

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Populasi burung puyuh *Coturnix coturnix japonica* atau *Japanese quail* di Indonesia terus mengalami peningkatan, pada tahun 2015 populasinya mencapai 13.781.918 ekor, tahun 2016 populasinya mencapai 14.087.722 ekor, tahun 2017 populasinya mencapai 14.569.549 ekor dan tahun 2018 populasinya 14.877.105 ekor. Sedangkan di Jawa Timur juga mengalami peningkatan pada tahun 2015 populasinya mencapai 2.931.450 ekor, tahun 2016 populasinya mencapai 3.281.998 ekor, tahun 2017 populasinya mencapai 3.684.999 ekor, tahun 2018 populasinya mencapai 3.688.687 ekor (Kementrian Pertanian Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2020) Berdasarkan data tersebut, burung puyuh di Indonesia memiliki potensi untuk terus dikembangkan baik sebagai penghasil telur maupun daging. Burung puyuh yang berkembang di Indonesia secara umum memiliki ciri-ciri bulu berwarna hitam atau coklat, tubuh relatif kecil, memiliki kaki yang pendek, dan produksi telurnya bisa mencapai 300 butir/ekor/tahun (Alarsi, Anang, & Setiawan , 2016).

Banyaknya permintaan pasar pada saat ini, memberikan kesempatan bagi para peternak untuk meningkatkan produksi telur puyuh. Minimnya produksi menjadi masalah bagi peternak karena berdampak terhadap kurangnya upaya untuk memenuhi permintaan pasar. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan adalah harga barang itu sendiri, harga barang lain yang terkait, tingkat pendapatan per kapita, selera atau kebiasaan, jumlah anggota keluarga, perkiraan harga dimasa mendatang, distribusi pendapatan serta usaha-usaha produsen meningkatkan penjualan (Prathama, 2010). Hasil penelitian menyimpulkan bahwa semakin tinggi pendapatan cenderung semakin tinggi konsumsi pangan hewani. Artinya peningkatan pendapatan akan meningkatkan daya beli terhadap konsumsi pangan hewani (Kemalawaty, 2008).

Telur puyuh merupakan salah satu bahan pangan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat di Indonesia. Telur puyuh merupakan salah satu sumber protein hewani yang mengandung nutrisi yang baik bagi kehidupan manusia. Berikut ini

dapat dilihat tabel yang menunjukkan konsumsi beberapa jenis telur per kapita di Indonesia tahun 2013-2014.

Tabel 1 Konsumsi Beberapa Jenis Telur Per Kapita

No	Komoditas	Tahun 2013-2014 (kg per kapita)	Pertumbuhan (%)
1	Telur Ayam ras	6.15-6.31	3
2	Telur ayam kampung	2.61-2.61	0
3	Telur itik	1.83-1.51	-17
4	Telur Puyuh	3.39-3.75	11
5	Telur asin	1.04-0.94	-10

Sumber: Pusat Data dan Informasi Pertanian, 2015

Berdasarkan Tabel 1 konsumsi masyarakat terhadap telur puyuh mengalami pertumbuhan sebesar 11 persen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi masyarakat terhadap telur puyuh per kapita yang terus meningkat. Kebutuhan masyarakat yang terus meningkat mencerminkan selera masyarakat yang baik terhadap telur puyuh itu sendiri.

Permintaan telur puyuh di Indonesia cukup tinggi, hal ini dibuktikan dengan adanya data permintaan telur puyuh di Indonesia pada tahun 2017 sebesar 728 juta kg (Asosiasi Peternak Puyuh Indonesia, 2018). Permintaan masyarakat terhadap telur puyuh diperkirakan akan meningkat di masa yang akan datang. Fenomena telur ayam ras yang seringkali mengalami kenaikan harga menyebabkan menurunnya jumlah permintaan oleh konsumen. Berbeda dengan telur puyuh, meskipun harganya lebih tinggi dari telur ayam ras namun jumlah permintaan dan harganya tetap stabil di pasaran.

Kabupaten Banyuwangi merupakan daerah yang potensial di bidang peternakan dengan kondisi geografi dan iklimnya yang sangat mendukung untuk pengembangan usaha peternakan. Salah satu komoditi peternakan yang banyak digemari oleh masyarakat yaitu telur puyuh. Produksi telur puyuh dari tahun ke tahun mengalami peningkatan dari tahun ke tahun merupakan salah satu bukti bahwa Kabupaten Banyuwangi mengalami perkembangan usaha dalam bidang peternakan.

Ada berbagai macam telur unggas yang masuk ke dalam pasar tradisional di Kabupaten Banyuwangi, di mana salah satunya adalah telur puyuh. Jumlah

produksi telur puyuh di Kabupaten Banyuwangi pada tahun 2015 mencapai 92.070 per butir/tahun, produksi pada tahun 2016 mencapai 102.019 per butir/tahun, produksi pada tahun 2017 mencapai 127.680 per butir/tahun, dan pada tahun 2018 mencapai 102.242 per butir/tahun. (Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Banyuwangi, 2019)

Telur puyuh yang dijual memiliki harga yang bervariasi sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembeli, misalnya pada hari besar dengan hari biasa mengalami perubahan harga, selain itu usia juga mempengaruhi permintaan telur puyuh mulai dari anak-anak sampai orang dewasa. Pengaruh pendapatan konsumen juga berpengaruh dalam pengambilan dalam pembelian, karena setiap konsumen memiliki pendapatan yang berbeda-beda. Selera konsumen juga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen karena dipasar tradisional banyak produk yang dijual selain telur puyuh. Jumlah tanggungan juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan telur puyuh, karena setiap konsumen memiliki tanggungan yang berbeda.

Konsumen selalu memiliki alasan untuk memilih produk apa yang akan dibeli. Faktor tersebut merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membentuk referensi diantara jenis produk dalam kelompok pilihan dan membeli produk yang paling disukai. Konsumen telur puyuh memiliki beberapa alasan atau faktor dalam melakukan pembelian telur puyuh yaitu usia konsumen, harga telur puyuh, selera, pendapatan, dan jumlah tanggungan konsumen. Menurut Fitriani et al. (2006) jika harga suatu barang naik, maka konsumen akan beralih mencari barang substitusi sehingga harga telur ayam ras bisa mempengaruhi permintaan. Faktor harga telur puyuh juga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Selera merupakan faktor yang dapat mempengaruhi permintaan konsumen terhadap suatu barang sehingga berapapun harga barang yang diturunkan jika konsumen tidak memiliki selera untuk menggunakan barang tersebut juga sebaliknya. Pendapatan masyarakat mencerminkan daya beli masyarakat sehingga tinggi/rendahnya pendapatan masyarakat akan mempengaruhi kualitas maupun kuantitas permintaan. Hastang et al. (2011) menyatakan bahwa kebutuhan akan

suatu barang akan meningkat seiring dengan banyaknya jumlah anggota keluarga. Pada faktor usia, konsumen akan sangat mempertimbangkan usianya saat akan mengonsumsi telur puyuh dikarenakan mereka takut jika mengonsumsi telur puyuh dengan jumlah banyak akan menimbulkan kolesterol yang berlebihan didalam tubuh.

Dari permasalahan di atas sangat menarik untuk dilakukan penelitian untuk mengkaji pengaruh faktor harga telur ayam ras ( $X_1$ ), harga telur puyuh ( $X_2$ ), selera konsumen ( $X_3$ ), pendapatan ( $X_4$ ), jumlah anggota keluarga ( $X_5$ ), dan usia ( $X_6$ ) terhadap permintaan telur puyuh di Kabupaten Banyuwangi. Selain itu bertujuan untuk mengkaji variabel yang berpengaruh dominan terhadap permintaan telur puyuh di Kabupaten Banyuwangi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka perlu dilakukan penelitian untuk menjawab pertanyaan berikut:

1. Apa sajakah faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur puyuh di Kabupaten Banyuwangi?
2. Faktor-faktor apa yang dominan mempengaruhi permintaan telur puyuh di Kabupaten Banyuwangi?

## **1.3 Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini antara lain yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur puyuh di Kabupaten Banyuwangi.

## **1.4 Manfaat**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Menjadi salah satu informasi dan pengembangan ilmu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur puyuh.

2. Sebagai referensi untuk penelitian yang sama dan sebagai bahan perbandingan sehingga dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi peneliti selanjutnya.