

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Rumah Makan Padang

Penelitian ini fokus membahas usaha Rumah makan Padang di Kota Yogyakarta yang khusus menjual dan menggunakan daging sapi sebagai olahan menu dari rumah makan Padang. Informasi mengenai karakteristik dan hal-hal mengenai kebutuhan daging sapi diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik atau pengelola rumah makan Padang. Penelitian ini dilakukan terhadap 32 rumah Makan Padang yang dilakukan di 2 Kecamatan yaitu Kecamatan Gondokusuman sebanyak 14 rumah makan dan Kecamatan Umbulharjo sebanyak 18 rumah makan Padang. Karakteristik umum rumah makan Padang digambarkan oleh: (1) lama usaha (2) jumlah kursi (3) jumlah tenaga kerja (4) besar upah tenaga kerja.

1. Lama usaha

Semakin lama usaha suatu restoran atau rumah makan Padang berdiri menunjukkan seberapa dikenalnya usaha tersebut di mata masyarakat. Rata-rata lama usaha rumah makan Padang di Kota Yogyakarta dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Lama Usaha Rumah Makan Padang

No	Lama Usaha (tahun)	Jumlah (Unit)	Persentase (%)
1	0-5	13	40,62
2	6-10	17	53,12
3	11-15	2	6,25
	Total	32	100

Tabel 10 menunjukkan bahwa lama usaha rumah makan Padang yang paling banyak berkisar antara 6-10 tahun. Sebanyak 17 unit rumah makan Padang (53 persen) yang memiliki umur usaha 6-10 tahun. Rumah makan Padang yang berusia 0-5 tahun sebanyak 13 unit atau sebesar 40 (persen) dan hanya ada 2 unit rumah makan Padang yang bertahan dengan lama usaha 11-15 tahun (6 persen).

2. Jumlah kursi

Jumlah kursi dapat mengindikasikan besar atau kecilnya suatu usaha rumah makan. Semakin banyaknya jumlah kursi yang dimiliki rumah makan tentu akan semakin banyak juga menampung pengunjung yang datang ke rumah makan sehingga tidak perlu mengantri giliran tempat duduk untuk dapat menikmati hidangan. Rata-rata jumlah kursi yang dimiliki rumah makan Padang dapat dilihat pada tabel 11

Tabel 11. Jumlah Kursi Pada Rumah Makan Padang

No	Jumlah Kursi	Jumlah (Unit)	Persentase (%)
1.	15-30	23	71.87
2	31-45	7	21.87
3.	46-50	2	6.25
	Jumlah	32	100

Tabel 11 menunjukkan bahwa rumah makan Padang yang memiliki jumlah kursi antara 15-30 kursi ada sebanyak 23 unit (71.875 persen). Rumah makan Padang yang memiliki jumlah kursi antara 31-45 kursi sebanyak 7 unit (21.87 persen). Sisanya sebanyak 46-50 ada 2 unit rumah makan (6.25 persen). Dapat disimpulkan bahwa rumah makan dengan jumlah kursi 15-30 merupakan rumah makan dengan skala ukuran atau cukup luas. Jumlah kursi 31-45 unit merupakan rumah makan dengan skala ukuran lebih sedang dan kursi 46-50 ukuran rumah makan yang besar.

3. Jumlah tenaga kerja

Setiap usaha membutuhkan tenaga kerja untuk menjalankan usahanya khususnya usaha rumah makan Padang yang bertugas sebagai pelayan, koki, kasir dan manager. Rata-rata jumlah tenaga kerja pada usaha rumah makan Padang di Kota Yogyakarta dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Jumlah Tenaga Kerja pada Rumah Makan Padang di Kota Yogyakarta

No	Jumlah Tenaga Kerja (orang)	Jumlah (unit)	Persentase (%)
1	1-4	26	81,25
2	5-7	4	12.5
3	8-10	2	6.25
Total		32	100

Tabel 12 menunjukkan bahwa rata-rata usaha rumah makan Padang memiliki jumlah tenaga kerja antara 1-4 terdapat sebanyak 26 unit (81 persen). Sebanyak 4 unit rumah makan Padang memiliki tenaga kerja 5-7 (12.5 persen). Sebanyak 2 unit yang memiliki pekerja 8-10 orang (6.25 persen). Penentuan jumlah karyawan yang ada pada usaha rumah makan Padang tentunya didasarkan beberapa hal. Usaha rumah makan Padang yang memiliki jumlah pekerja banyak dominan memiliki usaha yang besar dan tempat yang strategis di keramaian sehingga membutuhkan cukup banyak tenaga kerja khususnya yang berperan sebagai pelayan.

4. Upah tenaga kerja

Besaran upah dari setiap tenaga kerja di rumah makan Padang bervariasi tergantung pada kebijakan setiap usaha masing-masing. Namun rata-rata besaran upah yang diberikan sesuai dengan UMR provinsi Yogyakarta. Hal tersebut berdasarkan dari hasil wawancara langsung bersama pemilik usaha. UMR Yogyakarta yang digunakan adalah UMR Kota Yogyakarta berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 78 Tahun 2015. Rata-rata besar upah tenaga kerja pada usaha rumah makan Padang dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Upah Tenaga Kerja pada Rumah Makan Padang per Bulan

No	Upah Tenaga Kerja (Rp)	Jumlah (Unit)	Persentase (%)
1.	1.500.000-1.666.666	4	12.5
2	1.666.667-1.800.332	2	6.25
3	1.800.333-2.000.000	26	81,25
Total		32	100

Tabel 13 menunjukkan bahwa rumah makan Padang yang memberi upah kepada pekerjanya antara Rp. 1.500.000-1.666.666 dalam sebulan terdapat sebanyak 4 unit rumah makan (12.5 persen). Sebanyak 2 unit rumah makan Padang yang memberi upah antara Rp.1.666.667- 1.800.000 dalam sebulan (16.25 persen). Sejumlah 26 unit rumah makan Padang yang memberikan upah Rp.1800.332-2.000.000 (81.25 persen). Perbedaan nilai upah tenaga kerja tergantung dari pada jam kerja yang telah ditentukan atau disepakati antara pekerja dan pemilik usaha rumah makan Padang.

5. Omset usaha

Omset adalah sejumlah uang yang diperoleh dari kegiatan usaha rumah makan Padang. Omset memiliki pengaruh bagi kelangsungan usaha, semakin besar omset yang diterima maka semakin besar kemampuan suatu usaha untuk membiayai kegiatan yang dilakukan pada usaha rumah makan Padang. Berikut tabel pendapatan dari rumah makan Padang dalam sebulan selama bulan September.

Tabel 14. Jumlah Omset Usaha Rumah Makan Padang Selama Bulan September 2019

Pendapatan Usaha (Rp)	Jumlah (unit)	Persentase (%)
15.000.000-25.000.000	8	25
26.000.000-36.000.000	7	21.87
37.000.000- 47.000.000	13	40.62
48.000.000-60.000.000	4	12.5
Jumlah	32	100

Dapat dilihat pada tabel 14 bahwa pendapatan usaha rumah makan Padang yang menerima omset sebesar Rp.15.000.000 – Rp. 25.000.000 yaitu sebanyak 8

unit (46.87 persen). Omset usaha Rp.26.000.000-36.000.000 sebanyak 7 unit rumah makan (21.87 persen). Omset usaha yang melebihi Rp.37.000.000-Rp.47.000.000 ada sebanyak 13 unit (40.62 persen). Sedangkan omset usaha yang mencapai Rp. 48.000.000 –Rp.60.000.000 sebanyak 4 unit (12.5). Setiap usaha memiliki omset yang berbeda-beda, selain karena lokasi usaha hal ini juga tergantung pada langganan atau pengunjung yang dimiliki usaha rumah makan Padang. Selain itu, omset usaha pada bulan September 2019 diakui oleh beberapa pemilik usaha menurun dibandingkan bulan-bulan sebelumnya. Banyaknya kenaikan barang di pasar mengakibatkan penerimaan yang diterima berkurang karena anggaran pengeluaran belanja jadi jauh lebih besar.

6. Menu rumah makan Padang

Setiap rumah makan Padang menyediakan berbagai macam jenis menu berbeada-beda. Ketersediaan jenis menu biasanya tergantung pada kemampuan dan keputusan pelaku usaha rumah makan Padang. Berikut adalah tabel daftar menu yang di sajikan pada rumah makan Padang.

Tabel 15. Jenis Menu yang Tersedia pada Rumah Makan Padang

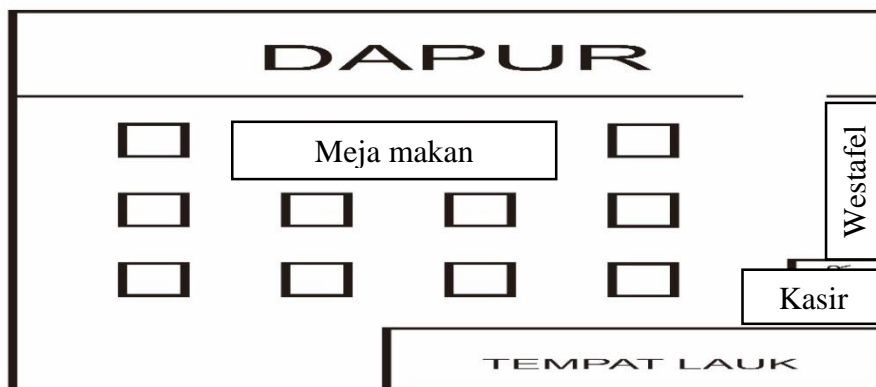
Jenis Menu	Jumlah rumah makan Padang (unit)
Olahan Ayam	32
Olahan ikan	32
Daging sapi	32
Telur	32
Sayuran	32
Seafood	7
Tahu dan tempe	25

Jenis menu yang disediakan pada rumah makan Padang tergantung pada usaha tersebut. Biasanya dengan skala usaha yang besar serta pada musim tertentu

rumah makan Padang mampu menyediakan semua jenis menu lengkap dan skala usaha tersebut kecil rumah makan Padang hanya menjual menu masakan secukupnya. Hal ini dikarenakan masing-masing pelaku usaha rumah makan Padang sudah mampu membaca situasi pembelian dari pengunjung berdasarkan keadaan waktu tertentu.

Rumah makan Padang di Yogyakarta semuanya menyediakan jenis menu olahan daging ayam, semua rumah makan Padang terdata selalu menyajikan menu tersebut. Menu olahan ikan selalu tersedia pada rumah makan Padang. Olahan daging sapi selalu menjadi menu yang tersedia pada seluruh rumah makan Padang, menu daging sapi tidak pernah ketinggalan dan selalu tersedia setiap hari. Telur sebagai menu dalam melengkapi jenis lauk pada rumah makan Padang, telur selalu tersedia pada setiap rumah makan Padang. Sayuran adalah hal yang paling penting pada rumah makan Padang dan harus selalu tersedia, sayuran merupakan menu yang paling diminati dari masakan Padang. Jenis seafood tidak semua rumah makan Padang menyajikan menu tersebut. Hanya beberapa rumah makan Padang yang mampu menyajikan menu tersebut, hal ini dikarenakan menu seafood belum tentu diminati oleh pengunjung rumah makan Padang. Tahu dan tempe umumnya disediakan pada rumah makan Padang walaupun tidak semua rumah makan, tapi yang menyediakan lebih banyak dari pada yang tidak menyediakan.

7. Tata letak rumah makan Padang



Gambar 3. Gambaran Tata Letak Rumah Makan Padang

a. Tata letak

Pada gambar diatas dapat dilihat tata letak usaha rumah makan Padang. Rumah makan Padang biasanya khas dengan meletakkan jenis makanannya pada suatu etalase besar yang di pajang di depan warung atau di dekat pintu masuk. Biasanya rumah makan Padang meletakkan etalase makanan tidak jauh dari tempat kasir, hal ini bertujuan agar para pengunjung dengan mudah membayar makanannya setelah membeli atau memilih jenis lauk yang disediakan. Dapur, pada rumah makan Padang, dapur di desain berada di paling belakang dengan ukuran yg cukup besar dengan tujuan agar kegiatan aktivitas di dapur tidak mengganggu pengunjung yang makan

b. Sistem penjualan pada rumah makan Padang

Rumah makan Padang memiliki sistem yang berbeda-beda, ada yang pengunjung dipersilahkan makan terlebih dahulu baru membayar, ada juga yang langsung membayar makanannya sebelum dimakan. Beberapa jumlah meja makan, jumlah meja makan berbeda-beda pada setiap usaha tergantung seberapa luas tempat usaha tersebut. Penyajian dalam pembelian rumah makan Padang berbeda beda ketika kita ingin makan ditempat, ada yang menyajikan dengan cara

prasamanan atau mengambil sendiri ada juga yang dilayani penuh yaitu semua jenis lauknya sudah disediakan di meja pengunjung. Semua tergantung dari usaha tersebut dalam membentuk sistem pengelolaanya.

B. Profil pemilik rumah makan Padang

Profil pemilik usaha rumah makan Padang merupakan gambaran umum mengenai identitas reponden dalam penelitian ini. Profil pemilik usaha rumah makan Padang dikelompokkan dalam beberapa kelompok, yaitu : (1) umur, (2) tingkat pendidikan, (3) jenis kelamin.

1. Umur

Umur berkaitan dengan kematangan seseorang untuk berpikir dalam pengambilan keputusan. Umur juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi sikap seseorang. Umur responden dalam penelitian ini dibagi atas tiga kelompok (Tabel 13).

Tabel 16. Profil Responden Berdasarkan Umur

No	Umur/tahun	Jumlah (orang)	Presentase %
1	38- 44	8	25,00
2	45- 50	14	43,75
3	51- 56	10	31,25
Total		32	100

Pada tabel diatas dapat dilihat kelompok umur 38-44 tahun berjumlah 8 orang (25 persen), kelompok umur 45-50 tahun berjumlah 14 orang (43,75 persen) dan kelompok 51-56 berjumlah 10 orang (31,25 persen). Pengelompokan ini didasarkan pada data yang diperoleh peneliti pada saat melakukan wawancara dilapangan.

2. Pendidikan

Pendidikan adalah salah faktor penting dalam menerima kemajuan teknologi dan inovasi baru yang mampu meningkatkan keterampilan dan kemampuan dalam menjalankan usahanya. Pada penelitian ini tingkat pendidikan pemilik usaha rumah makan Padang di Kota Yogyakarta bervariasi dari tamat Sekolah Menengah Pertama (SMP) yaitu sebanyak 6 orang atau sebesar (18,75 persen). Kemudian untuk pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 10 orang (31,25 persen), tingkat pendidikan Perguruan Tinggi (PT) sebanyak 16 orang (50 persen). Tingkat pendidikan pemilik usaha rumah makan Padang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 17. Jumlah Pengelola atau Pemilik Rumah Makan Padang di Kota Yogyakarta Berdasarkan Tingkat Pendidikan.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	SD	-	-
2	SMP	6	18,75
3	SMA	10	31,25
4	Perguruan Tinggi	16	50
Total		32	100

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel 17 dapat dilihat bahwa responden pendidikan SMP berjumlah 6 orang (18,75 persen) dan responden dengan pendidikan terakhir SMA 10 orang (31,25 persen). Lulusan Perguruan Tinggi (PT) dengan jumlah 16 orang (50 persen). Responden yang memiliki tingkat pendidikan lebih baik dipercaya akan sangat responsif dan cenderung lebih selektif dalam membeli suatu produk. Hal ini juga akan berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian produk.

3. Jenis Kelamin

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di lapangan diperoleh informasi mengenai jenis kelamin pemilik ataupun pengelola usaha rumah makan Padang.

Pada tabel 18 dapat dilihat bahwa laki laki lebih dominan dalam menjalankan usaha rumah makan Padang yaitu sebanyak 20 orang (62,5 persen) sedangkan perempuan dengan jumlah 12 orang (37,5 persen). Angka tersebut menjelaskan bahwa pekerjaan yang berhubungan dengan dapur tidak lagi asing untuk kaum laki-laki, pekerjaan tersebut saat ini dijadikan sebagai kegiatan usaha yang menjanjikan dalam memenuhi kebutuhan keluarga.

Tabel 18. Jenis Kelamin Pemilik Usaha

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Presentase (%)
Laki-laki	20	62,5
Perempuan	12	37,5
Total	32	100

C. Perilaku Pembelian Daging sapi usaha rumah makan Padang

Perilaku pembelian daging sapi pada rumah makan Padang adalah sebagai berikut: (1) jenis daging sapi yang digunakan pada rumah makan Padang, (2) jumlah permintaan daging sapi, (3) frekuensi pembelian daging sapi, (4) lokasi pembelian daging sapi, (5) alasan pembelian di lokasi tersebut. Berikut adalah penjabaran dari perilaku pembelian daging sapi dari usaha yang diteliti.

1. Jenis daging sapi

Ada banyak jenis daging sapi dan klasifikasinya, dalam pengkalsifikasian pun penyebutannya bisa berbeda antar negara satu dengan negara lainnya. Pengelompokan daging sapi berdasarkan negara Indonesia itu ada beberapa bagian seperti: tanjung/rump, chuck/paha depan, ribs/tulang iga, cub roll/ lemusir, has luar, has dalam, paha belakang, punggung, gandik, sengkel. Dapat dilihat penggunaan daging sapi pada rumah makan Padang berdasarkan jenis daging yaitu menggunakan bagian gandik dan paha belakang bagian bawah.

Tabel 19. Jenis Daging Sapi yang Digunakan pada Rumah Makan Padang di Kota Yogyakarta

No	Jenis Daging Sapi yang dibeli	Jumlah (Unit)	Persentase (%)
1	Gandik (pinggul)	12	37,5
2	Paha belakang bagian bawah	20	62,5
Total		32	100

Tabel 19 menunjukkan bahwa Rumah makan Padang menggunakan daging sapi tergantung pada kebutuhan menu yang disajikan. Jenis daging sapi bagian gandik atau daging sapi bagian pinggul digunakan sebanyak 12 rumah makan Padang (37,5 persen). Sisanya ada 20 unit yang menggunakan daging bagian paha belakang bawah untuk masakan olahan daging sapi (62,5 persen). Sebagian rumah makan Padang memiliki cara berbeda dalam mengolah daging sapi menjadi menu masakan, hal ini tergantung pada kemampuan dan keinginan setiap masing masing usaha rumah makan Padang. Ada daging sapi yang diolah melalui proses dan waktu yang lama sekitar 3-6 jam agar bisa menjadi rendang. Ada yang hanya mengolah 1-2 jam sudah menjadi menu rendang. Hal inilah yang menjadi alasan penggunaan daging sapi pada rumah makan Padang.

Daging sapi bagian gendik adalah bagian yang memiliki tekstur padat dan keras karena merupakan bagian yang sering banyak gerak pada bagian tubuh sapi sehingga bagian tersebut cocok untuk diolah dengan waktu yang lama atau tidak mudah hancur. Bagian daging sapi paha belakang bawah memiliki tekstur yang padat namun tidak sekeras bagian gandik.

2. Jumlah pembelian daging sapi

Rumah makan Padang dalam menentukan jumlah pembelian daging sapi tergantung pada jumlah permintaan dan seberapa banyak permintaan akan olahan tersebut, sehingga produsen atau rumah makan Padang akan membeli daging sapi sesuai kebutuhan. Setiap rumah makan Padang berbeda-beda dalam pembelian

daging sapi karena setiap rumah makan Padang memiliki jumlah dan peminat yang berbeda-beda terhadap olahan daging sapi yang disajikan serta lokasi rumah makan juga akan mempengaruhi konsumen. Lokasi yang berada dipinggir jalan dan dengan dengan pusat kegiatan seperti kantor, kampus dan lainnya akan lebih mudah dikunjungi konsumen sehingga hal ini berpengaruh terhadap jumlah pembelian daging sapi nantinya.

Berbeda dengan lokasi rumah makan Padang yang berada di jalan kecil, dengan lokasi sedikit tersembunyi atau jauh dari keramaian dapat membuat pengunjung menghindari lokasi tersebut karena pengunjung akan kesulitan untuk menjangkaunya. Dapat dilihat jumlah pembelian daging sapi pada rumah makan Padang dalam sebulan (September 2019) pada tabel 20.

Tabel 20. Jumlah Pembelian Daging Selama Sebulan (September 2019)

No	Jumlah Pembelian (Kg)	Jumlah (Unit)	Persentase (%)
1	20 -63,3	10	31,25
2	63.4 -106.6	20	62,5
3	106.7- 150	2	6,25
Total		32	100.00

Dapat dilihat pada tabel 20 bahwa jumlah pembelian daging sapi pada rumah makan padang selama bulan Sepember 2019 antara 50-100 kg terdapat pada 20 rumah makan Padang (62,5 persen) dan 10 unit untuk rumah makan Padang dengan jumlah pembelian daging sapi dibawah 50 kg (31,25 persen). Sisanya 2 unit rumah makan Padang yang jumlah pembelian daging sapi melebihi 100 kg dalam sebulan (6,25 persen). Pembelian daging sapi pada rumah makan Padang rata-rata setiap harinya mencapai 2-3 kg perhari.

3. Frekuensi pembelian daging sapi

Setiap rumah makan Padang memiliki kebijakan waktu masing-masing dalam pembelian kebutuhan daging sapi. Frekuensi pembelian daging sapi

bervariatif mulai dari yang berbelanja setiap hari, dua hari sekali dan seterusnya. Frekuensi pembelian daging sapi pada rumah makan Padang dapat dilihat pada tabel 21.

Tabel 21. Frekuensi Pembelian Daging Sapi dalam Seminggu (September 2019)

No	Frekuensi Pembelian Daging Sapi (kali)	Jumlah (Unit)	Persentase (%)
1	6-7 kali	25	78,12
2	4-5 kali	3	9,37
3	2-3 kali	4	12,5
Total		32	100

Rata-rata frekuensi pembelian daging sapi dalam seminggu pada bulan september 2019 di rumah makan Padang Yogyakarta ada 6-7 kali , terdapat 25 unit rumah makan Padang yang membeli daging sapi hampir setiap harinya dalam seminggu (78,12 persen). Sisanya terdapat rumah makan Padang yang membeli daging sapi hanya 4-5 kali dalam seminggu ada 3 unit rumah makan (9,37). Sisanya membeli daging sapi 2-3 kali dalam seminggu 4 unit (12,5 persen). Variasi frekuensi pembelian daging sapi tersebut tergantung pada kebijakan setiap masing-masing pemilik usaha. Pembelian yang dilakukan setiap hari untuk menjaga kesegaran olahan makanan yang disajikan. Pembelian yang dilakukan beberapa kali dalam seminggu bisa disebabkan beberapa hal seperti keterbatasan waktu biaya, dan melakukan pembelian dengan jumlah banyak dalam sekali pembelian.

4. Lokasi pembelian daging sapi

Tempat pembelian daging sapi berkaitan dengan pilihan daging sapi yang disukai konsumen. Konsumen biasanya dalam membeli daging sapi sudah menentukan lokasi langganan untuk membeli daging. Pada tabel berikut dapat dilihat lokasi pembelian daging sapi oleh konsumen.

Tabel 22. Lokasi Pembelian Daging Sapi

No	Lokasi Pembelian Daging	Harga Daging Sapi (Rp/kg)	Jumlah (Unit)	Persentase (%)
1	Pasar Giwangan	130.000	4	12,50
2	Pasar Sentul	130.000	4	12,50
3	Pasar Bringharjo	120.000	6	18,75
4	Pasar Telo karangkajen	130.000	3	9,37
5	Pasar Demangan	125.000	7	21,87
6	Pasar Teban	130.000	3	9,37
7	Pasar Talok	130.000	5	15,62
Total			32	100

Rumah makan Padang biasanya membeli daging sapi di pasar yang dekat dengan lokasi usaha mereka. Hal ini selain karena lebih efisien tentunya lebih menghemat waktu dan biaya. Dapat dilihat beberapa pasar tradisional yang menjadi tempat pembelian daging sapi pada rumah makan Padang pada tabel 19. Pembelian daging sapi pada rumah makan Padang yaitu di Pasar tradisional Demangan pasar demangan terletak di jalan Jalan Gejayan No. 28 Demangan. Pasar tersebut lebih mudah dijangkau oleh rumah makan yang berada di Kecamatan Gondokusuman dengan alasan lebih dekat dan untuk menghemat waktu yang menjadikan responden memilih lokasi tersebut untuk berbelanja daging sapi.

5. Alasan pembelian daging sapi

Lokasi pasar menjadi faktor penting dalam hal berbelanja, khususnya pada rumah makan Padang. Lokasi pasar biasanya dipertimbangkan dengan alasan lebih dekat dengan lokasi usaha, harga lebih murah, sudah memiliki langganan tetap serta mempertimbangkan kualitas dan ketersediaan daging pada pasar tersebut. Dapat dilihat beberapa rumah makan dalam menentukan lokasi pembelian daging sapi dengan beberapa faktor, dapat dilihat pada tabel 20.

Tabel 23. Alasan Pembelian Daging Sapi di Lokasi Tertentu

No	Alasan Pembelian	Rumah Makan Padang (Unit)	Persentase (%)
1	Kualitas baik	5	15,62
2	Lokasinya dekat	14	43,75
3	Harga lebih murah	8	25
4	Sudah ada langganan	5	15,62
	Total	32	100

Pembelian daging sapi pada lokasi tertentu di dasari dengan berbagai alasan. Usaha rumah makan Padang mempertimbangkan berbagai alasan sebelum menentukan tempat pembelian daging sapi seperti tabel diatas menyatakan rumah makan Padang menentukan tempat pembelian daging sapi dengan alasan kualitas daging sapi yang baik pada pasar tersebut sebanyak 5 unit (15,62%). Pemilihan kualitas daging sapi tergantung pada pembeli masing-masing. Pemilihan daging sapi bisanya dilihat dari warna daging sapi, kandungan air dan aroma. Daging berkualitas baik akan menghasilkan warna yang segar dengan kandungan air yang sedikit serta aroma yang tidak berbau. Hal ini bertujuan agar daging yang dibeli oleh reponden ketika akan diolah menghasilkan cita rasa masakan yang baik apabila didukung dengan pemilihan daging sapi yang berkualitas.

Alasan pembelian karena lokasi pasar lebih dekat dengan tempat usaha ada sebanyak 14 unit (43,75%), lokasi yang dekat menjadi pertimbangan dalam berbelanja kebutuhan bahan baku. Pemilik usaha rumah makan memilih berbelanja dengan lokasi yang dekat asalkan pasar tersebut lengkap atau memenuhi kebutuhan yang diperlukan. harga yang lebih murah juga menjadi faktor pembelian daging pada lokasi tertentu yaitu sebanyak 8 unit (25%). Biasanya harga yang murah menjadi alasan responden berbelanja pada lokasi tersebut, harga yang murah dapat memberikan keuntungan dan meminimalisir anggaran pembelian daging sapi sehingga ini alasan beberapa reponden memilih

pasar karena harga yang lebih murah. Berdasarkan data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa harga daging sapi di pasar Bringharjo lebih murah Rp.5000 dan 10.000 dari pasar lainnya. Ada beberapa pasar yang harga daging sapi lebih murah Rp.5000.

Sudah memiliki langganan dalam pembelian daging sapi sebanyak 5 unit (15,65%). Hal tersebut yang menjadi faktor dalam penentuan lokasi dalam pembelian daging sapi. Beberapa reponden ada yang memiliki langganan tetap dalam pembelian daging sapi hal ini karena mereka sudah percaya akan kualitas daging sapi tersebut dan harga yang di patok pun sedikit lebih murah karena sudah langganan tetap dan lama.

D. Deskripsi data penelitian

Deskripsi data penelitian dimaksudkan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan variabel penelitian yang dilihat dari jumlah data, nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata dan standar deviasi.

Tabel 24. Deskripsi Variabel Permintaan Daging Sapi pada Rumah Makan Padang di Kota Yogyakarta.

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga Daging Sapi	120000	130000	124687.50	3796.752
Harga Tuna	35000	45000	38312.50	2856.091
Harga Kembang	28000	38000	35968.75	2206.799
Harga Lele	18000	25000	21500.00	2109.885
Harga Ayam	30000	35000	32031.25	1447.676
Harga Cabai	30000	40000	35250.00	3037.401
Harga Kelapa	12000	16000	11781.25	1717.732
Harga Bawang Merah	15000	35000	25906.25	5011.982
Omzet penjualan	15000000	60000000	33218750.00	12254648.558
Permintaan Daging Sapi	20	140	56.91	29.124

Berdasarkan tabel 24 dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yaitu 32 Rumah makan Padang dengan nilai rata-rata untuk permintaan daging sapi sebesar 59.91 kg dengan standar deviasi 29.124. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata permintaan daging sapi mengalami permintaan tertinggi sebesar 140 kg dan terendah sebesar 20 kg.

Harga daging sapi mempunyai nilai rata-rata sebesar 124687.50 dengan standar deviasi 3796.752. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan harga daging sapi tertinggi sebesar Rp.130000 dan terendah sebesar Rp.120000. Harga tuna mempunyai nilai rata-rata 38312.50 dengan standar deviasi 2856.091 dan secara keseluruhan harga tuna tertinggi sebesar Rp. 45000 dan terendah Rp. 35000.

Harga kembung mempunyai nilai rata-rata sebesar 35968.75 dengan standar deviasi 2206.799 dan secara keseluruhan harga ikan kembung tertinggi sebesar Rp. 38000 dan terendah Rp. 28000. Harga ikan lele mempunyai nilai rata-rata sebesar Rp. 21500.00 dengan standar deviasi 2109.885 dan secara keseluruhan harga ikan lele tertinggi mencapai Rp. 25000 dan terendah Rp.18000.

Harga ayam mempunyai nilai rata-rata sebesar 32031.25 dengan standar deviasi 1447.676 dan secara keseluruhan harga ayam tertinggi sebesar Rp.35000 dan terendah sebesar Rp.30000. Harga cabai mempunyai nilai rata-rata sebesar Rp. 32520.00 dengan standar deviasi 3037.401 dan secara keseluruhan harga cabe tertinggi sebesar Rp. 40000 dan terendah Rp. 30000.

Harga kelapa mempunyai nilai rata-rata sebesar 11781.25 dengan standar deviasi 1717.732 dan secara keseluruhan harga kelapa tertinggi sebesar Rp. 16000 dan terendah Rp. 12000. Harga bawang merah mempunyai nilai rata-rata sebesar

25906.25 dengan standar deviasi 5011.982 dengan harga bawang merah tertinggi sebesar Rp. 35000 dan terendah Rp. 15000. Omzet usaha mempunyai nilai rata-rata sebesar 33218750.00 dengan standar deviasi 12254648.558 dan pendapatan tertinggi sebesar Rp. 60000000 dan terendah Rp. 15000000.

E. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging sapi pada rumah makan Padang.

Permintaan daging sapi pada rumah makan Padang di Yogyakarta diperoleh dengan memasukkan variabel-variabel bebas yang diduga berpengaruh terhadap permintaan daging sapi ke dalam persamaan regresi linier berganda menggunakan program SPSS 26. Adapun data yang ditampilkan berupa hasil perhitungan fungsi yang digunakan untuk menghitung faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging sapi pada rumah makan Padang.

Analisis permintaan daging sapi pada rumah makan Padang di Yogyakarta diperoleh dengan cara menentukan permintaan daging sapi yang dijadikan sebagai variabel dependen (variabel dipengaruhi), sedangkan variabel lain seperti harga daging sapi, harga ikan tuna, ikan kembung, lele, ayam, cabe, kelapa, bawang merah dan pendapatan (variabel yang mempengaruhi). Adapun hasil analisis dan pembahasannya sebagai berikut :

Tabel 25. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi pada Rumah Makan Padang di Kota Yogyakarta

Variabel	Koofisien	Sign.
Kostanta	-291.625	0.003*
Harga daging sapi	4.501	0.023*
Harga tuna	.788	0.245
Harga kembung	-.578	0.437
Harga lele	-.164	0.761
Harga ayam	-.357	0.716
Harga cabe	1.228	0.049*
Harga Kelapa	.881	0.045*
Harga Bawang merah	.695	0.007*
Omzet penjualan	.408	0.007*
Adjusted R square	0.804	
Sig-F	0.000*	

*signifikan pada $\alpha = 5\%$

Dari hasil analisis data maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$\text{LnY} = -291.625 + 4.501\text{LnX}_1 + 0.788 \text{Ln X}_2 - 0.578 \text{LnX}_3 - 0.164 \text{LnX}_4 - 0.357 \text{LnX}_5 + 1.228 \text{LnX}_6 + 0.881 \text{LnX}_7 + 0.695 \text{LnX}_8 + 0.408 \text{LnX}_9$$

Persamaan regresi diatas memiliki nilai R^2 *adjusted* sebesar 0.804. Artinya bahwa sebesar 80.4 % variasi permintaan daging sapi dapat dijelaskan oleh vaiabel independen yang terdapat dalam model (harga daging sapi, harga tuna, harga kembung, harga lele, harga ayam, harga cabai, harga kelapa, harga bawang merah dan pendapatan). Sisanya sebesar 19.6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Fungsi permintaan pada daging sapi memiliki nilai sig-F kurang dari ($\alpha = 5\%$) yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga probabilitas F memiliki nilai signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Hal tersebut menunjukkan bahawa variabel independen yang terdapat dalam model (harga daging sapi, harga tuna, harga kembung, harga lele, harga ayam, harga

cabai, harga kelapa, harga bawang merah dan pendapatan) secara bersama-sama dapat mempengaruhi permintaan daging sapi pada rumah makan Padang di Kota Yogyakarta.

Pengujian secara parsial pada fungsi permintaan daging sapi pada rumah makan Padang menunjukkan bahwa faktor yang meliputi harga daging sapi, harga cabe merah, bawang merah, kelapa dan pendapatan mempengaruhi permintaan daging sapi, sedangkan variabel harga ikan Tuna, ikan Kembung, ikan lele dan daging Ayam tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan daging sapi.

1. Harga daging sapi

Berdasarkan hasil analisis uji sig-t diketahui bahwa harga daging sapi memiliki pengaruh nyata terhadap permintaan daging sapi pada rumah makan Padang di Kota Yogyakarta dengan tingkat kepercayaan 95%. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi uji-t yang lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ ($0.023 < 0.05$) dengan nilai koefisien regresi sebesar 4.501. nilai yang positif menunjukkan bahwa harga daging sapi berbanding lurus terhadap permintaannya, yang artinya bahwa setiap terjadi kenaikan harga daging sapi sebesar 1% maka jumlah permintaannya akan mengalami kenaikan sebesar 4.501 dengan asumsi bahwa faktor lain dianggap tetap. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Afrizal (2014) yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi permintaan beras di Kabupaten Aceh Barat salah satunya harga barang itu sendiri.

2. Harga barang substitusi

Pada penelitian ini harga barang lain yang bersifat substitusi meliputi harga ikan tuna, harga kembung, harga lele dan harga ayam. Berdasarkan hasil analisis uji sig-t diketahui bahwa variabel harga ikan tuna, ikan kembung, ikan lele dan

ayam tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan daging sapi pada rumah makan Padang di Kota Yogyakarta dengan tingkat kepercayaan 95%. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi uji t yang lebih besar dari pada $\alpha = 5\%$ yaitu berturut-turut $(0.245 > 0.05)$, $(0.437 > 0.05)$, $(0.761 > 0.05)$, dan $(0.716 > 0.05)$ dengan nilai koefisien masing-masing sebesar (0.788) , (-0.578) , (-164) , (-357) . Artinya pada saat harga ikan (tuna, lele, kembung) dan ayam mengalami kenaikan atau penurunan harga maka jumlah permintaan daging sapi tidak akan mengalami perubahan pembelian pada rumah makan Padang Kota Yogyakarta. Tidak adanya pengaruh harga karena harga dari barang tersebut berbeda-beda dan jauh lebih murah dari harga daging sapi.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Ine dan Marwan (2015) yang menyatakan bahwa harga barang lain (tahu) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap permintaan telur pada tingkat kepercayaan 95% dengan hasil uji t lebih besar dari taraf nyata 0,05 $(0,100 > 0,05)$. Hal tersebut artinya apabila terjadi kenaikan harga barang lain maka permintaan terhadap telur tidak akan mengalami perubahan.

3. Harga barang Pelengkap

Pada penelitian ini harga barang pelengkap atau komplementer meliputi harga harga cabe, harga kelapa dan harga bawang merah. Berdasarkan hasil analisis uji sig-t diketahui bahwa variabel harga cabe, harga kelapa dan harga bawang merah berpengaruh signifikan terhadap permintaan daging sapi pada rumah makan Padang dengan tingkat kepercayaan 95%. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi uji t yang lebih kecil dari pada $\alpha = 10\%$, yaitu berturut-turut sebesar $(0.049 < 0.05)$, $(0.045 < 0.05)$ dan $(0.007 < 0.05)$ dengan nilai koefisien

regresi masing-masing (1.228), (0.881), (0.695). Artinya pada saat harga barang (cabe, kelapa, bawang merah) mengalami kenaikan 1% maka harga maka jumlah permintaan daging sapi akan mengalami perubahan permintaan pada rumah makan Padang dimana faktor lain dianggap tetap. Selain itu koefisien yang positif menunjukkan bahwa harga cabe, harga kelapa dan harga bawang merah berbanding lurus terhadap permintaan daging sapi pada rumah makan Padang di Kota Yogyakarta. Adanya pengaruh harga barang komplementer dikarenakan barang tersebut merupakan barang pelengkap dalam olahan daging sapi pada rumah makan Padang, sehingga meskipun harga cabe merah, kelapa dan bawang merah naik, konsumen atau pelaku rumah makan Padang tetap akan melakukan pembelian cabe merah walaupun dengan jumlah yg sedikit.

4. Omzet usaha

Berdasarkan hasil analisis uji sig-t diketahui bahwa variabel omzet usaha memiliki pengaruh yang nyata terhadap permintaan daging sapi pada rumah makan Padang di Kota Yogyakarta dengan tingkat kepercayaan 95%. Data tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t yang lebih kecil dari pada $\alpha = 5\%$ ($0.007 < 0.05$) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.408, dapat diartikan bahwa apabila omzet konsumen naik sebesar 1 % maka jumlah permintaan daging sapi akan mengalami kenaikan sebesar 0.408 %. Hal tersebut menyatakan bahwa omzet konsumen memiliki pengaruh yang nyata terhadap permintaan daging sapi pada rumah makan Padang. Selain itu koefisien yang positif menunjukkan bahwa omzet usaha berbanding lurus terhadap permintaan daging sapi pada rumah makan Padang di Kota Yogyakarta. Hal ini terjadi karena omzet usaha merupakan perputaran modal yang digunakan pelaku usaha rumah makan Padang untuk

membelanjakan kebutuhan usaha, dengan omzet usaha yang tinggi maka permintaan daging sapi juga akan meningkat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Sinaga dan Indra (2014) yang menyatakan bahwa variabel pendapatan berpengaruh nyata secara signifikan pada perilaku konsumen terhadap permintaan daging ayam kampung. Artinya apabila pendapatan konsumen naik maka jumlah permintaan daging ayam kampung akan mengalami kenaikan, begitu juga sebaliknya.