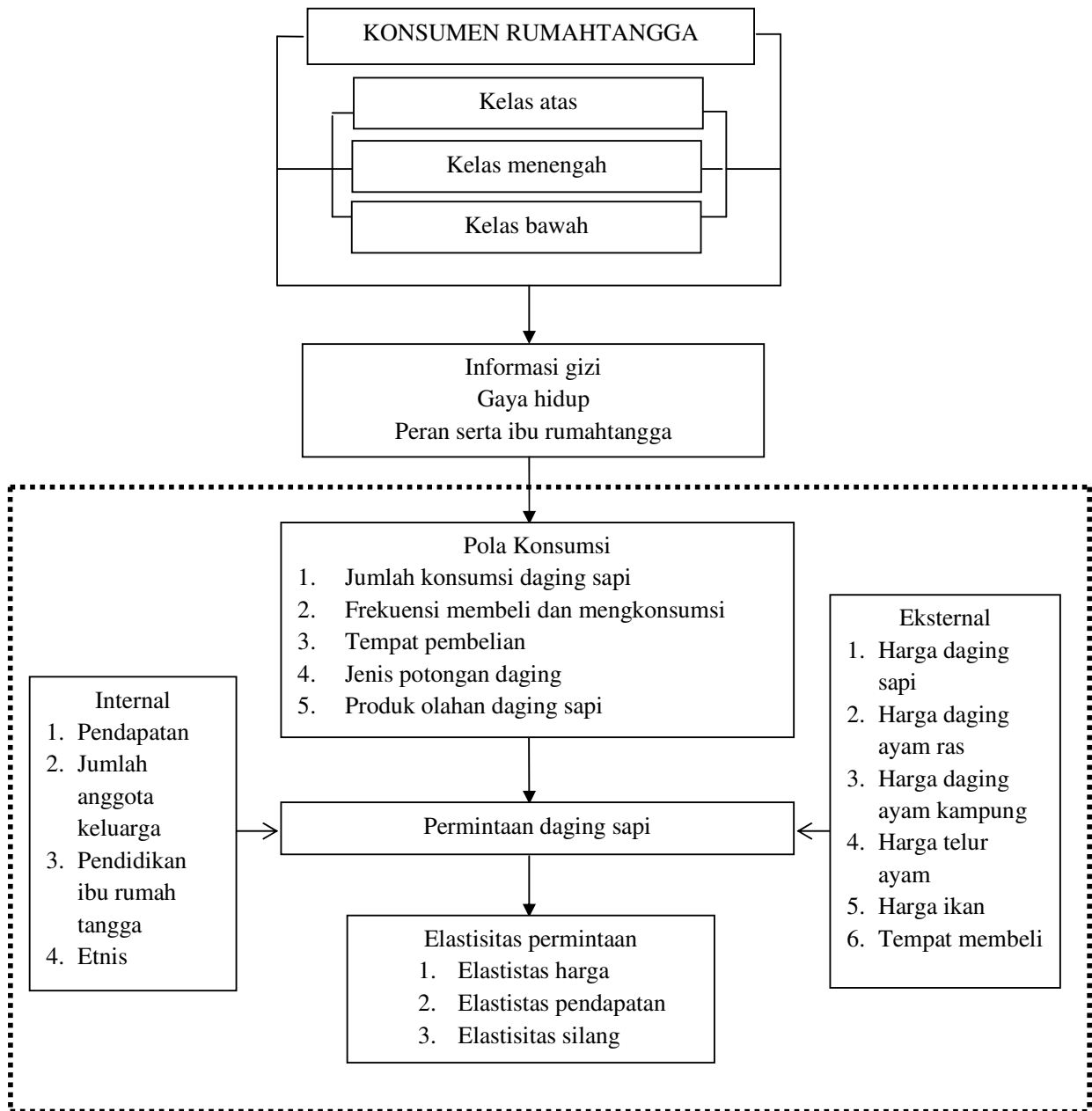
Penelitian ini menganalisis konsumsi rumah tangga terhadap daging sapi, mulai dari jenis, jumlah, frekuensi dan tempat pembelian. Selain pola konsumsi, penelitian ini juga menganalisis permintaan daging sapi dipengaruhi oleh berbagai faktor, faktor-faktor tersebut terdiri faktor internal dan eksternal. Faktor eksternal adalah harga daging sapi, harga barang lain yang merupakan barang substitusi dari barang tersebut, tempat membeli dan ketersediaan pasokan. Faktor eksternal ini merupakan atribut-atribut yang akan dianalisis untuk mengetahui preferensi dan tanggapan konsumen terhadap daging sapi. Dari preferensi dan tanggapan konsumen akan diketahui bagaimana sikap konsumen terhadap produk dan atribut-atribut tersebut. Sedangkan faktor internal yaitu tingkat pendapatan, jumlah anggota keluarga dan tingkat pendidikan. Faktor ini yang diduga

mempengaruhi keputusan mengkonsumsi dari lini internal didalam rumahtangga. Besar kecilnya pembelian akan dipengaruhi oleh daya beli konsumen. Kemampuan membeli merupakan indikator dari tingkat sosial ekonomi seseorang yang diukur dari besarnya pengeluaran terhadap barang dan jasa , karena besarnya pengeluaran erat hubunganya dengan pendapatan. Kerangka pemikiran tersebut di atas dapat disusun melalui paradigma penelitian pada Gambar 3.

D. Hipotesis

Dari uraian yang telah dikemukakan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Diduga permintaan daging sapi dipengaruhi oleh harga daging sapi itu sendiri, harga bahan pangan lain (harga daging ayam ras, harga daging ayam buras, harga daging kambing, harga telur ayam, harga ikan), jumlah anggota rumahtangga, pendapatan keluarga, tingkat pendidikan ibu rumah tangga, dan tempat pembelian.



Keterangan :

..... = Dianalisis

Gambar 3. Kerangka pikir analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi daging sapi pada rumah tangga di Kota Bandar Lampung.