

Preferences and Demand of Fast Food Outlet for Chicken Meat in Jatinangor District

Preferensi dan Permintaan Pengusaha Ayam Cepat Saji terhadap Daging Ayam di Kecamatan Jatinangor

Sekar Tunjung Biru^{1a}, Muhammad Hasan Hadiana², Hasni Arief²

¹Alumni Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran Tahun 2020

²Staf Pengajar Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran

^aKorespondensi: stunjungb@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui preferensi dan permintaan pengusaha gerai ayam cepat saji terhadap daging ayam di Kecamatan Jatinangor serta hubungan diantara keduanya. Metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan metode sensus dengan menggunakan alat bantu berupa kuesioner dengan responden sebanyak 25 orang. Data dianalisis menggunakan analisis *Multiatribut Fishbein*, distribusi frekuensi biasa, dan analisis Koefisien Kontingensi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sikap pengusaha gerai ayam cepat saji terhadap atribut yang melekat pada daging ayam adalah positif dengan dengan interpretasi cukup pada 19 orang responden (76%). Permintaan daging ayam total pada gerai ayam cepat saji selama 30 hari yaitu sebesar 7.165,7 Kilogram selama periode waktu Januari - Februari 2020 dengan tingkat permintaan yang tinggi terjadi pada waktu akhir pekan. Hubungan antara preferensi dan permintaan daging ayam menunjukkan kekuatan hubungan yang cukup.

Kata kunci: Sikap, Atribut, Konsumen, Keeratan hubungan

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the preferences and demand of fast-food outlets to chicken meat in Jatinangor District and the relation between the two variables. The method used in this study is a quantitative research method with a census method using questionnaires as 25 respondents. Then the data is analyzed using Fishbein Multi-attribute Analysis, ordinary frequency distribution analysis, and Contingency Coefficient analysis. The results of this study indicate that the attitude of the fast-food chain chicken businessman to the attributes inherent in chicken meat is positive with a moderate interpretation as many as 19 respondents (76%). Total chicken meat demand in fast-food chicken outlets for 30 days is 7,165.7 Kilograms from January - February 2020 with a high level of demand occurring on weekends. The relation between preference and demand for chicken shows moderate strength.

Keywords: Attitude, Attribute, Customer, Strenght of the relation

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Daging ayam merupakan salah satu produk peternakan yang memiliki nilai gizi tinggi dengan harga yang ekonomis sehingga digemari oleh kalangan masyarakat. Terjadinya peningkatan kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan zat gizi salah satunya yaitu pemenuhan gizi protein hewani, tentu akan berdampak pada permintaan dari produk hasil peternakan,

salah satunya yaitu daging ayam. Menyadari kegemaran masyarakat akan daging ayam, membuat banyak pengusaha di bidang kuliner membuat produk yang berbahan baku dasar daging ayam.

Pengusaha melihat Jatinangor sebagai kecamatan yang berpotensi tinggi sebagai tempat yang strategis untuk menjalankan bisnisnya. Hal ini beralasan karena Jatinangor terkenal sebagai kota pendidikan dengan adanya beberapa perguruan tinggi, dan merupakan salah satu kecamatan di

Kabupaten Sumedang dengan jumlah penduduk terbanyak sebesar 113.913 jiwa (BPS, 2018). Salah satu peluang usaha bisnis kuliner yang diminati di Kecamatan Jatinangor adalah ayam cepat saji atau *fried chicken*. Jumlah kedai ayam cepat saji yang terus bermunculan di Jatinangor merupakan salah satu tolak ukur bahwa usaha di bidang ini memiliki cukup banyak peminat atau konsumen.

Pengusaha ayam cepat saji ini berperan sebagai konsumen perantara yaitu, konsumen yang membeli suatu produk untuk mereka olah lalu dijual kembali sampai ke konsumen akhir. Pengusaha ayam cepat saji ini dihadapkan pada pertimbangan dalam memilih daging ayam (atribut-atribut yang melekat pada daging ayam yang baik).

Atribut-atribut yang ada pada daging ayam menjadi pertimbangan konsumen perantara dalam memilih daging ayam untuk melakukan pembelian sebagai bahan baku olahannya. Atribut dan preferensi pengusaha gerai ayam cepat saji terhadap daging ayam inilah yang menjadi dasar pengusaha ayam cepat saji untuk melakukan permintaan terhadap daging ayam. Atas dasar kondisi tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai preferensi dan permintaan daging ayam oleh pengusaha gerai ayam cepat saji.

Masalah dan Tujuan Penelitian

Rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi pengusaha gerai ayam cepat saji di Kecamatan Jatinangor terhadap daging ayam berdasarkan atribut yang dipertimbangkan?
2. Berapa besar permintaan daging ayam oleh pengusaha gerai ayam cepat saji di Kecamatan Jatinangor setiap bulannya?
3. Bagaimana hubungan antara preferensi dan permintaan bahan baku daging oleh pengusaha gerai ayam cepat saji?

Adapun tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui preferensi pengusaha gerai ayam cepat saji di Kecamatan Jatinangor terhadap daging ayam berdasarkan atribut yang dipertimbangkan;
2. Mengetahui besaran permintaan daging ayam oleh pengusaha gerai ayam cepat saji di Kecamatan Jatinangor setiap bulannya;
3. Mengetahui apakah terdapat hubungan antara preferensi dan permintaan bahan baku daging oleh pengusaha gerai ayam cepat saji.

METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah preferensi dan permintaan pengusaha gerai ayam cepat saji yang berlokasi di daerah Jatinangor. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus. Metode sensus digunakan karena populasinya yang kecil, sehingga menggunakan metode ini. Di Jatinangor tercatat ada sebanyak 25 gerai ayam cepat saji.

1. Penentuan Daerah Penelitian

Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan karena wilayah tersebut merupakan salah satu daerah yang memiliki banyak populasi penduduk dan merupakan daerah yang ramai karena banyaknya perguruan tinggi di Jatinangor.

2. Penentuan Responden

Data diambil dari responden sebanyak 25 gerai yang ada dengan syarat gerai tersebut menggunakan ayam broiler sebagai bahan baku utamanya. Teknik penentuan sampel tidak dilakukan pada penelitian ini karena dalam penelitian ini digunakan metode sensus yaitu menjadikan semua gerai ayam cepat saji yang ada di Jatinangor sebagai responden penelitian. Gerai ayam cepat saji merupakan suatu tempat yang menyajikan makanan berupa ayam goreng dalam waktu relatif singkat dari pemesanan sampai penyajian kepada pelanggan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan yaitu data primer dimana data primer yaitu data yang didapat secara langsung dari responden yang berupa instrument kuesioner dan wawancara berupa pertanyaan penunjang yang terkait pada penelitian ini. Data penunjang (sekunder) diperoleh dari instansi yang terkait dengan penelitian ini yaitu Badan Pusat Statistik guna menunjang data yang dilampirkan.

4. Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Atribut dan sikap
 - i. Harga merupakan harga jual daging ayam dari peternak atau pedagang ke pengusaha gerai ayam cepat saji yang diukur dalam satuan rupiah per ekor dan diberi penilaian dari murah sampai mahal.
 - ii. Kesegaran daging ayam (warna). Warna daging ayam adalah karakteristik luar daging yang terlihat, dapat dinilai dengan melihat tampilan warna daging dari putih kekuningan sampai tidak berwarna.
 - iii. *Chicken part* atau bagian karkas adalah karkas yang telah dipotong menjadi potongan-potongan yang komersil dan diberi penilaian dari utuh sampai recahan.
 - iv. Aroma daging ayam adalah bau khas dari daging ayam yang dapat dinilai dari segar sampai tidak segar.
 - v. Tekstur daging ayam adalah tingkat keempukan daging ayam yang dapat dirasakan melalui peraba. Tekstur daging ayam dapat dinilai dari kenyal sampai dengan keras.
 - vi. Bobot karkas (Kilogram) adalah berat dari karkas ayam yang akan digunakan untuk pembuatan bahan baku produk diukur dalam

satuan kilogram. Bobot dari karkas ayam dapat dinilai dari berat sampai ringan.

Penilaian kualitatif variable ini digunakan *scoring* dari 1 sampai 5. Nilai 5 digunakan untuk indikator yang paling disenangi (bernilai positif) dan nilai 1 digunakan untuk indikator yang paling tidak disenangi.

- b) Volume permintaan merupakan banyaknya permintaan akan daging ayam setiap harinya dan diukur dalam satuan kilogram per hari.

5. Model Analisis

a. Analisis Multiatribut Fishbein

Analisa multiatribut Fishbein digunakan untuk menentukan sikap pengusaha gerai ayam cepat saji terhadap daging ayam. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2009). Penentuan skala menggunakan model penskoran digunakan dengan menggunakan skala Likert.

Model Fishbein mengemukakan bahwa sikap seorang konsumen terhadap daging ayam akan ditentukan oleh sikapnya terhadap berbagai atribut yang dimiliki oleh daging ayam tersebut. Komponen *bi* mengukur kepercayaan konsumen terhadap atribut yang dimiliki oleh daging ayam. Komponen *ei* mengukur evaluasi kepentingan atribut-atribut yang dimiliki oleh daging ayam. Untuk mengetahui sikap pengusaha gerai ayam cepat saji terhadap atribut-atribut daging ayam, digunakan analisis multiatribut Fishbein dengan rumus:

$$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan:

A_0 : Sikap konsumen terhadap daging ayam

b_i : Tingkat kepercayaan konsumen bahwa daging ayam yang

- dibeli memiliki atribut tertentu (Variabel ke-i)
- ei : Evaluasi konsumen terhadap variable ke-i yang dimiliki daging ayam
- i : Atribut (1,2,3,...n)
- n : Jumlah atribut yang dimiliki objek

b. Analisis *Chocran Q-test*

Analisis *Chocran Q-test* digunakan untuk mengetahui atribut mana yang paling dipertimbangkan atau dipentingkan oleh pengusaha gerai ayam cepat saji dalam memilih daging ayam sebagai bahan baku produknya. Uji Cochran tujuannya menguji K sampel berhubungan mempunyai mean yang sama atau berbeda, serta datanya berbentuk nominal atau ordinal (Sunnyoto, 2012). Hal-hal yang akan dianalisis dalam penelitian ini yaitu harga, kesegaran, daging ayam (warna), *chicken part*, aroma daging ayam, tekstuk daging ayam, dan bobot karkas. Jawaban dari penelitian ini berbentuk “YA” dan “TIDAK”. Rumus Cochran Q-Test adalah sebagai berikut:

$$Q = \frac{[(k-1) \{k(\sum C_j^2) - (\sum C_j)^2\}]}{k(\sum R_i) - \sum R_i^2}$$

Keterangan :

- Q : Nilai untuk Cochran Test
- k : Jumlah variabel
- Cj : Total respon pada j variable (kolom)
- Ri : Total respon pada j variable (baris)

c. Analisis Distribusi Frekuensi

Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat besaran permintaan pengusaha gerai ayam cepat saji setiap bulannya yaitu dengan distribusi frekuensi. Distribusi frekuensi adalah susunan data menurut kelas-kelas tertentu (Hasan, 2005). Distribusi frekuensi memiliki jenis-jenis yang berbeda untuk setiap kriterianya. Berdasarkan kriteria tersebut,

distribusi frekuensi dapat dibedakan tiga jenis salah satunya adalah distribusi frekuensi biasa.

Distribusi frekuensi yang berisikan jumlah frekuensi dari setiap kelompok data. Distribusi frekuensi ada dua jenis yaitu distribusi frekuensi numerik dan distribusi frekuensi peristiwa atau kategori. Penggunaan metode analisis distribusi biasa ini didasari oleh data permintaan daging ayam selama 30 hari dengan melihat rata-ratanya, sedangkan pertumbuhan permintaan dilihat dari rata-rata permintaan daging ayam dari setiap responden.

d. Analisis Chi-square

Untuk mencari tahu terdapat hubungan antara preferensi pengusaha gerai ayam cepat saji dengan banyaknya permintaan pada daging ayam digunakan teknik analisis korelasi kontingensi yang diawali dengan analisis Chi-square Adapun rumus Chi-square adalah sebagai berikut (Siregar, 2013):

$$\chi^2 = \sum \frac{(fo-fe)^2}{fe}$$

Keterangan:

- χ^2 : Chi-square
- fo : Frekuensi observasi
- fe : Frekuensi harapan

Selanjutnya, digunakan koefisien korelasi kontingensi untuk mengukur derajat keeratan hubungan antara kedua variable tersebut. Koefisien kontingensi dirumuskan sebagai berikut:

$$C = \frac{\sqrt{\chi^2}}{\chi^2 + n}$$

Keterangan:

- C : Koefisien kontingensi
- χ^2 : Chi-square
- N : Jumlah sampel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Eksisting Usaha Ayam Cepat Saji di Jatinangor

Wilayah Jatinangor merupakan Kawasan di sebelah timur kota Bandung yang merupakan salah satu Kecamatan yang berada di Kabupaten Sumedang, secara geografis terletak diantara 6°53'43,3"-6°57'41" LS- 107°45'8,5"-107°48'11" BT dengan luas total wilayah sebesar 26.200 Ha. Batas administratif dari wilayah tersebut yaitu:

Sebelah Utara : Kecamatan Sukasari dan Tanjungsari

Sebelah Selatan: Kecamatan Tanjungsari dan Cimanggung

Sebelah Timur : Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung

Sebelah Barat : Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung

Kecamatan Jatinangor ini terdiri dari 12 Desa. Beberapa dari desa tersebut merupakan wilayah yang biasa ditinggali oleh para mahasiswa dari perguruan tinggi yang ada di wilayah Jatinangor sehingga ramai penduduk. Kondisi tersebut tentu saja berimplikasi pada perkembangan berbagai macam rumah makan atau gerai penyedia makanan di Wilayah Jatinangor, salah satunya adalah gerai ayam cepat saji. Sebaran lokasi gerai ayam cepat saji di Wilayah Jatinangor adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Persebaran Wilayah Gerai

No	Desa	Wilayah Sebaran	
		Jumlah	Presentase
1	Cikeruh	6	24%
2	Hegarmanah	5	20%
3	Cipacing	2	8%
4	Sayang	12	48%

Identitas Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 25 orang dan 25 gerai ayam cepat saji yang berbeda. Responden dari penelitian ini mencakup pemilik (*owner*), supervisor, dan karyawan bagian produksi. Responden yang diwawancarai ini memiliki karakteristik yang berbeda-beda

mulai dari jenis kelamin, umur, dan tingkat pendidikan,

1. Usia Responden

Distribusi usia responden dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Usia Responden

No	Usia	Jumlah	
		Orang	%
1	17- 26	17	68
2	>26 - 35	4	16
3	>35 - 44	2	8
4	>44 - 53	2	8

Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah kelompok usia yang paling banyak menjadi responden adalah kelompok usia antara 17–26 tahun yaitu sebanyak 68%. Kelompok usia ini berpengaruh kepada posisi mereka di suatu gerai cepat saji apabila gerai tersebut merupakan gerai *franchise*, dan pada usia ini kebanyakan dari mereka menjadi karyawan bagian produksi dari suatu gerai ayam cepat saji. Kelompok usia di atasnya berperan sebagai supervisor atau penanggung jawab dari gerai ayam cepat saji tersebut, sedangkan untuk rentang usia >44-53 tahun, adalah *owner* dari usaha mereka sendiri. Secara keseluruhan, usia responden berada pada usia yang produktif dalam bekerja.

2. Jenis Kelamin Responden

Distribusi jenis kelamin responden pada Tabel 3.

Tabel 3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	
		Orang	%
1	Laki-laki	22	88%
2	Perempuan	3	12%

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang juga berperan sebagai pelaku usaha gerai ayam cepat saji didominasi oleh laki-laki. Hal ini beralasan karena laki-laki merupakan orang yang bertanggung jawab atas kewajiban mencari nafkah dibandingkan dengan perempuan, walaupun dominasi laki-laki sebagai pencari nafkah berangsur-angsur berubah

dengan adanya perempuan yang masuk ke dunia kerja. Alasan terlibatnya perempuan ke dalam dunia kerja adalah untuk membantu perekonomian keluarga, sebagaimana halnya pada penelitian ini, terdapat pekerja perempuan sebanyak 3 orang (12%) sebagai pelaku usaha menunjukkan bahwa perempuan dapat ikut andil dalam kegiatan berniaga.

3. Pendidikan Responden

Distribusi tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Tingkat Pendidikan Responden

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	
		Orang	%
1	SD	3	12%
2	SMP	9	36%
3	SMA	12	48%
4	S1	1	4%

Tabel 4 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan para responden didominasi pada tingkatan SMA. Meskipun demikian, tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap omset usaha gerai ayam cepat saji. Tingkat pendidikan hanya berpengaruh pada posisi pekerjaan yang ditempatinya seperti posisi supervisor pada gerai ayam cepat saji jenis *franchise*, hampir semuanya memiliki tingkat pendidikan di tingkat SMA; sedangkan untuk posisi karyawan bagian produksi didominasi oleh pendidikan SD atau SMP. Hal ini berbeda lagi pada gerai ayam *non-franchise* atau milik sendiri karena untuk menjadi *owner* atau pemilik suatu usaha tidak memerlukan tingkat pendidikan tertentu.

Preferensi dan Sikap Pengusaha Gerai Ayam Cepat Saji dalam Membeli Daging Ayam

Setiap pengusaha gerai ayam yang membeli daging ayam sebagai bahan baku usahanya memiliki pertimbangan terhadap atribut yang disukainya terhadap daging ayam. Atribut pada daging ayam pada penelitian ini berjumlah 6 atribut yang terdiri dari harga, kesegaran (warna), *chicken part*, aroma daging, tekstur daging, dan bobot karkas. Atribut yang menjadi

pertimbangan tentu saja berbeda-beda pada setiap orang sesuai dengan selera dan kebutuhan masing-masing.

Berdasarkan penelitian lain mengenai atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian pada daging ayam, terkait kualitas dari daging ayam itu sendiri yaitu mencakup warna daging, warna kulit, bau daging, kelembutan kulit dan berat daging. Atribut daging ayam yang telah di uji dengan uji Cochran Q Test adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Atribut Valid dan Tidak Valid Pada Daging Ayam Berdasarkan Analisis Cochran Q Test

Valid/Tidak Valid	No. Atribut	Atribut
Valid	A1	Harga
	A4	Aroma daging
	A5	Tekstur daging
Tidak valid	A2	Kesegaran (Warna)
	A3	Chicken Part
	A6	Bobot karkas

Hasil pada Tabel 5 menunjukkan bahwa atribut yang valid adalah harga, aroma daging, dan tekstur daging. Atribut yang valid tersebut merupakan atribut yang disepakati oleh para responden dalam keputusannya dalam membeli daging ayam. Disepakati dalam hal ini berarti meskipun terdapat perbedaan dari karakteristik para responden, tetapi mereka memiliki proporsi jawaban yang sama terhadap atribut yang dipertimbangkan.

Analisis Fishbein

Preferensi konsumen terhadap suatu produk dapat dilihat dari respon konsumen terhadap suatu atribut yang melekat pada suatu produk. Dari 6 atribut yang tersedia, dilakukan analisa tingkat kinerja atribut dan tingkat kepentingan atribut untuk melihat serberapa percaya dan puas responden dengan daging ayam yang mereka beli untuk bahan baku produknya menggunakan model multiatribut fishbein. Berikut tabel analisis evaluasi dan kepercayaan terhadap atribut:

Tabel 6. Analisis Evaluasi Terhadap Atribut (ei)

Atribut daging ayam	Nilai Skala					Nilai Total	Rata - Rata
	5	4	3	2	1		
ei.1 n	2	9	11	1	2	25	3,32
Skor	10	36	33	2	2	83	
ei.2 n	13	9	3	0	0	25	4,40
Skor	65	36	9	0	0	110	
ei.3 n	2	16	2	0	5	25	3,40
Skor	10	64	6	0	5	85	
ei.4 n	23	1	1	0	0	25	4,88
Skor	115	4	3	0	0	122	
ei.5 n	16	7	1	1	0	25	4,52
Skor	80	28	3	2	0	113	
ei.6 n	3	12	5	2	3	25	3,40
Skor	15	48	15	4	3	85	

Tabel 7. Analisis Kepercayaan Terhadap Atribut (bi)

Atribut daging ayam	Nilai Skala					Nilai Total	Rata - Rata
	5	4	3	2	1		
bi.1 n	5	4	13	3	0	25	3,44
Skor	25	16	39	6	0	86	
bi.2 n	15	7	2	1	0	25	4,44
Skor	75	28	6	2	0	111	
bi.3 n	1	12	1	0	11	25	2,68
Skor	5	48	3	0	11	67	
bi.4 n	24	1	0	0	0	25	4,96
Skor	120	4	0	0	0	124	
bi.5 n	21	2	0	2	0	25	4,68
Skor	105	8	0	4	0	117	
bi.6 n	5	12	4	2	2	25	3,64
Skor	25	48	12	4	2	91	

Berdasarkan Tabel 6 dan 7 dapat dilihat bahwa atribut yang memiliki nilai evaluasi dan kepercayaan yang paling tinggi yaitu aroma daging, tekstur daging, dan kesegaran (warna). Hal ini terjadi karena ketiga atribut tersebut menyangkut dengan kepuasan dari konsumen akhir terhadap produknya sehingga 3 atribut itulah yang mendapatkan nilai evaluasi dan kepercayaan yang tinggi.

Sikap Responden Terhadap Atribut

Sikap konsumen dapat diketahui dengan melihat nilai dari evaluasi atribut dan kepercayaan atribut. Analisis Multiatribut Fishbein ini yang sering digunakan untuk mengetahui sikap konsumen. Nilai sikap konsumen (Ao) diperoleh dari mengalikan skor kepercayaan terhadap atribut dengan skor

evaluasi terhadap atribut . Dari hasil pengalihan tersebut kemudian dijumlahkan sehingga diperoleh nilai sikap konsumen (Ao).

Tabel 8. Sikap Terhadap Atribut

No	Atribut	Total Nilai	Nilai Sikap
1	Harga	11,42	Netral
2	Kesegaran (Warna)	19,54	Sangat Positif
3	Chicken part	9,25	Negatif
4	Aroma daging	24,20	Sangat Positif
5	Tekstur daging	21,52	Sangat Positif
6	Bobot ayam	12,38	Netral
Total		98,30	Positif

Berdasarkan hasil dari tabel 8 dapat disimpulkan bahwa atribut yang memiliki sikap sangat positif adalah aroma daging, tekstur daging, dan kesegaran (warna) daging. Sikap yang sangat positif tersebut memiliki arti bahwa responden setuju bahwa ketiga atribut tersebut merupakan atribut yang paling sesuai dengan selera para responden. Secara keseluruhan, atribut dari daging ayam ini mendapatkan nilai yang positif.

Permintaan Pengusaha Gerai Ayam Cepat Saji Terhadap Daging Ayam

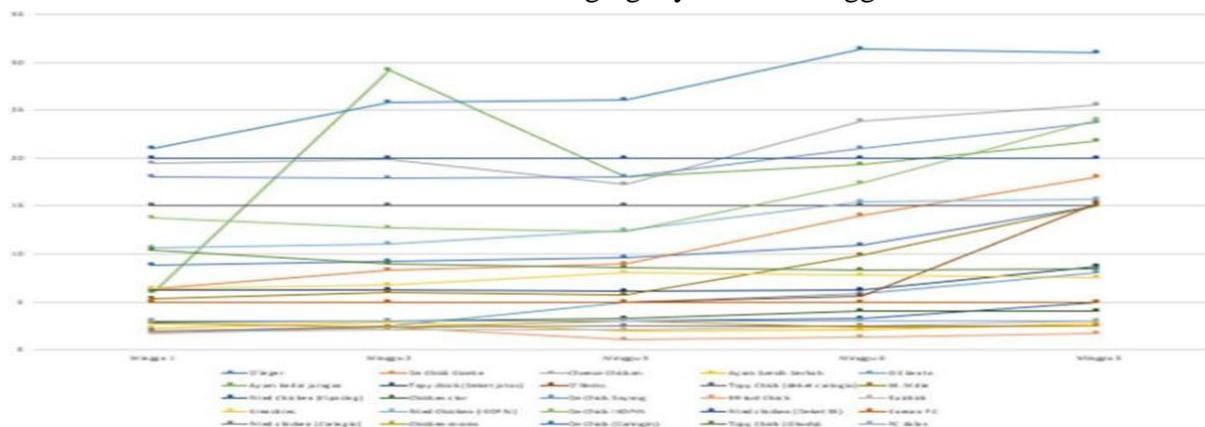
Permintaan (demand) dapat didefinisikan sebagai kuantitas barang atau jasa yang rela dan mampu dibeli oleh konsumen selama periode tertentu berdasarkan kondisi-kondisi tertentu Gaspersz (2005). Dalam melakukan permintaan, pengusaha melakukan ramalan mengenai keadaan pada masa yang akan datang. Pengusaha gerai ayam cepat saji melihat pada saat *weekend* permintaan yang dilakukan oleh para konsumen meningkat karena hari Sabtu-Minggu merupakan hari libur dimana orang-orang biasanya mencari

makan diluar. Oleh karena itu, pengusaha gerai ayam cepat saji melakukan pembelian bahan baku lebih banyak pada akhir pekan.

Berdasarkan Grafik Rata-rata Permintaan Daging Ayam Per-Minggu bahwa permintaan meningkat pada saat akhir pekan. Selaian itu, didapatkan pula pola permintaan yang dilakukan oleh pengusaha gerai ayam cepat saji. Yang pertama yaitu responden melakukan permintaan secara konstan setiap harinya dan yang kedua permintaan mengikuti besarnya penjualan. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, permintaan daging ayam yang dilakukan oleh 25 buah gerai ayam cepat saji di Kecamatan Jatinangor ini mencapai 7.165,7 Kilogram perbulannya dalam periode waktu Januari - Februari 2020. Dengan rata-rata permintaan per hari per gerainya mencapai 9,6 Kilogram, rata-rata permintaan perhari yang paling tinggi mencapai 27,1 Kilogram perhari dan yang paling rendah yaitu sebesar 1,5 Kilogram per hari.

Berikut merupakan grafik permintaan yang dilakukan oleh pengusaha gerai ayam cepat saji:

Gambar 1. Grafik Rata-Rata Permintaan Daging Ayam Per-Minggu



Hubungan Preferensi dengan Permintaan Pengusaha Gerai Ayam Cepat Saji

Tabel 9. Komponen Perhitungan Nilai Koefisien Kontingensi C

Preferensi	Permintaan			Total
	Tinggi	Sedang	Rendah	
Sangat Baik	0	0	0	0
Baik	0	2	0	2
Cukup	5	14	0	19
Tidak Baik	0	2	1	3
Sangat Tidak Baik	0	1	0	1
Total	5	19	1	25

Untuk mengetahui hubungan antara preferensi dan permintaan pengusaha gerai ayam cepat saji, digunakan analisis korelasi kontingensi.. Berikut merupakan tabel data yang digunakan dalam menghitung nilai C.

Data di atas kemudian diolah menggunakan program IBM SPSS vers. 25 dan kemudian didapatkan nilai perhitungan koefisien kontingensi adalah sebesar 0,518. Kemudian, nilai tersebut dibandingkan dengan nilai tabel klasifikasi korelasi Guilford, maka nilai C hasil perhitungan tersebut berarti antara permintaan dengan preferensi memiliki hubungan yang cukup. Maksud dari hubungan yang cukup ini adalah terdapat hubungan dari permintaan yang dilakukan oleh pengusaha gerai ayam cepat saji dengan preferensinya, yang berarti preferensi pengusaha juga mempengaruhi permintaannya terhadap daging ayam hanya saja hubungan ini tidak terlalu kuat atau tidak terlalu berpengaruh karena selera atau preferensi konsumen bukanlah faktor utama yang mempengaruhi permintaan terhadap suatu produk.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap preferensi dan permintaan pengusaha gerai ayam cepat saji di Kecamatan Jatinangor, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Preferensi pengusaha gerai ayam cepat saji terhadap atribut daging ayam secara berurutan adalah aroma daging, tekstur daging, kesegaran atau warna, bobot ayam, harga, dan *chicken part*. Secara keseluruhan, sikap pengusaha gerai ayam cepat saji terhadap daging ayam adalah positif.

2. Permintaan yang dilakukan pengusaha gerai ayam cepat saji di Kecamatan Jatinangor selama 30 hari yaitu sebesar 7.165,7 Kilogram perbulannya dalam periode waktu Januari – Februari 2020 dengan rata-rata permintaan per-hari per-gerai sebesar 9,6 Kilogram.
3. Terdapat hubungan yang “Cukup” antara preferensi pengusaha gerai ayam cepat saji dan permintaan bahan baku daging ayam.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada para responden yang telah memberikan izin untuk melakukan kegiatan penelitian ini di gerainya. Terimakasih kepada pembimbing utama Dr. Ir. Muhammad Hasan Hadiana, M.S., dan Dr. Hasni Arief S.Pt., M.P., selaku pembimbing anggota yang telah memberikan bimbingan, wawasan, petunjuk, nasehat serta pengarahan dalam menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). “*Sumedang dalam Angka 2018*”. Katalog BPS : 1102001.3211010. diakses dari <http://www.bps.go.id/>, diakses pada tanggal 12 Desember 2019 pada jam 19.14 WIB.
- Danang Sunyoto. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- Gaspersz, Vincent. 2005. *Total Quality Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Hasan, M. Iqbal. 2005. *Pokok – Pokok Materi Statistik 2*. PT Bumi Aksara, Jakarta, Cetakan ketiga.

Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.