

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN DAGING AYAM KAMPUNG

Alexander Sinaga¹⁾, Salmiah²⁾ dan Sinar Indra Kesuma³⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis, ²⁾dan ³⁾Dosen Program Studi Agribisnis

ABSTRAK

Alexander Sinaga (070304020) dengan judul skripsi “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Kampung di Kecamatan Siantar Barat, Kota pematang Siantar**” dibawah bimbingan Ibu Dr.Ir.Salmiah, MS sebagai ketua pembimbing dan Bapak Ir.Sinar Indra Kesuma, MSi sebagai anggota pembimbing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging ayam kampung dan mengetahui hubungan karakteristik umur, pekerjaan dan tingkat pendidikan dengan perilaku konsumen dalam membeli daging ayam kampung. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging ayam kampung digunakan analisis regresi linier berganda dimana faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging ayam kampung adalah harga daging ayam kampung, pendapatan per bulan, jumlah tanggungan dan harga daging ayam potong. Untuk mengetahui hubungan karakteristik umur, pekerjaan dan tingkat pendidikan digunakan analisis koefisien Rank Spearman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging ayam kampung di daerah penelitian adalah pendapatan per bulan sedangkan harga daging ayam kampung, jumlah tanggungan dan harga daging ayam potong tidak mempengaruhi. Hasil penelitian juga menunjukkan tidak terdapat hubungan antara karakteristik umur, pekerjaan dan tingkat pendidikan dengan perilaku konsumen dalam membeli daging ayam kampung.

Kata Kunci : Permintaan, Daging Ayam Kampung, Perilaku Konsumen.

ABSTRACT

Alexander Sinaga (070304020) with the tittle of thesis “**The Factors That Influence The Demand for Chicken Meat**”. Under the guidance of Mrs.Dr.Ir. Salmiah, MS as the chairman of the supervising commitee and Mr.Ir.Sinar Indra Kesuma, MSi as a member.

This study aims to identify the factors that influence the demand for chicken meat and know the characteristics of the relationship of age, occupation and level of education with consumer behavior in purchasing chicken meat. To identify the factors that influence the demand for chicken meat used multiple linear regression analysis in which the factors that influence the demand for chicken meat is chicken meat prices, monthly income, number of dependents and broiler meat prices. To determine the relationship of the characteristics of age,

occupation and level of education, the Rank Spearman coefficient analysis. The results showed that the factors that influence the demand for chicken meat in the study area is monthly income, while the price of chicken meat, number of dependents and broiler meat prices do not affect. The results also indicate there is no relationship between the characteristics of age, occupation and level of education with consumer behavior in purchasing chicken meat.

Key Word : Demand, Chicken Meat, Consumer Behavior

PENDAHULUAN

Dalam pembangunan nasional Indonesia, sub sektor peternakan merupakan bagian dari sektor pertanian. Disadari atau tidak, sub sektor peternakan memiliki peranan yang strategis dalam kehidupan perekonomian dan pembangunan sumberdaya manusia Indonesia. Peranan ini dapat dilihat dari fungsi produk peternakan sebagai penyedia protein hewani yang penting bagi pertumbuhan dan perkembangan tubuh manusia. Oleh karenanya tidak mengherankan bila produk-produk peternakan disebut sebagai bahan “pembangun” dalam kehidupan ini. Selain itu, secara hipotesis, peningkatan kesejahteraan masyarakat akan diikuti dengan peningkatan konsumsi produk-produk peternakan yang dengan demikian maka turut menggerakkan perekonomian pada sub sektor peternakan.

Indonesia sebenarnya masih sangat kekurangan produksi ternak. Ternak sangat dibutuhkan manusia sebagai sumber makanan bergizi, terutama protein hewani, sebagai sumber pupuk organis dan membantu petani dalam pengadaan tenaga kerja. Usaha peternakan yang paling berkembang sekarang di Indonesia adalah usaha ternak unggas (pedaging dan telur) sedangkan ternak ruminansi (sapi, kerbau, kambing, domba) masih dalam tahap perkembangan.

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. Ayam kampung (*Gallus domesticus*) merupakan salah satu jenis ternak unggas yang telah memasyarakat dan tersebar di seluruh pelosok nusantara. Bagi masyarakat Indonesia, ayam kampung sudah bukan hal asing.

Identifikasi Masalah

1. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi permintaan daging ayam kampung?
2. Bagaimana hubungan karakteristik umur, pekerjaan dan tingkat pendidikan dengan perilaku konsumen dalam membeli daging ayam kampung?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging ayam kampung.
2. Untuk mengetahui hubungan karakteristik umur, pekerjaan dan tingkat pendidikan dengan perilaku konsumen dalam membeli daging ayam kampung.

Kegunaan Penelitian

1. Sebagai bahan masukan bagi para pembaca dan khalayak ramai yang memiliki ketertarikan dalam mengembangkan pemasaran daging ayam kampung.
2. Sebagai bahan informasi dan pertimbangan bagi peternak daging ayam kampung dalam memprediksi persediaan dan permintaan konsumen akan daging ayam kampung.

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku konsumen sangat penting untuk diketahui dalam memasarkan suatu produk agar pemasar dapat memasarkan produknya sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan kata lain tidak ditolak pasar. Perilaku konsumen yang akan datang menunjukkan kebosanan akan suatu produk lama dan menginginkan perubahan. Mereka menginginkan produk baru, mau membuang produk sebelum usang dan secara aktif mencari apa yang baru dan berbeda. Ketidakstabilan merupakan sifat pembeli mendatang yang mencerminkan ketidaksenangan konsumen. Keadaan lingkungan akan mempengaruhi sifat-sifat tadi dan kemampuan untuk mendaur ulang produk yang dibuang merupakan pertimbangan pada saat pembelian, perusahaan yang mementingkan hal ini akan berjalan baik.

Teori konsumen menerangkan perilaku konsumen dalam membelanjakan pendapatannya untuk memperoleh alat-alat pemuas kebutuhan yang dapat berupa barang-barang konsumsi ataupun jasa-jasa konsumsi. Kesimpulan-kesimpulan yang dapat dihasilkan oleh teori konsumen antara lain adalah bagaimana reaksi konsumen dalam kesediannya membeli terhadap berubahnya jumlah pendapatan yang ia peroleh terhadap berubahnya harga barang yang bersangkutan. Fungsi utama dari barang dan jasa konsumsi adalah memenuhi kebutuhan langsung pemakainya. Mereka yang bertindak sebagai pemakai barang-barang dan jasa-jasa konsumsi disebut konsumen.

Membahas pasar dapat dimulai dengan meneliti perilaku konsumen. Apa yang menentukan kuantitas diminta (*quantity demanded*) terhadap suatu barang yaitu jumlah barang yang ingin dan mampu dibeli oleh pembeli. Kurva permintaan memperlihatkan bagaimana kuantitas sebuah barang yang diminta tergantung pada harganya. Menurut hukum permintaan, ketika harga barang turun, kuantitas yang diminta meningkat. Dalam ilmu ekonomi, istilah permintaan menunjukkan jumlah barang dan jasa yang akan dibeli konsumen pada periode waktu dan keadaan tertentu. Periode waktu tersebut bisa satu tahun dan keadaan yang harus diperhatikan antara lain harga barang yang akan dibeli, harga barang lain, pendapatan konsumen, selera dan lain-lain.

Perilaku konsumen adalah soal keputusan. Lebih jauh lagi adalah keputusan adalah soal pilihan. Keputusan meliputi pilihan “Antara dua atau lebih alternatif, tindakan atau perilaku”. Pilihan meliputi produk, merk, dealer, waktu pembelian dan jumlah pembelian. Pembelian-pembelian itu digolongkan sebagai respons. Keputusan membeli ada pada diri konsumen. Proses keputusan konsumen akan terdiri atas tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan kepuasan konsumen.

Korelasi Rank Spearman adalah bekerja dengan data ordinal bebas distribusi, maka data tersebut terlebih dahulu harus diubah menjadi data ordinal

dalam bentuk rangking. Seperti faktor umur, pekerjaan dan pendidikan diubah menjadi angka. Kemudian angka-angka tersebut diurutkan dari yang paling kecil sampai yang paling besar. Kemudian data tersebut dihitung berdasarkan angka yang sama sehingga didapatkan yang disebut dengan jenjang. Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen dinaik turunkan nilainya. Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independennya minimal 2.

METODE PENELITIAN

Metode Penentuan Daerah Penelitian

Daerah penelitian ditentukan secara purposive, yaitu secara sengaja pada konsumen yang ada di Kecamatan Siantar Barat, Kota Pematang Siantar, dengan pertimbangan meningkatnya konsumsi daging ayam kampung di kota Pematang Siantar dari tahun ke tahun.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode penelusuran (*Accedental*), yaitu pengambilan responden yang merupakan konsumen yang kebetulan berbelanja daging ayam kampung di pasar di Kecamatan Siantar Barat. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 30 sampel sesuai dengan Teori Bailey yang menyatakan untuk penelitian yang menggunakan analisa statistik, ukuran sampel paling minimum 30.

Metode Pengambilan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara kepada konsumen sampel dengan menggunakan daftar pertanyaan/kuisisioner yang telah dibuat sebelumnya. Data sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait dengan penelitian ini seperti Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara, Badan Pusat Statistik Kota Pematang Siantar serta dari literatur dan sumber pendukung lainnya.

Metode Analisis Data

1. Hipotesis 1 diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Data yang dibutuhkan adalah harga daging ayam kampung, pendapatan rata-rata per keluarga/bulan, jumlah tanggungan, harga daging ayam potong dengan menggunakan rumus :

$$Y=a_0+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3+b_4X_4$$

Keterangan :

- Y = Jumlah permintaan daging ayam kampung (kg/bulan)
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- X₁ = Harga daging ayam kampung (Rp/kg)
- X₂ = Pendapatan rata-rata (Rp/bulan)
- X₃ = Jumlah tanggungan (jiwa)

X_4 = Harga daging ayam potong (Rp/kg)

Pengambilan keputusan :

jika, $t_h \leq t$ tabel, tolak H_1 ; terima H_0

$t_h \geq t$ tabel, tolak H_0 ; terima H_1

H_0 : tidak ada pengaruh

H_1 : ada pengaruh

2. Hipotesis 2 dianalisis dengan koefisien rank spearman

$$rs = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^N di^2}{n^3 - n}$$

$$t_{hitung} = rs \sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Kampung

Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi perilaku konsumen terhadap permintaan daging ayam kampung di Kecamatan Siantar Barat ada 4 faktor, yaitu harga daging ayam kampung, pendapatan, jumlah tanggungan dan harga daging ayam potong.

Tabel 1. Hasil Output Regresi linier Berganda Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Kampung

Variabel	Koefisien Regresi	Standard Error	t hitung	Signifikan	Keterangan
(Constant)	27.933				
Harga Daging Ayam Kampung	-.005	1.350	-.004	.997	Tidak Nyata
Pendapatan	.665	.189	3.516	.002	Nyata
Jumlah Tanggungan	.322	.190	1.697	.102	Tidak Nyata
Harga Daging Ayam Potong	-9.822	5.625	-1.746	.093	Tidak Nyata
R-Square	: 0.594				
t-tabel	: 1.701				

Persamaan yang diperoleh dari hasil output SPSS adalah :

$$Y = 27,933 - 0,005X_1 + 0,665X_2 + 0,322X_3 - 9,822X_4$$

Dari model di atas dihasilkan nilai koefisien determinasi (R-Square) sebesar 59,4 %. Hal ini menunjukkan bahwa 59,4 % variasi variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap permintaan daging ayam kampung di daerah penelitian dapat dijelaskan oleh variabel harga daging ayam kampung, pendapatan, jumlah tanggungan dan harga daging ayam potong. Sedangkan 40,6 % dijelaskan oleh variabel lain di luar model persamaan di atas.

Uji parsial pada model digunakan dengan nilai t-hitung. Dari tabel 15 nilai t-hitung variabel harga daging ayam kampung sebesar $-0.004 \leq t\text{-tabel}$ dan nilai signifikan sebesar $0,997 \geq 0.05$ dapat disimpulkan bahwa variabel harga daging ayam kampung tidak berpengaruh nyata secara signifikan pada perilaku konsumen terhadap permintaan daging ayam kampung (H_0 diterima).

Dari tabel 15 nilai t-hitung variabel pendapatan sebesar $3,516 \geq t\text{-tabel}$ dan nilai signifikan sebesar $0,02 \leq 0,05$ dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh nyata secara signifikan pada perilaku konsumen terhadap permintaan daging ayam kampung (H_1 diterima). Koefisien variabel pendapatan sebesar 0,665 berarti jika pendapatan meningkat sebesar 1 juta rupiah maka jumlah permintaan daging ayam kampung akan meningkat sebesar 0.665 kg.

Dari tabel 15 nilai t-hitung variabel jumlah tanggungan sebesar $1,697 \leq t\text{-tabel}$ dan nilai signifikan sebesar $0.102 \geq 0,05$ dapat disimpulkan bahwa variabel jumlah tanggungan tidak berpengaruh nyata secara signifikan pada perilaku konsumen terhadap permintaan daging ayam kampung (H_0 diterima).

Dari tabel 15 nilai t-hitung variabel harga daging ayam potong sebesar $-1,746 \leq t\text{-tabel}$ dan nilai signifikan sebesar $0.093 \geq 0.05$ dapat disimpulkan bahwa variabel harga daging ayam potong tidak berpengaruh nyata secara signifikan pada perilaku konsumen terhadap permintaan daging ayam kampung (H_0 diterima).

Untuk menghindari adanya kesalahan pendugaan model yang dilakukan maka dalam proses selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji multikolinieritas dan heteroskedastisitas.

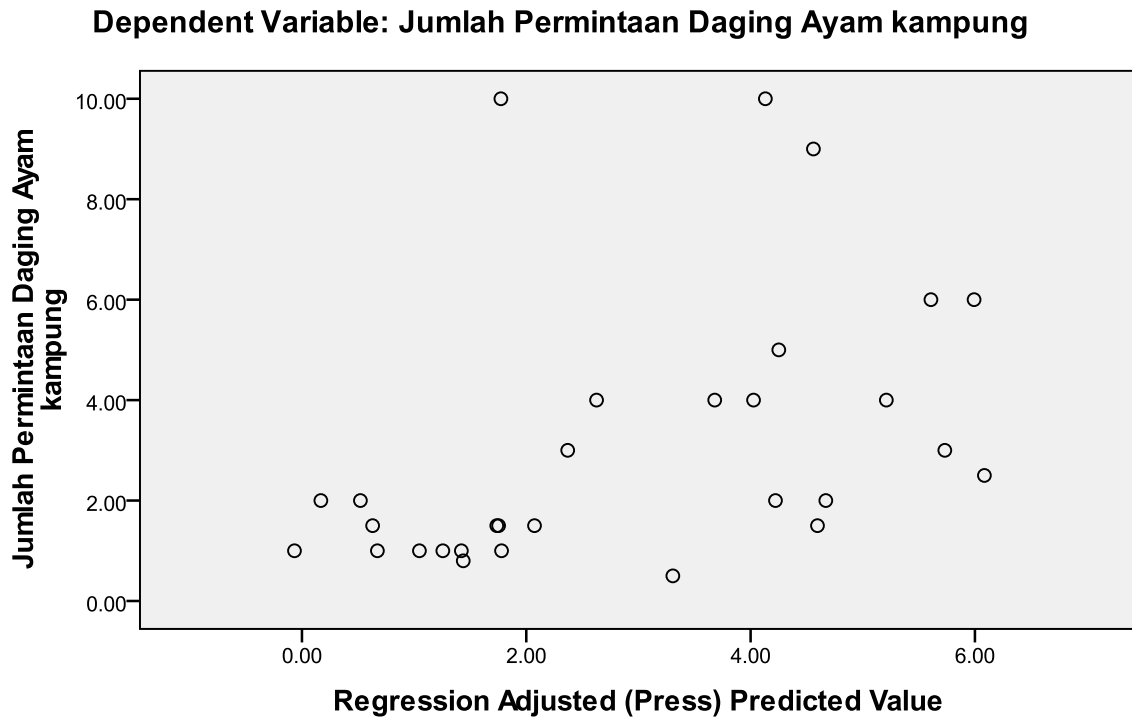
Multikolinieritas

Multikolinieritas terjadi apabila ada korelasi linear antar variabel bebas. Untuk mengetahui adanya multikolinieritas pada model, dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF dengan bantuan SPSS dimana apabila nilai $VIF > 10$ maka dalam model tersebut terjadi multikolinieritas. Dari lampiran 4 didapat nilai $VIF < 10$ sehingga model persamaan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Heteroskedatis

Pada persamaan ini tidak terjadi heteroskedatis karena varians daripada koefisien bersifat konstan. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedatis dilakukan dengan uji grafik dimana apabila terjadi heteroskedatis maka titik akan tersebar merata membentuk pola tertentu. Gambar berikut ini menunjukkan sebaran titik untuk faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap permintaan daging ayam kampung di daerah penelitian.

Scatterplot



Hubungan Karakteristik Umur, Pekerjaan dan Tingkat Pendidikan

Hubungan Umur dengan Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Daging Ayam Kampung

Uraian	Range	Rataan
Umur	26-74	43.3
Perilaku Konsumen (Skor)	5-25	15
rs		0.104
th		0.55328
$t\alpha$		2.048

Hasil pengujian yang dilakukan menggunakan analisis korelasi Rank Spearman pada lampiran 5 diperoleh koefisien korelasi (rs) sebesar 0,104 dan t-hitung sebesar $0,553 \leq t\text{-tabel}$ (H_0 diterima). Artinya tidak terdapat hubungan antara umur dengan perilaku konsumen terhadap permintaan daging ayam kampung. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan antara

umur dengan perilaku konsumen terhadap permintaan daging ayam kampung ditolak.

Hubungan Pekerjaan dengan Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Daging Ayam Kampung

Uraian	Range	Rataan
Pekerjaan	2-50	17.23
Perilaku konsumen (Skor)	5-25	15
rs		0.187
th		1.077
$t\alpha$		2.048

Hasil pengujian yang dilakukan menggunakan analisis korelasi Rank Spearman pada lampiran 6 diperoleh koefisien korelasi (rs) sebesar 0,187 dan t-hitung sebesar $1,077 \leq t\text{-tabel}$ (H_0 diterima). Artinya tidak terdapat hubungan antara pekerjaan dengan perilaku konsumen terhadap permintaan daging ayam kampung. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan antara pekerjaan dengan perilaku konsumen terhadap permintaan daging ayam kampung ditolak.

Hubungan Tingkat Pendidikan dengan Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Daging Ayam Kampung

Uraian	Range	Rataan
Tingkat Pendidikan	6-17	12.16
Perilaku Konsumen (Skor)	5-25	15
rs		-0.225
th		-1.221
$t\alpha$		2.048

Hasil pengujian yang dilakukan menggunakan analisis korelasi Rank Spearman pada lampiran 7 diperoleh koefisien korelasi (rs) sebesar -0.225 dan t-hitung sebesar $-1,221 \leq t\text{-tabel}$ (H_0 diterima). Artinya tidak terdapat hubungan antara tingkat pendidikan dengan perilaku konsumen terhadap permintaan daging ayam kampung. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan antara tingkat pendidikan dengan perilaku konsumen terhadap permintaan daging ayam kampung ditolak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Perilaku konsumen terhadap permintaan daging ayam kampung di Kecamatan Siantar Barat dipengaruhi secara signifikan oleh faktor pendapatan, sedangkan

faktor harga daging ayam kampung, jumlah tanggungan dan harga daging ayam potong tidak berpengaruh secara signifikan.

2. Tidak terdapat hubungan karakteristik umur, pekerjaan dan tingkat pendidikan pada perilaku konsumen terhadap permintaan daging ayam kampung di Kecamatan Siantar Barat.

Saran

1. Kepada Konsumen

Diharapkan kepada konsumen untuk lebih hati-hati dalam memilih daging ayam kampung sehingga tidak mengkonsumsi daging ayam kampung yang sudah tidak bagus.

2. Kepada Peternak

Diharapkan kepada peternak untuk lebih memperhatikan kepada kualitas daging ayam kampung dibandingkan memperhatikan kuantitas daging ayam kampung.

3. Kepada Peneliti Selanjutnya

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat meneliti dengan judul yang sama dengan variabel yang berbeda seperti suku dan meneliti tentang prospek peternakan ayam kampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonimous. 2013. (<http://pustakamaya.diknas.go.id/index.php>).
- Arsyad, L. 2000. *Ekonomi Manajerial*. BPF E Yogyakarta. Yogyakarta.
- Daniel, M. 2000. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Dudung, M.A. 2006. *Memelihara Ayam Kampung Sistem Battery*. Kanisius. Yogyakarta.
- Gilarso, T. 1993. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Kanisius. Yogyakarta.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Irwan dan Wijaya, F. 1996. *Pemasaran 2000*. BPF E Anggota IKAPI. Jakarta.
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran*. PT Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 1996. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I*. PT Prenhallindo. Jakarta.
- Mangkunegara, P.A. 2002. *Perilaku Konsumen*. Refika Aditama. Bandung.
- Mankiw, N.G. 2003. *Pengantar Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Murtidjo, Bambang Agus. 2007. *Pemotongan, Penanganan, dan Pengolahan Daging Ayam*. Kanisius. Yogyakarta.
- Nopirin. 1994. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro dan Mikro*. BPF E. Yogyakarta.
- Pyndick, R.S dan Rubinfeld, D.L. 2001. *Mikro Ekonomi*. PT Indeks. Jakarta.
- Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Konsumen dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana. Jakarta.
- Simanjuntak, S.B. 2004. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Soediyono, R.M. 1981. *Ekonomi Mikro*. Liberty. Yogyakarta.

- Sugiarto, dkk. 2000. *Ekonomi Mikro*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2006. *Statistika untuk Penelitian*. CV Alfabeta. Bandung.
- Sukirno, S. 1997. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sumarwan, V. 2003. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Umar, H. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama dan JBRC. Jakarta.
- Yaman, M, Aman. 2010. *Ayam Kampung Unggul 6 Minggu Panen*. Penebar Swadaya. Jakarta.