

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan permintaan telur itik dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Sebagai salah satu produk peternakan yang memiliki protein tinggi, telur itik banyak digemari oleh kalangan masyarakat. Menurut Suharno (2002), permintaan telur itik ditingkat konsumen dibagi tiga jenis permintaan. Pertama, permintaan telur itik segar yaitu telur itik yang belum mengalami proses sama sekali. Kedua, permintaan telur olahan, biasanya telur itik yang sudah diasinkan (telur asin). Ketiga, permintaan telur tetas yaitu telur itik yang akan ditetaskan oleh *breeding* (pembibitan itik) untuk menghasilkan anak itik.

Konsumsi telur itik dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi dan peningkatan pendapatan masyarakat akan mendukung diversifikasi pangan. Perlu juga diketahui, untuk pembuatan telur asin hanya telur itik yang cocok. Dengan demikian, peluang penggunaan telur itik sebagai bahan telur asin jauh lebih besar.

Masalah utama dalam ekonomi pertanian adalah tenggang waktu yang cukup lebar dalam proses produksi, biaya produksi, tekanan jumlah penduduk, sistem usaha tani, tetapi ada masalah juga yang sangat penting yang menyangkut kepada semua masalah utama tersebut yaitu pemasaran hasil pertanian.

Jika pemasaran hasil pertanian tidak berhasil maka sia-sialah semua usaha tani yang dilakukan dengan kata lain biaya produksi tidak tercukupi. Masalah inilah yang sering dihadapi petani dimana harga hasil pertanian mereka sangat rendah bahkan ditolak di pasar (Daniel, 2002).

Pasar merupakan tempat yang dipilih konsumen dalam membeli telur unggas. Pemasaran telur ke pasar-pasar tradisional dapat langsung ke pengecer. Telur dari kandang langsung masuk peti dan langsung di lempar ke pasar tersebut dan dijual kepada konsumen akhir. Konsumen dapat memilih kualitas telur unggas beraneka dan harga yang relatif murah, tempat yang nyaman, sejuk, teratur dan aman (Rasyaf, 2002).

Tujuan pemasaran adalah memenuhi, memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan/ konsumen. Jika petani dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen akan permintaan komoditi yang mereka usahakan maka masalah kegagalan pasar atau anjloknya harga dapat diminimalisasi. Oleh sebab itu, petani perlu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli suatu produk (Kotler, 2005).

Konsumen biasanya bersedia membeli lebih banyak jika harga turun. Sebagai contoh, harga yang lebih rendah dapat mendorong konsumen yang sudah membeli barang itu untuk membeli dalam jumlah yang lebih besar lagi, dan memungkinkan pembeli lain yang sebelumnya tidak mampu membeli barang tersebut membeli juga.

Tentu saja, jumlah barang yang bersedia dibeli konsumen dapat bergantung kepada hal-hal lainnya disamping harga. Khususnya pendapatan, adalah sesuatu yang penting. Dengan pendapatan yang semakin tinggi, konsumen dapat membelanjakan uangnya lebih banyak untuk barang apa saja, dan beberapa konsumen akan melakukan hal itu terhadap kebanyakan barang (Pindyck dan Rubinfeld, 2001).

Jumlah penduduk Kabupaten Jember pada tahun 2010 yaitu 2,3 juta jiwa dan pada tahun 2012 menjadi 2,8 juta jiwa mengalami lonjakan hingga 500.000 jiwa. Peningkatan jumlah penduduk diduga meningkatkan jumlah permintaan terhadap sumber protein hewani diantaranya adalah telur itik.

Menurut data statistik Disnak Jatim produksi telur itik di Kabupaten Jember tiga tahun terakhir mengalami tingkat produksi yang berubah-ubah. Produksi telur itik pada tahun 2012 sebesar 1.170.721 kg, produksi telur itik pada tahun 2013 sebesar 1.144.961 kg dan produksi telur itik pada tahun 2014 sebesar 1.172.681 kg. Titik terendah produksi telur itik di Kabupaten Jember yaitu pada tahun 2013 sebesar 1.144.961 kg, perubahan produksi telur itik ini disebabkan adanya fluktuatif harga yaitu pada tahun 2012 telur itik masih dikisaran harga Rp.1.800,-/butir, sedangkan pada tahun 2013 dan tahun 2014 telur itik berada dikisaran harga Rp.2.300,-/butir dan Rp.2.200,-/butir. Keadaan ini tidak terlepas dari adanya pengaruh permintaan yang terjadi di pasar. Permintaan konsumen terhadap suatu

barang sangat berpengaruh, hanya saja faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang perlu adanya analisis.

Sesuai dengan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor Permintaan Telur Itik di Pasar Tanjung Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember”.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian di atas, maka permasalahan yang dapat diangkat menjadi bahan penelitian adalah :

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan telur itik?
2. Bagaimana hubungan karakteristik umur, pekerjaan dan tingkat pendidikan konsumen dalam membeli telur itik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur itik.
2. Untuk mengetahui hubungan karakteristik umur, pekerjaan dan tingkat pendidikan konsumen dalam membeli telur itik.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain adalah :

1. Sebagai pengembangan ilmu pengetahuan di bidang sosial ekonomi peternakan khususnya tentang Analisis Faktor Permintaan Telur Itik di Pasar Tanjung Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.
2. Sebagai informasi bagi peternak dan masyarakat tentang permintaan telur itik.