

## Pilihan Tempat Belanja Masyarakat Perkotaan Dan Implikasinya Pada Peternak Ayam Petelur Di Pedesaan

**Ni Made Ratih Kusuma Dewi  
I Wayan Sukadana  
Anak Agung Ketut Ayuningsasi**

### ABSTRAK

Meningkatnya kesejahteraan masyarakat perkotaan di Kota Denpasar yang direspon oleh peningkatan jumlah supermarket dan pengecer makanan modern lainnya telah meningkatkan kekhawatiran akan dampak negatifnya pada peritel tradisional. Pada tulisan ini kami membahas mengenai pola belanja masyarakat Kota Denpasar pada era yang semakin menuntut standar kualitas yang tinggi ini. Tulisan ini juga mencoba untuk menjelaskan bagaimana peningkatan kesejahteraan masyarakat perkotaan juga dapat terdistribusi kepada petani/ peternak di daerah pedesaan. Tulisan ini mendata masyarakat perkotaan di Kota Denpasar untuk mengetahui pilihan tempat belanja khusus produk telur. Hasil analisis dengan menggunakan Multinomial Logit menemukan bahwa sebagian besar masyarakat Kota Denpasar masih berbelanja di pasar tradisional maupun warung untuk masyarakat yang berpenghasilan rendah dan sebagian yang berpenghasilan menengah, namun sebagian masyarakat yang berpenghasilan tinggi cenderung untuk berbelanja di pasar modern karena memiliki kualitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan pasar tradisional. Masyarakat dengan pendidikan yang lebih tinggi serta kepala keluarga dengan umur muda cenderung untuk berbelanja di pasar modern. Berdasarkan pilihan tempat berbelanja tersebut kemudian dapat kami simpulkan bahwa peternak mendapatkan pengaruh positif yaitu peningkatan pendapatan oleh peternak di wilayah pedesaan karena peternak hanya mampu mendistribusikan hasil produksinya ke pasar tradisional, toko-toko kecil maupun warung.

*Kata kunci : permintaan makanan, pasar modern, pasar tradisional, peternak*

## Choice of Urban Community Places for Shopping and Its Implications On Layer Chicken Farmers In Rural Areas

### ABSTRACT

The increasing prosperity of urban communities in Denpasar, responded by an increasing number of supermarkets and other modern food retailers has raised concerns about its negative impact on traditional retailers. In this paper we discuss about the choice pattern of public spending in the city of Denpasar in an increasingly demanding era of high quality standards. This paper also tries to explain how higher welfare of urban communities can also be distributed to farmers / ranchers in rural areas. This paper surveyed the urban community in Denpasar City to find out the choice of the shopping place for egg products. The results of the analysis using Multinomial Logit found that most people in Denpasar still shop at traditional markets and stalls for low-income and middle-income household, but some high-income household tend to shop in the modern market because they have higher quality compared to with traditional markets. People with higher education and younger household tend to shop in the modern market. Based on the choice of shopping place then we can conclude that the farmers/ranchers get a positive influence of increasing welfare in the city, because farmers/ranchers are only able to distribute their products to traditional markets, small shops and stalls.

*Keywords : demand for food, supermarket, farmers, ranchers*

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi di Provinsi Bali yang pesat selama empat dekade terakhir yang ditandai dengan peningkatan pendapatan perkapita di setiap dekadanya. Rata-rata pendapatan perkapita selama lima tahun terakhir sebesar Rp 31.096.588 per tahun dengan rata-rata pertumbuhan ekonomi di Provinsi Bali selama lima tahun terakhir adalah 6,61 persen diatas rata-rata pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 4,73 persen (BPS Provinsi Bali, 2016).

Struktur perekonomian Provinsi Bali yang bergeser dari sektor primer ke tersier yang ditunjukkan oleh kontribusi masing-masing sektor dalam pembentukan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi Bali. Perekonomian di Provinsi Bali juga tak terlepas dari peran perdagangan baik yang dilakukan secara konvensional seperti pasar tradisional, toko-toko ataupun warung maupun yang dilakukan secara lebih terstruktur seperti pasar modern yang mencakup hypermarket, supermarket ataupun minimarket. PDRB dari sektor perdagangan besar dan eceran di Provinsi Bali mengalami peningkatan di setiap tahunnya, tahun 2015 perdagangan besar dan eceran di Provinsi menyumbang 11.192, 32 miliar rupiah atau 0,08 persen dari total PDRB Provinsi Bali (Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2016).

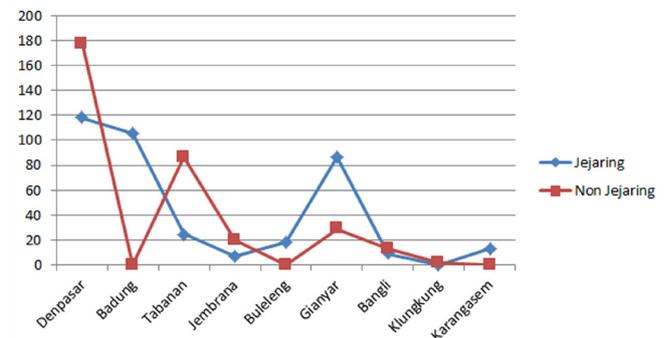
Kota Denpasar merupakan kota yang pusat perekonomian di Provinsi Bali yang dibuktikan dengan pendapatan perkapita tertinggi kedua setelah Kabupaten Badung. Pendapatan perkapita yang terus meningkat di setiap tahunnya menyebabkan masyarakat bukan hanya meningkatkan kuantitas barang konsumsinya, namun juga meningkatkan kualitas barang konsumsinya (Minot, *et.al*). Daya beli masyarakat Kota Denpasar yang cukup tinggi mendorong para investor-investor untuk menanamkan modalnya untuk membangun pasar modern.

Perkembangan perekonomian di Kota Denpasar dan mobilitas kegiatan masyarakatnya yang tinggi menyebabkan masyarakat akan memilih hal-hal yang lebih praktis untuk memenuhi kebutuhan

hidupnya, salah satunya adalah memilih tempat belanja di pasar modern. Pasar modern memiliki keunggulan dibandingkan dengan pasar tradisional dari kualitas produk yang dijual, suasana yang ditawarkan, kepastian harga yang diberikan serta pilihan cara membayarnya.

Daya beli masyarakat Kota Denpasar yang cukup tinggi mendorong para investor-investor untuk menanamkan modalnya untuk membangun pasar modern. Penanaman modal oleh investor ini didukung dengan dikeluarkannya Keppres No. 96/2000 tentang bidang usaha tertutup dan terbuka bagi modal asing. Pada keputusan tersebut, usaha pedagang eceran merupakan salah satu bidang usaha yang terbuka bagi pihak asing. Kondisi ini menyebabkan investor banyak menanamkan modalnya di Kota Denpasar dan menjadikan Kota Denpasar memiliki jumlah pasar modern terbanyak di Provinsi Bali. Menurut Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali, pada tahun 2015 Kota Denpasar memiliki 295 unit toko modern yang terdiri dari 118 toko jejaring dan 177 toko non jejaring. Jumlah toko modern terendah berada di Kabupaten Klungkung dengan 2 toko non jejaring dan tidak ada toko jejaring. Jumlah toko modern di kabupaten/kota di Provinsi Bali dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 1. Jumlah Toko Modern Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Bali tahun 2015



Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali, 2016

Pada tahun 2014 ke tahun 2015 terjadi peningkatan pendapatan perkapita sebesar empat persen. Peningkatan pendapatan

perkapita ini mendorong peningkatan jumlah dan penjualan pasar modern. Selain itu, proses urbanisasi juga mendorong percepatan pertumbuhan penduduk serta peningkatan pendapatan masyarakat perkotaan (Poesoro:2008). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pitasari (2012) menyatakan bahwa segmentasi masyarakat yang mengalami perubahan belanja adalah 18 persen masyarakat menengah, 52 persen masyarakat menengah atas dan 30 persen masyarakat atas. Perubahan pendapatan berdampak pada perubahan berbelanja masyarakat dari yang hanya sekedar mencoba hingga benar-benar berpindah tempat belanja. Perubahan tersebut disebabkan oleh perubahan gaya hidup masyarakat dengan mobilitas tinggi sehingga menuntut kenyamanan dan kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan.

Pasar modern memiliki keunggulan dari pasar tradisional yaitu pasar modern menjual produk yang relatif sama dengan harga yang relatif lebih murah dengan kualitas lebih baik dan suasana yang nyaman, terdapat pilihan cara pembayaran dan adanya kepastian harga. Supermarket juga menjalin kerjasama dengan pemasok besar dan dalam jangka waktu yang lama sehingga dapat melakukan efisiensi dengan memanfaatkan skala ekonomi yang besar. Beberapa kalangan memandang bahwa makin meluasnya pendirian pasar modern di Indonesia, makin baik bagi pertumbuhan ekonomi serta iklim persaingan usaha. Namun, di lain pihak, pasar modern juga menyebabkan pasar tradisional kehilangan pelanggan akibat praktik usaha yang dilakukan oleh supermarket (Poesoro, 2008).

Peningkatan pembangunan pasar-pasar modern ini membuka peluang bagi produsen-produsen lokal untuk ikut andil dalam memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakatnya. Produsen lokal yang berperan sebagai pemasok dari sektor pertanian seperti petani sayur, buah, bunga maupun peternak yang memenuhi kebutuhan daging maupun telur sebagai bahan pokok untuk membuat hidangan bagi wisatawan maupun hanya sebagai konsumsi masyarakat. Telur merupakan salah satu bahan pokok yang banyak dijadikan bahan untuk makanan

menjadi peluang besar bagi para peternak untuk mendistribusikan hasil produknya di pasar-pasar modern.

Menurut Survei sosial ekonomi nasional (Susenas) yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Bali menyebutkan bahwa jumlah konsumsi telur masyarakat Bali mengalami fluktuasi di setiap tahunnya. Rata-rata konsumsi telur masyarakat Bali berkisar antara 5 hingga 7 persen dari konsumsi bahan-bahan makanan lain di setiap bulannya. Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, produksi telur ayam tertinggi menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Bali selama lima tahun terakhir berada di Kabupaten Tabanan. Selama lima tahun terakhir produksi telur ayam di Kabupaten Tabanan mengalami fluktuasi, produksi tertinggi pada tahun 2011 sebanyak 18.958, 38 ton mengalami penurunan hingga tahun 2014 dan mengalami kenaikan pada tahun 2015 dengan jumlah produksi 15.770,93 ton.

Populasi ayam petelur yang banyak disertai dengan produksi telur yang tinggi menjadikan peternak ayam petelur mencari celah untuk mendistribusikan hasil produksi telurnya. Peternak melakukan pemilahan telur yang dikelompokkan menjadi tiga kelas, kelas satu merupakan kelas tertinggi dengan kualitas telur yang paling baik dengan harga tertinggi dan lolos kualifikasi untuk masuk di pasar modern seperti hotel, *restaurant* maupun *supermarket*. Kelas dua yaitu kelas di bawahnya dan dipasarkan pada pengepul maupun pengecer dengan harga yang lebih murah daripada kelas satu. Kelas terendah merupakan kelas tiga yang dijual di pasar tradisional, pabrik roti ataupun kue dengan harga terendah.

Kesempatan untuk bisa masuk pada pasar modern dipengaruhi oleh bagaimana usaha yang dilakukan oleh para petani dan peternak tersebut. Faktor tersebut seperti pendidikan, adanya relasi atau tidak kepada pihak pasar modern, kuantitas dan kualitas produk (Sahara sahara *et. al*, 2015). Kesempatan untuk masuk ke pasar modern diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan peternak karena barang-barang yang didistribusikan di pasar modern dijual dengan harga yang

lebih tinggi. Maka dari itulah penulis meneliti tentang pola belanja masyarakat perkotaan dan implikasinya pada peternak ayam petelur di perdesaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola belanja yang dilakukan oleh masyarakat perkotaan apakah masyarakat perkotaan berbelanja di pasar tradisional, warung, pedagang kaki lima, *mini market*, *supermarket* ataupun *hypermarket*. Penelitian ini juga menganalisis implikasi dari pola konsumsi masyarakat perkotaan terhadap kesejahteraan para peternak dan petani di perdesaan. Apabila masyarakat lebih memilih untuk membeli telur ayam ras di pasar modern, maka efek yang diterima oleh peternak ayam petelur di wilayah perdesaan tidak ada karena barang-barang yang di-*supply* ke pasar modern harus melewati beberapa tahap kualifikasi hingga dapat dipasarkan di pasar modern. Namun, apabila masyarakat perkotaan lebih memilih untuk membeli telur ayam ras di pasar modern, maka petani akan menerima efeknya baik peningkatan jumlah permintaan akan telur yang menyebabkan peningkatan pendapatan peternak dan petani di perdesaan.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan Kota Denpasar dan Kabupaten Tabanan sebagai lokasi penelitian. Pemilihan lokasi di Kota Denpasar karena Kota Denpasar merupakan pusat perekonomian di Provinsi Bali yang notabene pertumbuhan ekonomi di Kota Denpasar paling pesat dibandingkan dengan kabupaten lainnya dan kehidupan masyarakat Kota Denpasar memiliki mobilitas tinggi menuntut untuk segala yang dilakukan secara cepat. Penelitian yang dilakukan di Kota Denpasar untuk mengetahui bagaimana pola belanja masyarakat di perkotaan. Selain itu, penelitian dilakukan di Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan karena memiliki jumlah rumah tangga usaha peternakan urutan ketiga serta memiliki jumlah populasi ayam petelur dan hasil produksi telur terbanyak di Provinsi Bali.

Data primer yang digunakan pada penelitian ini adalah data yang diperoleh dari pengisian

kuesioner oleh responden dalam hal ini adalah jumlah pengeluaran rumah tangga tentang pembelian telur serta tempat membelinya dan data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah data yang diperoleh dari sumber lain yang mendukung penelitian. Data sekunder penelitian diperoleh dari Badan Pusat Statistik Bali dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan di Provinsi Bali, Badan Permodalan dan Perizinan Kota Denpasar, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Denpasar.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh rumah tangga di Kota Denpasar yaitu sebanyak 275.766 rumah tangga serta seluruh peternak di Kabupaten Tabanan. Sampel diambil dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat ketelitian sembilan puluh persen dengan jumlah sampel yang digunakan adalah 100 rumah tangga dan beberapa responden kunci di Kabupaten Tabanan.

Teknik sampling yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Propotionate Stratified Random Sampling* yaitu dengan membagi populasi menjadi beberapa kelompok dan secara random memilih *sub sample* dari setiap kelompok. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi non partisipan, memberikan kuesioner dan wawancara yang tidak terstruktur kepada responden rumah tangga, serta melakukan wawancara mendalam kepada responden kunci yaitu dua peternak ayam petelur di Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan.

Metode yang digunakan untuk menganalisis pola belanja masyarakat perkotaan guna memenuhi konsumsi telurnya adalah dengan metode multinomial logit. Metode kedua yang digunakan adalah metode deskriptif dengan melakukan wawancara mendalam kepada peternak dan petani di wilayah Kabupaten Tabanan guna melihat implikasi yang dialami dari pola belanja masyarakat perkotaan.

Persamaan multinomial dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \mu \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

- Y = Keputusan tempat belanja. (1=Hypermart (Hypermart, Carrefour, Giant), 2= supermarket (Hardys, Pepito, Tiara Dewata,)), 3= Mini Market (Indomart, Alfamart), 4= Warung, 5=warung semi permanen, 6= pasar tradisional, 7= pedagang keliling).
- $X_1$  = Pendapatan masyarakat (Rupiah)
- $X_2$  = Pendidikan kepala keluarga (Tahun)
- $X_3$  = Umur Kepala Keluarga
- $X_4$  = Anggaran untuk berbelanja makanan (Rupiah)
- $X_5$  = Jumlah anggota keluarga (orang)
- $X_6$  = Jenis kelamin kepala keluarga ( $X_6 = 1$  jika laki-laki,  $X_6 = 0$  jika perempuan)
- $X_7$  = Jumlah pasar modern dan pasar tradisional di wilayah rumah tangga dalam radius satu kilometer (unit)
- $X_8$  = Jumlah kepemilikan kendaraan bermotor (unit)
- $\mu$  = Variabel Pengganggu
- $\alpha$  = Faktor intersep yang menggambarkan pengaruh rata-rata semua variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7, \beta_8$  = Koefisien regresi dari masing-masing X

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pola Belanja Masyarakat Perkotaan dalam Memenuhi Kebutuhan Konsumsi Telur

Kota Denpasar sebagai ibu kota memiliki perkembangan perekonomian yang pesat, hal ini dibuktikan dengan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) yang mengalami peningkatan di setiap tahunnya dan Kota Denpasar sebagai penyumbang kedua

terbesar PDRB Provinsi Bali setelah Kabupaten Badung. Setiap tahun rata-rata Kota Denpasar menyumbang 21,8 persen dari PDRB Provinsi Bali.

Pertumbuhan ekonomi yang maju khususnya di kota-kota besar, terjadi perubahan berbagai sektor termasuk di bidang industri dan produksi serta kegiatan ritel di Indonesia menjadi usaha ekonomi berskala besar. Kemajuan ekonomi ini juga menciptakan pergeseran gaya hidup masyarakatnya dari tradisional ke modern, sehingga menimbulkan pergeseran pola belanja konsumennya (Aryanti, 2011).

Perkembangan sektor ritel membawa dampak positif dan negatif bagi perekonomian Indonesia pada umumnya dan Kota Denpasar, Bali pada khususnya. Perkembangan sektor ritel mempunyai kontribusi pada penyerapan tenaga kerja, sehingga menjadi salah satu penganggulan permasalahan tentang pengangguran. Perkembangan sektor ritel menyebabkan bertambahnya jumlah tempat belanja, sehingga konsumen memiliki banyak pilihan tempat belanja, bukan hanya ke pasar-pasar tradisional saja, melainkan juga ke pasar-pasar modern yang memiliki kualitas barang lebih tinggi karena pasar modern memiliki standar produk yang akan dipasarkan.

Jumlah rumah tangga yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 108 rumah tangga yang tersebar di empat kecamatan di Kota Denpasar. Kecamatan dengan responden terbanyak berada di Kecamatan Denpasar Barat dengan persentase 30,84 persen dari seluruh jumlah responden dan Kecamatan Denpasar Utara memiliki jumlah responden terendah yaitu sebanyak 20,56 persen.

Tabel 1 Distribusi Responden menurut Kecamatan di Kota Denpasar

Kecamatan	Freq.	Percent	Cum
Denpasar Selatan	27	25.23	25.23
Denpasar Timur	26	23.36	48.59
Denpasar Barat	33	30.84	79.44
Denpasar Utara	22	20.56	100.00
Total	108	100.00	

Sumber: Data diolah, 2016

Tabel 2. Distribusi Responden menurut Pendapatan Rumah Tangga di Kota Denpasar

Income	Freq.	Percent	Cum
Rp. 1 Juta - Rp. 5 Juta	53	49.07	49.07
Rp. 6 Juta - Rp. 10 Juta	41	37.96	87.04
Rp. 10,5 Juta - Rp. 15 Juta	9	8.33	95.37
Rp. 16 Juta - Rp. 25 Juta	5	4.63	100.00
Total	108	100.00	

Sumber: Data diolah, 2016

Tabel 3. Distribusi Responden menurut Umur Kepala Keluarga di Kota Denpasar

Umur Kepala Keluarga	Freq.	Percent	Cum
20-25	3	2.78	2.78
26-30	13	12.04	14.81
31-35	14	12.96	27.78
36-40	12	11.11	38.89
41-45	14	12.96	51.85
46-50	19	17.59	69.44
51-55	20	18.52	87.96
56-60	7	6.48	94.44
61-65	5	4.63	99.07
66-70	1	0.93	100.00
Total	108	100.00	

Sumber: Data diolah, 2016

Rumah tangga yang menjadi sampel dalam penelitian ini sejumlah 108 rumah tangga yang tersebar di empat kecamatan di Kota Denpasar. Secara rata-rata umur kepala keluarga di Kota Denpasar adalah 43,7 tahun. Kepala rumah tangga dengan rata-rata usia termuda berada di Kecamatan Denpasar Selatan dengan rata-rata 40,5 tahun dan kepala rumah tangga dengan rata-rata usia tertua berada di Kecamatan Denpasar Timur.

Rumah tangga di Kota Denpasar yang menjadi responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi empat kelompok sesuai dengan pendapatan rumah tangga. Distribusi responden terbanyak pada rumah tangga dengan pendapatan satu juta hingga lima juta yang mencapai 49,07 persen dari total responden, diikuti oleh rumah tangga yang berpendapatan menengah dengan persentase sebesar 37,96 persen. Rumah tangga dengan pendapatan menengah atas di Kota Denpasar hanya sembilan responden atau hanya 8,33 persen sedangkan rumah tangga dengan pendapatan tinggi di Kota Denpasar hanya lima responden atau hanya

4,63 persen saja. Berikut distribusi responden menurut pendapatan rumah tangga di Kota Denpasar.

Responden yang melakukan konsumsi telur ayam ras selama sebulan terakhir sebanyak 87,96 persen, sedangkan sebanyak 12,04 persen responden mengatakan bahwa mereka tidak melakukan konsumsi telur ayam ras selama sebulan terakhir. Pada Tabel 3 terdapat dua buah regresi, regresi model pertama menggunakan tiga *variable of interest* yaitu pendapatan rumah tangga, umur kepala keluarga dan pendidikan kepala keluarga dan regresi model kedua dengan menggunakan *variable of interest* serta *control variable* yaitu anggaran belanja makanan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, jenis kelamin kepala keluarga, wilayah rumah tangga serta kepemilikan kendaraan bermotor. Berikut hasil dari penelitian yang dilakukan untuk menganalisis pola belanja masyarakat perkotaan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi telur ayam ras di Kota Denpasar.

Karakteristik responden berdasarkan umur kepala keluarga di tunjukkan dalam Tabel 3.

Tabel 4. Distribusi Responden menurut Pendidikan Kepala Keluarga di Kota Denpasar

Pendidikan Kepala Keluarga	Freq.	Percent	Cum
SD	4	3.07	3.70
SMP	3	2.78	6.48
SMA	45	41.67	48.15
D <sub>1</sub>	2	1.85	50.00
D <sub>2</sub>	2	1.85	51.85
D <sub>3</sub>	8	7.41	59.26
S <sub>1</sub>	34	31.48	90.74
S <sub>2</sub>	10	9.26	100.00
Total	108	100.00	

Sumber: Data diolah, 2016

Tabel 5. Hasil Regresi Multinomial Logit Pola Belanja Telur Ayam Ras di Kota Denpasar

Jenis Tempat belanja	Koefisien RRR regresi 1 [Robust S.E]	Koefisien RRR regresi 2
<b>Hypermarket</b>		
Konstanta	4.83e-35 [1.05e-33]	5.4e-204 (3.4e-200)
Ln pendapatan	145.7134 [224.2968]**	-
Umur KK	0.5418828 [0.2743446]	6.75e-17 (8.87e-15)
Pendidikan KK	1.420304 [0.2506579]**	1.7e+125 (7.0e+127)
<b>Supermarket</b>		
Konstanta	2.31e-20 [4.18e-19]	2.64e+41 (1.80e+44)
Ln pendapatan	26.96131 [35.80988]**	2.85e-09 (3.64e-07)
Umur KK	0.6560346 [0.116918]**	0.3491571 (27.40317)
Pendidikan KK	1.010087 [0.1637143]	2.64e+41 (1.80e+44)
<b>Minimarket</b>		
Konstanta	5.11e-24 [1.16e-22]	0
Ln pendapatan	40.36042 [60.14825]**	7.35e+41 (5.01e+44)
Umur KK	0.6721602 [0.1631562]	3.44e-09 (4.39e-07)
Pendidikan KK	1.052061 [.2990913]	.358981 (28.17423)
<b>Warung</b>		
Konstanta	6.61e-17 [1.19e-15]	0
Ln pendapatan	18.65437 [24.56192]**	7.98e+41 (5.44e+44)
Umur KK	0.6745236 [1.213348]**	2.81e-09 (3.59e-07)
Pendidikan KK	0.8144398 [0.1248345]	.2516155 (19.74776)
<b>Warung semi permanen</b>		
Konstanta	0.0063909 [.1138669]	8.26e+23 (5.15e+26)
Ln pendapatan	2.184961 [2.914896]	6.92e+32 (1.01e+36)
Umur KK	0.8202623 [0.1085767]	.0000379 (.0256115)
Pendidikan KK	0.5838233 [0.1028441]**	8.20e-11 (4.50e-08)
<b>Pasar tradisional</b>		
Konstanta	1.49e-18 [2.82e-17]	1.34e+16 (3.47e+18)
Ln pendapatan	19.23319 [25.95794]**	2.33e+41 (1.59e+44)
Umur KK	0.8081456 [0.1469662]	3.84e-09 (4.90e-07)
Pendidikan KK	1.036644 [0.1567337]	.3567982 (28.00287)
Pedagang keliling	Base outcome	
Control variabel	No	Yes
Number of obs	95	95
Pseudo R <sup>2</sup>	0.0819	0.3192

Sumber: Data diolah, 2016

Keterangan: \*\* Signifikan pada a 5%, \* signifikan pada a 10%

Dari tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa distribusi umur kepala rumah tangga di Kota Denpasar dikelompokkan menjadi sepuluh kelompok. Kelompok dengan frekuensi terbanyak adalah kelompok usia 51 sampai 55 tahun sebanyak 18,52 persen diikuti dengan kelompok usia 46 sampai 50 tahun sebanyak 17,59 persen.

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan ditunjukkan dalam Tabel 4. Dari tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa tingkat pendidikan kepala rumah tangga di Kota Denpasar mulai dari tamat sekolah dasar (SD) sampai S2. Mayoritas responden berpendidikan hingga tamat SMA yaitu sebesar 41,67 persen kemudian responden yang berpendidikan jenjang perkuliahan sebesar 31,48 persen. Pada urutan ketiga, sebanyak 9,26 persen responden menamatkan pendidikan S2 dan distribusi responden terendah menamatkan pendidikan SD sebanyak 3,07 persen. Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat Kota Denpasar sudah peduli akan pendidikan.

Menurut regresi pertama dapat dijelaskan pengaruh peningkatan pendapatan rumah tangga pada pilihan tempat belanja telur ayam ras pada masyarakat Kota Denpasar. Apabila pendapatan meningkat sebanyak satu persen, maka probabilitas rumah tangga untuk berbelanja di hypermarket meningkat 145 kali dari sebelumnya bila dibandingkan dengan berbelanja pada pedagang keliling. Apabila pendidikan meningkat sebanyak satu tahun, maka probabilitas untuk berbelanja di Hypermarket meningkat sebanyak 1,42 kali dari sebelumnya bila dibandingkan dengan berbelanja di pedagang keliling. Rumah tangga yang pendapatannya meningkat sebanyak satu persen, maka probabilitas untuk berbelanja di supermarket meningkat sebesar 26,9 kali dari sebelumnya bila dibandingkan dengan berbelanja pada pedagang keliling. Apabila umur kepala keluarga meningkat sebanyak satu tahun, maka probabilitas untuk berbelanja telur di supermarket meningkat sebanyak 0,6 kali bila dibandingkan dengan berbelanja di pedagang keliling. Probabilitas rumah tangga untuk berbelanja di minimarket meningkat 40,4 persen daripada berbelanja

di pedagang keliling apabila pendapatannya meningkat sebanyak satu persen. Probabilitas rumah tangga untuk berbelanja di warung meningkat 18,6 persen dibandingkan dengan berbelanja di pedagang keliling ketika pendapatan rumah tangga tersebut meningkat. Rumah tangga yang berbelanja di warung semi permanen memiliki probabilitas yang rendah sebesar 2,18 persen dibandingkan dengan berbelanja di pedagang keliling apabila pendapatan keluarga meningkat satu persen. Peningkatan pendapatan rumah tangga meningkatkan probabilitas rumah tangga untuk berbelanja di pasar tradisional sebesar 19,23 persen dibandingkan dengan berbelanja di pedagang keliling. Kondisi ini disebabkan oleh peningkatan pendapatan juga meningkatkan keinginan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan konsumsinya dengan barang-barang dengan kualitas yang lebih baik serta pendidikan masyarakat yang semakin baik. Semakin tinggi pendidikan seseorang, maka semakin tingginya tingkat kepedulian masyarakat akan kualitas dan kewanamanan produk yang akan dikonsumsi. Selain itu, keputusan untuk memilih tempat belanja juga dipengaruhi oleh umur dari kepala keluarga. Dari hasil regresi yang telah dilakukan, umur kepala rumah tangga memiliki hubungan negative dengan keputusan berbelanja di pasar modern. Jadi, umur kepala keluarga dengan umur muda cenderung untuk memutuskan berbelanja di pasar modern (hypermarket, supermarket dan mimimarket). Barang-barang yang masuk kepada pasar modern memiliki kualitas yang lebih baik bila dibandingkan dengan barang-barang yang dijual di pasar tradisional karena barang-barang yang masuk ke pasar modern telah melalui kualifikasi dari standar yang telah ditetapkan oleh pengelola pasar modern. Pada regresi model kedua dengan memasukkan variabel kontrol dalam regresinya didapatkan hasil yang tidak dapat menunjukkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Maka pada penelitian ini digunakan hasil dari regresi yang pertama untuk melihat pola belanja dari masyarakat perkotaan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi telurnya.

Tabel 6. Preferensi Pilihan Tempat Belanja Telur Ayam Ras menurut Pendapatan Keluarga di Kota Denpasar (Persen)

Income	Telur Ayam Ras							Total
	Hyper-market	Super-market	Mini-market	Warung	Warung Semi Permanen	Pasar Tradisional	Pedagang keliling	
Rp. 1 Juta - Rp. 5 Juta	0%	13,68%	3,15%	9,47%	1,05%	18,94%	2,10%	48,39%
Rp. 6 Juta - Rp. 10 Juta	13%	13,68%	3,15%	7,36%	0%	12,63%	0%	49,12%
Rp. 10,5 Juta - Rp. 15 Juta	0%	1,05%	0%	1,05%	0%	5,26%	0%	7,36%
Rp. 16 Juta - Rp. 25 Juta	0%	1,05%	1,05%	0%	0%	2,10%	0%	4,2%
	13%	29,46%	7,35%	17,88%	1,05%	38,93%	2,10%	100%

Sumber: Data diolah, 2016

Tabel 7. Preferensi Pilihan Tempat Belanja Telur menurut Pendidikan Kepala Keluarga di Kota Denpasar

Pendidikan	Telur Ayam Ras							Total
	Hyper-market	Super-market	Mini-market	Warung	Warung Semi Permanen	Pasar Tradisional	Pedagang keliling	
SD	0%	1%	1%	1%	0%	0%	0%	3%
SMP	0%	0%	0%	0%	1%	2%	0%	3%
SMA	0%	13%	1%	12%	0%	17%	1%	43%
D1	0%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	2%
D2	0%	0%	1%	0%	0%	1%	0%	2%
D3	0%	3%	0%	0%	0%	3%	0%	6%
S1	2%	11%	2%	3%	0%	13%	1%	32%
S2	0%	2%	2%	0%	0%	4%	0%	8%
Total	2%	29%	7%	18%	1%	40%	2%	100%

Sumber: Data diolah, 2016

Tabel 8. Preferensi Pilihan Tempat Belanja Telur menurut Umur Kepala Keluarga di Kota Denpasar

Umur	Telur Ayam Ras							Total
	Hyper-market	Super-market	Mini-market	Warung	Warung Semi Permanen	Pasar Tradisional	Pedagang keliling	
20-25	1%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	3%
26-30	0%	6%	1%	3%	0%	3%	0%	14%
31-35	0%	2%	2%	4%	0%	4%	1%	14%
35-40	0%	5%	1%	0%	0%	4%	0%	11%
41-45	0%	3%	1%	2%	0%	5%	0%	12%
46-50	0%	5%	0%	3%	1%	8%	0%	18%
51-55	1%	4%	1%	4%	0%	8%	1%	20%
56-60	0%	2%	0%	1%	0%	3%	0%	6%
61-65	0%	0%	1%	2%	0%	1%	0%	4%
66-70	0%	0%	0%	3%	0%	1%	0%	4%
Total	2%	29%	7%	23%	1%	40%	2%	100%

Sumber: Data diolah, 2016

Pendapatan rumah tangga di Kota Denpasar dikelompokkan menjadi empat kelompok pada kelompok pertama dengan rentang pendapatan satu hingga lima juta rupiah memiliki preferensi untuk berbelanja telur ayam ras di pasar tradisional dengan persentase tertinggi yaitu 18,94 persen. Pada

kelompok kedua dengan rentang pendapatan rumah tangga enam hingga sepuluh juta memiliki preferensi untuk berbelanja telur ayam ras di supermarket dengan persentase 13,68 persen. Namun, pada kelompok pendapatan dengan rentang 10,5 juta hingga 25 juta rupiah memiliki preferensi untuk

membeli telur ayam petelurnya di pasar tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan rumah tangga sebanyak satu persen memiliki probabilitas untuk meningkatkan kualitas produk yang akan dikonsumsi dengan meningkatkan tempat belanjanya. Preferensi ini ditunjukkan oleh tabel 6.

Menurut tabel 6 menunjukkan preferensi pilihan tempat belanja telur ayam ras menurut tingkat pendidikan yang telah ditamatkan oleh kepala keluarganya. Mayoritas kepala keluarga di Kota Denpasar adalah tamatan SMA. Preferensi kepala keluarga dengan tamatan SMA untuk berbelanja telur ayam ras adalah di pasar tradisional. Mayoritas masyarakat Kota Denpasar memilih pasar tradisional sebagai tempat untuk membeli telur yaitu sebanyak 40%. Peningkatan tingkat pendidikan belum ditemukan meningkatkan preferensi tempat belanja telur ayam ras di Kota Denpasar.

Umur kepala keluarga dikelompokkan menjadi sepuluh kelompok dengan rentang umur lima tahun di setiap kelompok. Menurut survey yang telah dilakukan, maka didapatkan hasil yaitu, umur kepala keluarga berpengaruh terhadap preferensi tempat belanja oleh rumah tangga. Umur kepala keluarga yang muda cenderung untuk memilih tempat belanja di pasar modern dan umur kepala keluarga yang tua cenderung untuk memilih pasar tradisional untuk membeli telur ayam ras. Kepala keluarga dengan umur muda memiliki kecenderungan berbelanja di pasar modern karena lebih praktis dan menawarkan suasana yang lebih nyaman bila dibandingkan dengan pasar tradisional.

### **Implikasi dari Pola Masyarakat Perkotaan terhadap Peternak di Perdesaan**

Masyarakat Kota Denpasar yang terdiri dari berbagai kalangan sosial dan ekonomi memiliki polanya tersendiri dalam memilih tempat belanja. Kecenderungan yang berbeda yang dilakukan oleh berbagai segmen masyarakat membawa implikasi kepada peternak maupun petani di daerah perdesaan

yang berperan sebagai pemasok barang yang akan didistribusikan di Kota Denpasar.

Berdasarkan hasil regresi sebelumnya, preferensi masyarakat Kota Denpasar memilih pasar tradisional maupun warung untuk membeli kebutuhan konsumsi telurnya. Jadi secara umum para peternak kecil di perdesaan mendapatkan dampak yang positif dari pola belanja yang dilakukan oleh masyarakat Kota Denpasar. Para peternak kecil di perdesaan yang hanya mampu mendistribusikan hasil produksinya hanya ke pasar tradisional maupun warung menyebabkan pendapatan petani hanya bergantung dari jumlah pembelian telur pada pasar tradisional maupun toko-toko kecil di Kota Denpasar.

Untuk memperkuat hasil regresi sebelumnya maka dilakukan wawancara mendalam kepada dua responden kunci di Kecamatan, Kabupaten Tabanan didapat bahwa para peternak pertama dengan jumlah ternak sebanyak 1.000 ekor ayam ras petelur yang menghasilkan 1.500 butir telur per harinya. Peternak pertama menjual hasil produksinya lima puluh persen ke tengkulak dan sisanya didistribusikan ke toko-toko, ke pasar tradisional maupun warung-warung kecil di Kota Denpasar. Satu butir telur dijual dengan harga Rp 1.300 kepada pengecer langsung dan harga Rp 1.200 per butir kepada tengkulak, pendapatan peternak pertama sebesar Rp 1.875.000 perhari dengan biaya produksi Rp 600.000 per hari, jadi keuntungan yang didapatkan dalam satu hari sebesar Rp 1.275.000.

Wawancara yang dilakukan kepada peternak kedua yaitu peternak kedua memiliki jumlah ternak sebanyak 1.500 ekor ayam ras petelur yang menghasilkan 2.000 butir telur per harinya. Peternak kedua menjual seluruh hasil produksinya kepada tengkulak. Satu butir telur dijual dengan harga Rp 1.200, pendapatan peternak pertama sebesar Rp 2.400.000 perhari dengan biaya produksi sebesar Rp 900.000 per hari, jadi keuntungan yang didapatkan dalam satu hari sebesar Rp 1.500.000.

Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan, para peternak kecil di wilayah perdesaan mengaku hanya mampu

menembus pasar tradisional, warung-warung dan toko-toko kecil di perdesaan maupun dijual ke Kota Denpasar. Para peternak hanya mengandalkan cara konvensional yaitu dari mulut ke mulut dalam memasarkan hasil produksinya, peternak yang tidak memasarkan produknya langsung ke toko-toko, pasar tradisional dan warung kecil menyerahkan hasil produksinya kepada tengkulak dengan harga yang lebih murah.

Para peternak tidak mampu menembus pasar modern untuk memperluas pemasaran hasil produksinya karena kurangnya informasi tentang bagaimana cara untuk bisa masuk menjadi *supplier* di pasar modern. Pasar-pasar modern biasanya memilih barang-barang yang akan dijual berasal dari pemasok-pemasok besar yang kualitas dan kuantitas hasil produksinya terjamin. Hasil-hasil produksi dari peternak-peternak kecil yang menghasilkan jenis telur dengan besar dan kualitas yang belum memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh pasar modern tidak mampu dipenuhi oleh peternak, sehingga tidak dapat masuk menjadi pemasok di pasar modern.

Implikasi dari pola belanja masyarakat perkotaan yang sebagian besar masih membeli telur ayam ras di pasar tradisional, toko-toko kecil maupun warung menyebabkan para petani mendapatkan efek langsung yang dihasilkan oleh pola belanja dari masyarakat tersebut. Peternak mendapatkan pendapatan langsung dari penjualan pada pasar tradisional, toko-toko kecil dan warung, semakin banyak masyarakat di perkotaan yang membeli telurnya di pasar tradisional, toko kecil maupun warung meningkatkan jumlah pendapatan dari peternak di wilayah perdesaan yang notabene hanya mampu memasarkan hasil produksinya dengan cara konvensional dan tidak mampu menembus pasar modern untuk memperluas pemasaran hasil produksinya.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

#### **Pola Belanja Masyarakat Perkotaan dalam Memenuhi Kebutuhan Konsumsi Telur**

Masyarakat Kota Denpasar disimpulkan bagaimana pola belanja telur ayam ras untuk memenuhi kebutuhan konsumsinya dipengaruhi oleh pendapatan rumah tangga dan umur kepala keluarga. Pendapatan rumah tangga yang semakin meningkat memiliki probabilitas yang lebih tinggi untuk berbelanja telur di pasar modern, serta umur kepala keluarga yang muda memiliki probabilitas lebih tinggi untuk berbelanja di pasar modern dibandingkan dengan berbelanja di pasar tradisional. Menurut survey yang telah dilakukan, masyarakat Kota Denpasar sebagian besar masih memilih untuk berbelanja di pasar tradisional untuk memenuhi kebutuhan konsumsi telurnya.

#### **Implikasi dari Pola Belanja Masyarakat Perkotaan pada Peternak Ayam Petelur di Perdesaan**

Pola belanja masyarakat Kota Denpasar membawa dampak kepada para peternak di wilayah perdesaan sebagai produsen yang memasok barang untuk dikonsumsi. Mayoritas masyarakat Kota Denpasar yang masih berbelanja di pasar tradisional berimplikasi pada peningkatan pendapatan para peternak ayam petelur di wilayah perdesaan karena para peternak kecil di wilayah perdesaan hanya mampu mendistribusikan hasil produksinya dengan cara konvensional dan hanya mampu menembus pasar tradisional, toko-toko kecil maupun warung-warung kecil.

### Saran

Pemerintah diharapkan untuk memperhatikan sonasi pengeluaran ijin pembangunan retail modern. Terutama pada retail modern yang menjual substitusi produk-produk yang dijual oleh pasar tradisional

sehingga para pedagang di pasar tradisional tidak mengalami penurunan jumlah pembeli dan penurunan pendapatan bagi petani di wilayah perdesaan. Selain itu peternak diharapkan meningkatkan kualitas dan kuantitas dari produksinya sehingga mampu memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh pasar modern dan menjadi pemasok telur ayam di pasar modern.

## REFERENSI

- Adiana, Pande Putu Erwin, Ni Luh Karmini. 2012. Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga dan Pendidikan terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Miskin di Kecamatan Gianyar. *E-Jurnal EP Unud*.
- Aryanti, tuti. 2011. Analisis Perilaku Konsumen dalam Pemilihan Tempat Belanja dengan Pendekatan *Analytical Hierarchy Process* (Studi Kasus pada Masyarakat di KotaDepok). *Jurnal Skripsi Manajemen Universitas Gunadarma*.
- Bernheim, Douglas B., 2008. *Microeconomics*. The McGraw-Hill Companies, Inc: United States
- BPS. 1981. *Bali Dalam Angka 1981*. Denpasar: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali.
- BPS. 1986. *Bali Dalam Angka 1986*. Denpasar: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali.
- BPS. 1991. *Bali Dalam Angka 1991*. Denpasar: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali.
- BPS. 1996. *Bali Dalam Angka 1996*. Denpasar: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali.
- BPS. 2001. *Bali Dalam Angka 2001*. Denpasar: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali.
- BPS. 2006. *Bali Dalam Angka 2006*. Denpasar: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali.
- BPS. 2011. *Bali Dalam Angka 2011*. Denpasar: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali.
- BPS. 2013. *Sensus Pertanian 2013 Hasil Pencacahan Lengkap kabupaten Tabanan*. Tabanan: Badan Pusat Statistik kabupaten Tabanan.
- BPS. 2013. *Potret Usaha Pertanian Provinsi Bali Menurut Subsektor*. Denpasar: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali.
- BPS. 2015. *Bali Dalam Angka 2015*. Denpasar: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali.
- BPS. 2015. *Tabanan Dalam Angka*. Tabanan: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tabanan.
- BPS. 2016. *Bali Dalam Angka 2016*. Denpasar: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali.
- Camerer, Colin F., George Loewenstein, Matthew Rabin. 2004. *Advances in Behavioural Economics*. Princeton University Press.
- Dorosh, Paul A. 2008. Food Price Stabilisation and Food Security: International Experience. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, Vol. 44 No 1 Page 93-114
- Dunia Industri. "Data Industri Minimarket, Supermarket, Hypermarket di Indonesia" <http://duniaindustri.com/downloads/data-industri-minimarket-supermarket-hypermarket-di-indonesia/> (Diakses, Sabtu, 24 September 2016)
- Dyck, John, Andrea E. Woolverton, and Fahwani Yuliaty Rangkuti. 2012. Indonesia's Modern Retail Sector: Interaction with Changing Food Consumption and Trade patterns. *Economic Information Bulletin Number 97 June 2012*.
- Mankiw, N. Gregory, Euston Quah and Peter Wilson. 2013. *Pengantar Ekonomi Mikro: Principle of Economics*. Jakarta: Salemba Empat.
- Minot, Nicholas, Randy Stringer, Wendy J. Umberger and Wahida Maghraby. 2015. Urban Shopping Pattern in Indonesia and Their Implications for Small Farmers. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, vol. 51, No 3, page 375-388
- Mmbando, Frank Elly. 2014. *Market Participation, Channel Choice and Impact on Household Welfare: The Case of Smallholder Farmers in Tanzania*. University of KwaZulu-Natal, Pietermaritzburg.
- Muhanji, Gilbert, Ralph L. Roothaert, Chris Webo and Mwangi Stanley. 2011. African indigenous vegetable enterprises and market access for small-scale farmer in East Africa. *International Journal of Agricultural Sustainability* page 194-202
- Nurhidayati, Sri Endah. 2011. Analisis Pola

- Belanja Wisatawan kelompok di Kota Batu. *Universitas Airlangga Volume 24, Nomer 4*.
- Permana, I Putu Widi, Ni Made Tisnawati. 2016. Pilihan Tempat Belanja Ibu Rumah Tangga Perdesaan di Indonesia. *E-Jurnal EP Unud*.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013.
- Pitasari, Ustin Putri dan Gde Ariastita. 2012. Pola Perubahan Berbelanja Masyarakat Akibat Perubahan Pusat Perbelanjaan di Kecamatan Wonokromo. *JURNAL TEKNIK POMITS Vol. 1 No. 1 Page 1-5*.
- Poesoro, Andri. 2008. Dampak Supermarket terhadap Keberadaan Pasar Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia. *Bisnis dan Ekonomi Politik: Quarterly Review of the Indonesian Economy Volume 9 Nomor 2, April 2008*.
- Purwanto, Wawan. 2012. Analisa Persaingan antara Pasar Tradisional dengan Pasar Modern Studi Kasus di Kawasan Ciledug Tangerang. *Jurnal MIX, Volume 5 No. 3, Oktober 2012*.
- Rachman, HPS. 2001. Kajian Pola Konsumsi dan Permintaan Pangan masyarakat Berpendapatan Redah Jawa Tengah dan Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Agro Ekonomi: 15 (2): 36-53*. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Bogor.
- Reardon, Thomas, Randy Stringer, C. Peter Timmer, Nicholas Minot and Arief Daryanto. 2015. Transformation of the Indonesian Agrifood System and the Future Beyond Rice: A Special Issue. *Bulletin of Indonesian Economic Studies Vol. 51, No. 3 Page 369-373*.
- Sahara, sahara., Nicholas Minot, Randy Stringer, Wendy J Umberger. 2015. Determinants and Effects of Small Chili Farmers' Participation in Supermarket Channels in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies, Vol 51, No 3, page:445-460*
- Sharma, Vijay Paul, kalpesh Kumar, Raj Vir Singh. 2009. Determinants of Small-Scale Farmer inclusion in Emerging Modern Agrifood Markets: A Study of the Dairy Industry in India. *Indian Institute of Management Ahmedabad Page 1-36*.
- Sugiyono. 2007, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan Pertama. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ke-17. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumangkut, Kezia, Arie Lumenta, Virginia Tulenan. 2016. Analisa Pola Belanja Swalayan Daily Mart Untuk Menentukan Tata letak Barang menggunakan Algoritma FP-Growth. *Teknik Informatika Vol. 8, No. 1, April 2016*.
- Umami, Riskiyatul dan Nurcahyati. 2013. Gambaran Perilaku Konsumsi pada Perempuan Dewasa Awal: Sebuah *Life History*. *Universitas Negeri Surabaya, Character, Volume 01 Nomor 02*.
- Umberger, Wendy J., Thomas Reardon, Randy Stringer dan Simone Mueller Loose. 2015. Market-Channel Choice of Indonesian Potato Farmers: A Best-Worst Scaling Experiment. *Bulletin of Indonesian Economic Studies, Vol 51, No 3, 2015 page 461-477*
- Umberger, Wendy J., Xiaobo He, Nicholas Minot, and Hery Toiba. 2014. Examining the Relationship between the Use of Supermarkets and Over-Nutrition in Indonesia. *Australian Centre for International Agricultural Research (ACIAR)*.
- Utama, Suyana. 2008. *Buku Ajar Aplikasi Analisis Kuantitatif*. Denpasar: Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Vidiawan, Eka dan Ni Made Tisnawati. 2015. Analisis Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga dan Pendidikan terhadap Jumlah Konsumsi Rumah Tangga Miskin di Desa Batu Kandik Kecamatan Nusa Penida, Kabupaten Klungkung. *E-Jurnal EP Unud, 4 [4] : 243-257*.
- Wahida. 2015. Food System Transformation in Indonesia Factors Influencing Demand and Supply for Alternative Management Farming System. *The University of Adelaide*.

- Wickramasinghe, Upali and Katinka Weinberger. 2013. Smallholder Market Participation and Production Specialization. *CAPSA Working Paper No. 107*.
- Woldie, Getachew A and E.A. Nuppenau. 2009. Channel Choice Decision in the Ethiopian Banana markets: A Transaction Cost Economics Perspective. *Journal of Economic Theory* 3(4); 80-90.
- Wooldridge, Jeffrey M. 2013. *Introductory Econometric: A Modern Approach 5th Edition*. USA: Shouth-Western.
- Yustika, Ahmad Erani. 2008. Refleksi Persaingan Hypermarket dan pasar tradisional. *Bisnis dan Ekonomi Politik : Quartely Review of The Indonesian Economy Volume 9, Nomor 2 April 2008*.