

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Agribisnis dapat didefinisikan sebagai seluruh kegiatan ekonomi yang berhubungan dengan proses produksi di sektor pertanian, baik dalam bentuk penyediaan sarana produksi, pelaksanaan kegiatan budidaya, maupun pengolahan hasil pertanian. Dengan kata lain, agribisnis merupakan pendekatan ekonomi dalam upaya penyediaan kebutuhan pangan. Dalam konteks keilmuan, agribisnis mencakup kajian mengenai strategi pengelolaan usaha guna memperoleh keuntungan, mulai dari tahap produksi, penyediaan input, penanganan pascapanen, pengolahan hasil, hingga distribusi dan pemasaran produk. Salah satu bagian penting dari sistem agribisnis adalah subsistem hilir (*down-stream agribusiness*), yang meliputi aktivitas pengolahan hasil pertanian pascapanen menjadi produk olahan maupun produk turunan lainnya (Setiawan 2012).

Berdasarkan prinsip konsumsi standar, seiring dengan meningkatnya pendapatan, pengeluaran secara keseluruhan juga meningkat. Hukum Beneth mengkaji hubungan antara tingkat pendapatan dan kualitas makanan yang dikonsumsi. Hukum ini menyarankan bahwa seiring dengan meningkatnya pendapatan, orang cenderung memprioritaskan makanan berkualitas lebih baik, memilih produk dengan biaya per unit nutrisi yang lebih tinggi daripada sekadar meningkatkan jumlah yang dikonsumsi. Dengan pendapatan yang lebih tinggi, kebiasaan makan biasanya berkembang menuju makanan yang menawarkan kandungan nutrisi yang lebih baik (Ariani, 2014).

Menurut BPS (2019), sumber protein nabati seperti tempe dan tahu dikonsumsi lebih luas daripada sumber protein hewani seperti ayam atau ikan lele di Indonesia. Konsumsi tempe mencapai 78,73 persen, diikuti oleh tahu dengan 77,13 persen, dibandingkan dengan 60,01 persen untuk ayam dan hanya 19,68 persen untuk ikan lele. Angka-angka ini menunjukkan preferensi yang luas terhadap tempe dan tahu di kalangan rumah tangga Indonesia, mencerminkan popularitasnya sebagai pilihan makanan olahan yang mudah diakses. Tabel 1 di bawah ini menggambarkan tren konsumsi tempe dan tahu di rumah tangga Indonesia.

Tabel 1. Perkembangan Konsumsi Tahu, Tempe, dalam Rumah tangga di Indonesia Tahun 2010-2018

Tahun	Konsumsi (Kg/Kapita/Tahun)	
	Tahu	Tempe
2010	6,99	6,94
2011	7,40	7,30
2012	6,99	7,09
2013	7,04	7,09
2014	7,07	6,95
2015	7,49	6,98
2016	7,87	7,35
2017	8,16	7,68
2018	8,23	7,61
Rata-rata	7,41	7,49

Sumber: Susenas, 2019

Seperti terlihat pada Tabel 1, konsumsi tahu per rumah tangga di Indonesia mengalami fluktuasi dari tahun 2010 hingga 2018. Selama periode tersebut, konsumsi rata-rata per kapita per tahun untuk tahu tercatat sebesar 7,41 kg, sementara tempeh sedikit lebih tinggi dengan rata-rata 7,49 kg per kapita per tahun. Baik tempe maupun tahu, yang tersedia dalam bentuk mentah dan olahan, mudah diakses di berbagai jenis outlet, termasuk warung lokal, restoran, pasar

tradisional, dan toko ritel modern. Ketersediaan yang luas dan permintaan yang konsisten menjadikan tempe dan tahu sebagai komoditas pangan yang menjanjikan dengan potensi kuat untuk mengungguli produk pangan lain di pasar.

Konsumsi didefinisikan sebagai aktivitas pengeluaran yang dilakukan oleh rumah tangga terhadap barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan hidup para pelakunya. Individu, kelompok, maupun institusi yang melakukan kegiatan tersebut disebut sebagai konsumen. Contoh nyata dari aktivitas konsumsi antara lain mencakup pemenuhan kebutuhan pokok seperti sandang, pangan, dan papan. Setiap rumah tangga memiliki pola alokasi pengeluaran yang berbeda, tergantung pada tingkat pendapatan dan prioritas kebutuhannya. Rumah tangga dengan pendapatan tinggi cenderung mengarahkan pengeluarannya ke sektor non-pangan, sedangkan rumah tangga berpendapatan rendah umumnya memfokuskan pengeluaran pada kebutuhan pangan sebagai prioritas utama. (Sitanggang, 2014).

Permintaan terhadap suatu barang di suatu daerah cenderung meningkat seiring dengan pertambahan jumlah penduduk di wilayah tersebut. Kenaikan kebutuhan ini akan mendorong tingginya tingkat konsumsi. Di sisi lain, daya beli masyarakat juga akan mengalami peningkatan apabila pendapatan mereka bertambah. Secara umum, konsumsi terhadap suatu barang akan meningkat apabila terjadi kenaikan pendapatan rata-rata masyarakat, dan sebaliknya akan menurun apabila pendapatan masyarakat menurun. Selain itu, harga dari barang-barang yang memiliki keterkaitan, seperti barang substitusi (pengganti) maupun barang komplemen (pelengkap), turut memengaruhi besarnya tingkat konsumsi terhadap suatu barang tertentu. Secara normatif, tingkat konsumsi barang seperti

tahu dan tempe dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci: harga yang berlaku, pendapatan rumah tangga, ukuran populasi, dan biaya produk alternatif. Konsumen sering memilih opsi yang lebih terjangkau saat membuat keputusan pembelian. Tahu dan tempe, yang lebih ekonomis dibandingkan sumber protein lain, sering dipilih karena efisiensi biayanya (Agustin dkk, 2015).

Dalam konteks ini, peneliti termotivasi untuk melakukan studi yang menganalisis Faktor - faktor yang mempengaruhi jumlah konsumsi tempe dan tahu rumah tangga di Kelurahan Tamamaung Kota Makassar.

1.2 Rumusan Masalah

Deskripsi latar belakang berfungsi sebagai lensa, yang memfokuskan beberapa isu penelitian spesifik secara tajam dalam studi ini:

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang membeli tempe dan tahu di Kelurahan Tamamaung Kota Makassar ?
2. Berapa jumlah konsumsi tempe dan tahu yang dibeli konsumen ?
3. Faktor apa yang mempengaruhi jumlah konsumsi tempe dan tahu pada rumah tangga ?
4. Bagaimana elastisitas permintaan tempe dan tahu pada rumah tangga ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen yang membeli tempe dan tahu di Kelurahan Tamamaung Kota Makassar
2. Mengidentifikasi jumlah konsumsi tempe dan tahu yang dibeli konsumen

3. Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi jumlah konsumsi tempe dan tahu rumah tangga
4. Menganalisis elastisitas permintaan tempe dan tahu rumah tangga.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Pemerintah Kota Makassar, temuan dari penelitian ini dapat berkontribusi sebagai masukan strategis serta menjadi dasar pertimbangan dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif dan berkelanjutan di masa yang akan datang.
2. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengalaman empiris terkait isu yang diteliti, sekaligus menjadi bagian dari pemenuhan persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Muslim Indonesia.
3. Bagi Konsumen, dapat memperluas wawasan tentang perilaku konsumsi dan diharapkan dapat mengarahkan konsumen agar berperilaku konsumsi secara rasional.
4. Bagi pemangku kepentingan lain dan peneliti masa depan, hasil penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan informasi, wawasan, dan acuan dasar yang berguna untuk melakukan penelitian serupa di bidang ini.