

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN  
DAGING AYAM KAMPUNG DI KOTA MEDAN  
(Studi Kasus: Pasar Sambas, Medan)**

**Bima Oskar S H<sup>1)</sup>, H M Mozart B Darus M.Sc<sup>2)</sup>, Ir.Iskandarini,MM<sup>3)</sup>**

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara

Jl. Prof. A. Sofyan No. 3 Medan

Hp. 085275320989, E-Mail: oscarmasterpiece@yahoo.com

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan permintaan konsumen terhadap daging ayam kampung dan harga ayam kampung; untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap konsumsi daging ayam kampung di Kota Medan dan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi daging ayam kampung di Pasar Sambas, Kota Medan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda menggunakan alat bantu SPSS 16. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara *purposive*. Teknik pengambilan sampel dengan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel 30 konsumen. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei sampai Juli tahun 2013. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil estimasi dapat diperoleh nilai determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,707. Hal ini berarti 70,7% variasi yang terjadi pada variabel umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan dan harga daging ayam kampung dapat menjelaskan jumlah konsumsi daging ayam kampung, sedangkan 29,3% lagi dipengaruhi oleh variabel lain. Secara serempak menunjukkan bahwa dari keseluruhan variabel bebas memberikan pengaruh yang nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam kampung. Secara parsial variabel jumlah tanggungan dan pendapatan berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam kampung, sedangkan pada umur, tingkat pendidikan dan harga daging ayam kampung tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam kampung.

***Kata Kunci : ayam kampung, perilaku konsumen, metode regresi linier berganda, konsumsi ayam kampung***

**ABSTRACT**

The objective of the research was to find out the development of consumers' demand for free-range chicken and of its price, to find out consumers' behavior in consuming free range chicken in Medan, and to analyze some factors which influenced the consumption of free-range chicken at Pasar Sambas, Medan. The research used multiple linear regression tests with an SPSS 16 software program. The location of the research was conducted purposively. The samples consisted of 30 consumers, using accidental sampling technique. The research was conducted from May to July, 2013. The result of the estimation research showed that the determination value ( $R^2$ ) was 0.707 which indicated that the variation of 70.7%

occurred in the variables of age, level of education, number of dependents, income, and the price of free-range chicken could be explained by the amount of consumption of free-range chicken, while the rest (39.3%) was explained by other factors. Simultaneously, all independent variables had significant influence on the amount of consumption of free-range chicken. Partially, the variables of the number of dependents and income had significant influence on the amount of consumption of free-range chicken, while the variables of age, the level of education, and price did not have any significant influence on the amount of consumption of free-range chicken.

**Keywords:** *Free-Range Chicken, Consumer Behavior, Multiple Linear Regression Method, Consumption of Free Range Chicken*

## PENDAHULUAN

### Latar belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang penduduknya banyak menderita anemia (kekurangan zat besi), terutama terjadi pada anak-anak. Hal ini dikarenakan kurangnya mengkonsumsi daging berikut olahannya. Berkaitan dengan kasus anemia, dari sekian jenis daging, kandungan gizi terbaik salah satunya ada pada daging ayam kampung.

Dilandasi oleh kebutuhan gizi yang baik dan rasa nikmat, masyarakat kita telah biasa menyertakan daging ayam kampung dalam menu makanan harian. Keperluan ini tidak hanya satu atau dua orang saja, tetapi banyak anggota keluarga. Kebutuhan dalam jumlah besar terhadap daging ayam kampung ini akan menghasilkan permintaan (Rasyaf, 2010).

Pembeli ayam kampung bisa dibilang cukup banyak karena penduduk di Indonesia sudah banyak yang mulai sadar akan kebutuhan gizi. Mereka berasal dari berbagai wilayah dengan berbagai tingkatan pendapatan. Bahkan, saat ini pembeli dari kelas menengah ke bawah sudah terbiasa dengan menu ayam kampung. Masalah banyaknya konsumen itulah yang kurang ditangkap oleh para distributor dan peternak.

Permintaan yang ditimbulkan oleh konsumen yang membutuhkan daging ayam kampung untuk beragam kebutuhan mereka ini terdiri dari beberapa faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan

permintaan akan daging ayam kampung yang akan saya gunakan adalah umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan, harga daging ayam kampung (Rasyaf,2012).

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dirumuskan beberapa permasalahan antara lain Bagaimana perkembangan harga dan permintaan konsumen terhadap daging ayam kampung di Kota Medan? Bagaimana perilaku konsumen dalam konsumsi daging ayam kampung di lokasi penelitian? Apakah faktor umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan, dan harga daging ayam kampung mempengaruhi jumlah konsumsi daging ayam kampung?

### **Tujuan Penelitian**

Dari permasalahan yang telah disebutkan di atas maka tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi perkembangan harga dan permintaan konsumen terhadap daging ayam kampung di Kota Medan, untuk mengidentifikasi perilaku konsumen dalam konsumsi daging ayam kampung di lokasi penelitian, untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah konsumsi daging ayam kampung.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Ayam kampung**

Ciri-ciri umum ayam kampung, seperti umumnya Ordo Galliformes adalah : memiliki paruh pendek, kaki beradaptasi untuk mencakar, mengais, dan berlari, hewan muda yang baru menetas berbulu halus dan cepat dewasa (cepat dapat berjalan dan makan sendiri), merupakan hewan buru daratan, bersarang di darat, makanan terutama tanam-tanaman, ramping dengan sedikit lemak, berat jantan dewasa antara 1.490 – 2.140 gram, sedangkan berat betina dewasa antara 1.171,4 – 1.555,6 gram (Mansjoer,1985).

## **Permintaan Ayam Kampung**

Di masa mendatang, kebutuhan konsumsi daging ayam kampung diperkirakan akan semakin meningkat, baik di perkotaan maupun di pedesaan. Dengan elastisitas yang semakin tinggi, perbaikan perekonomian nasional yang terus berlangsung akan menyebabkan konsumsi daging ayam kampung semakin tinggi. Apalagi jika dibandingkan dengan negara lain, tingkat konsumsi daging ayam kampung di Indonesia masih rendah. Hal ini membuka peluang bagi pemasaran daging ayam kampung secara nasional. Jumlah penduduk di Indonesia yang lebih dari 225 juta jiwa dengan pertumbuhan di atas 1,5% merupakan potensi pasar domestik yang luar biasa (Santoso dan Titik, 2011).

## **Faktor-faktor Perilaku Konsumen dalam Mengonsumsi Daging Ayam Kampung**

Fungsi permintaan adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan semua faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen beranekaragam antara lain harga, selera, musim, umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan, jumlah penduduk dan lain sebagainya (Pracayo dan Antyo, 2006).

## **Landasan Teori**

### **Permintaan**

Pada dasarnya permintaan menunjukkan hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Hukum permintaan tersebut tentunya menggunakan asumsi bahwa faktor selain harga dianggap tetap. Asumsi inilah yang disebut dengan *ceteris paribus* (Sukirno, 1994).

## **Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan (Mangkunegara,2002).

## **Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi merupakan salah satu teknik analisis data dalam statistika yang seringkali digunakan untuk mengkaji hubungan antara beberapa variabel dan meramal suatu variabel (Kutner, Nachtsheim dan Neter, 2004).

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Penentuan Daerah Penelitian**

Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive*, yaitu secara sengaja pada konsumen yang ada di Pasar Sambas Kota Medan, dengan pertimbangan meningkatnya konsumsi daging ayam kampung di kota Medan dari tahun ke tahun.

### **Metode Penarikan Sampel**

Penarikan sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *Accidental Sampling* yaitu pengambilan responden yang merupakan konsumen yang kebetulan berbelanja daging ayam kampung di Pasar Sambas Kota Medan. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditetapkan 30 responden dengan alasan untuk penelitian yang akan menggunakan analisis data dengan statistik ukuran sampel paling kecil adalah 30 responden (Wirartha, 2006).

### **Metode Analisis Data**

1. Perkembangan harga dan permintaan konsumen terhadap daging ayam kampung di Kota Medan

Data sekunder yang diperoleh dianalisa secara statistik. Untuk mengetahui besarnya permintaan daging ayam kampung digunakan tabulasi. Selanjutnya dijelaskan deskriptif.

2. Bagaimana perilaku konsumen dalam konsumsi daging ayam kampung  
Dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif dengan memperhatikan 10 parameter dari perilaku konsumen. Berdasarkan parameter tersebut diperoleh skor tingkat keputusan yaitu 10-50, yang selanjutnya akan diperoleh tingkat ketercapaian dalam bentuk persentase.

3. Faktor umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan, dan harga daging ayam kampung mempengaruhi jumlah konsumsi daging ayam kampung

Dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen dinaikturunkan nilainya. Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2006).

Data yang dibutuhkan adalah jumlah konsumsi konsumen rata-rata per bulan, umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan rata-rata per bulan, dan harga daging ayam kampung.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Perkembangan Harga dan Permintaan Konsumen Terhadap Daging Ayam Kampung Di Kota Medan**

Perkembangan permintaan konsumen daging ayam kampung dapat dilihat dari jumlah rata-rata konsumsinya, dimana jumlah konsumsi daging ayam kampung berbanding lurus terhadap perkembangan permintaan daging ayam kampung itu sendiri.

Berikut perkembangan harga dan perkembangan konsumsi daging ayam kampung di Kota Medan.

**Tabel 1. Perkembangan Harga dan Konsumsi Daging Ayam Kampung 5 Tahun Terakhir di Kota Medan**

Keterangan	Tahun				
	2007	2008	2009	2010	2011
Harga (Rp/Kg)	30.125	33.716	36.216	40.333	43.716
Konsumsi (Kg/Kapita/Thn)	0,111	0,093	0,099	0,099	0,101

*Sumber: Dinas Peternakan Kota Medan*

Dari Tabel 1 diperoleh perkembangan harga dan konsumsi daging ayam kampung mengalami peningkatan, dapat dilihat bahwa peningkatan harga pada tahun 2010-2011 tidak mempengaruhi terhadap jumlah konsumsi. Hal ini tidak sesuai dengan teori ekonomi yaitu apabila harga meningkat maka permintaan akan suatu barang akan menurun, sehingga ayam kampung dapat dikategorikan sebagai barang superior.

### **Perilaku Konsumen terhadap Daging Ayam Kampung**

Perilaku konsumen terhadap permintaan daging ayam kampung dipengaruhi oleh 10 (sepuluh) parameter. Untuk lebih jelasnya tingkat perilaku konsumen dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini.

**Tabel 2. Perilaku Konsumen terhadap Daging Ayam Kampung Berdasarkan Parameter**

No	Parameter	Skor diharapkan	Skor diperoleh	Ketercapaian (%)
1	Membeli daging ayam kampung untuk dikonsumsi karena pengaruh pekerjaan	5	2,43	48,6
2	Membeli dan mengkonsumsi daging ayam kampung dengan jumlah yang berkurang pada saat harga naik	5	3,70	74
3	Membeli dan mengkonsumsi daging ayam kampung dengan jumlah bertambah saat pendapatan naik	5	2,83	56,6
4	Membeli daging ayam kampung untuk	5	3,90	78

	dikonsumsi karena pengaruh pola hidup sehat			
5	Membeli daging ayam kampung untuk dikonsumsi karena pengaruh kandungan gizi	5	4,30	86
6	Membeli daging ayam kampung untuk dikonsumsi karena pengaruh rasa	5	4,10	82
7	Membeli daging ayam kampung untuk dikonsumsi karena pengaruh kebiasaan	5	2,97	59,4
8	Membeli daging ayam kampung untuk dikonsumsi karena pengaruh gengsi	5	1,73	34,6
9	Membeli daging ayam kampung untuk dikonsumsi karena pengaruh ajakan oranglain	5	2,10	42
10	Membeli daging ayam kampung untuk dikonsumsi karena lebih menyukainya daripada ayam potong	5	4,10	82
		<b>50</b>	<b>32,16</b>	<b>64,32</b>

Berdasarkan tabel perilaku konsumen diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor yang sangat mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengkonsumsi daging ayam kampung adalah kandungan gizi dari daging ayam tersebut. Hal ini dapat dilihat dari persentasi ketercapaian parameter sebesar 86 %.

### **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan/Konsumsi Daging Ayam Kampung**

Setelah dilakukan uji asumsi klasik terhadap model, dapat diketahui bahwa dalam model yang diperoleh tidak ditemukan adanya multikolinearitas, heterokedstisitas, dan data yang digunakan berdistribusi normal. Tabel di bawah ini adalah tabel yang menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan/konsumsi daging ayam kampung di daerah penelitian.

**Tabel 3. Analisis Regresi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Konsumsi Daging Ayam Kampung.**

Variabel	Koefisien Regresi	Standart Error	T-Hitung	Signifikan
Constant	2,670	7,945	0,336	0,740*
X <sub>1</sub> = Umur	0,018	0,015	1,202	0,241*
X <sub>2</sub> = Tingkat Pendidikan	-0,042	0,070	-0,594	0,558*
X <sub>3</sub> = Jumlah Tanggungan	0,189	0,108	1,743	0,094*
X <sub>4</sub> = Pendapatan	0,777	0,147	5,287	0,000**
X <sub>5</sub> = Harga Daging Ayam Kampung	-0,770	0,174	-0,445	0,660*
R-Square= 0,707				
F-Hitung= 11,609				0,000 <sup>a</sup>
F-Tabel= 2,62				
T-Tabel= 1,711				
Keterangan : * = tidak nyata				
** = nyata				

Persamaan yang diperoleh dari hasil analisis Tabel 3 adalah :

$$Y = 2,670 + 0,018X_1 - 0,042X_2 + 0,189X_3 + 0,777X_4 - 0,770X_5$$

(1,202)    (-0,594)    (1,743)    (5,287)    (-0,445)

Adapun variabel yang mempengaruhi tingkat konsumsi/permintaan daging ayam kampung adalah jumlah tanggungan dan pendapatan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Perkembangan harga daging ayam kampung meningkat setiap tahunnya, sedangkan perkembangan permintaan daging ayam kampung menurun dari tahun 2007 sampai 2008, tetapi terus meningkat selama 3 tahun terakhir yaitu tahun 2009 sampai 2011. Komoditi ayam kampung termasuk dalam kategori barang superior dikarenakan kualitasnya yang tinggi (dari parameter pengaruh gizi dan kandungan daging ayam kampung) dan pendapatan konsumen (dari hasil analisis regresi faktor yang mempengaruhi ayam kampung)
2. Dari 10 parameter yang ditawarkan, parameter pengaruh gizi dan kandungan daging ayam kampung yang sangat mempengaruhi konsumen dalam membeli

dan mengkonsumsi daging ayam kampung. Hal ini dapat dilihat dari tingkat ketercapaiannya yang tertinggi dari parameter lainnya yaitu sebesar 86 %.

3. Secara serempak menunjukkan bahwa dari keseluruhan variabel bebas memberikan pengaruh yang nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam kampung. Secara parsial variabel umur, tingkat pendidikan, dan harga daging ayam kampung tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam kampung, sedangkan pada jumlah tanggungan dan pendapatan berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam kampung

### **Saran**

1. Kepada Konsumen

Sebaiknya konsumen lebih meningkatkan konsumsi daging ayam kampung karena nilai gizi yang terkandung didalamnya sangat baik.

2. Kepada Pedagang

Sebaiknya pedagang lebih memperhatikan kualitas dan gizi dari daging ayam kampung yang dijual agar konsumen lebih banyak mengkonsumsinya, dan tidak menetapkan harga diatas harga yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

3. Kepada Peneliti Lain

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap konsumsi daging ternak lainnya, seperti ternak ruminansia. Serta bagaimana prospek usaha ternak masing-masing komoditi.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Anonimous (1). 2012. *Ayam Kampung, Kebutuhannya Masih Tinggi*. (<http://jelajahagrobisnis.blogspot.com/2012/10/ayam-kampung-kebutuhannya-masih-tinggi.html>). Dikutip pada tanggal 26-03-2013 pukul 20.17 WIB.

Anonimous (2). 2012. *Menengok Sejarah Ayam Kampung*. (<http://www.ayambintaro.com/2012/03/menengok-sejarah-ayam-kampung.html>). Dikutip pada tanggal 26-03-2013 pukul 20.50 WIB.

Kutner, M.H., C.J. Nachtsheim., dan J. Neter. 2004. *Applied Linear Regression Models*. 4th ed. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.

Mangkunegara, P.A. 2002. *Perilaku Konsumen*. Refika Aditama. Bandung

- Mansjoer SS. 1985. *Pengkajian Sifat - sifat Produksi Ayam Kampung Serta Persilangannya dengan Ayam Rhode Island Red (Disertasi)*. Bogor: Fakultas Pasca Sarjana. Institut Pertanian Bogor
- Pracayo, Tri kunawangsih dan Antyo Pracayo. 2006. *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Grasindo.
- Rasyaf, Muhammad. 2010. *Manajemen Peternakan Ayam Kampung*. Yogyakarta: Kanisius
- \_\_\_\_\_. 2012. *Beternak Ayam Kampung*. Jakarta: Penebar Swadaya
- Santoso, Hari dan Titik Sudaryani. 2011. *Pembesaran Ayam Pedaging Hari per Hari di Kandang Panggung Terbuka*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Sukirno, Sadono. 1994. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wirartha, I.M. 2006. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Penerbit Andi