

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara agraris yang didominasi masyarakat bermata pencaharian sebagai petani dan peternak. Peternakan adalah bagian dari pembangunan pertanian yang memiliki peranan yang penting dalam kegiatan ekonomi Indonesia. Seiring bertambahnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat akan kesehatan menyebabkan pemenuhan kebutuhan protein asal hewani yang memenuhi standar kelayakan konsumsi meningkat. Kebutuhan manusia akan sumber nutrisi sangat penting bagi kesehatan tubuh jasmani dan rohani, agar pertumbuhan serta perkembangan kesehatan manusia dari mulai dalam kandungan sampai menjadi batita, balita hingga lanjut usia dapat terjaga dengan baik sehingga terhindar dari dampak kesehatan gizi buruk atau penyakit lainnya. Sumber nutrisi tersebut antara lain yaitu Karbohidrat, Protein, Kalsium, Kalium, Zat Besi, Mineral dan Vitamin dari beberapa sumber nutrisi tersebut masing-masing nutrisi memiliki peran yang penting di dalam pertumbuhan dan perkembangan tubuh manusia, salah satu sumber nutrisi yang sangat mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan tubuh manusia adalah sumber protein. Pekik (2006) menjelaskan Protein tidak bisa digantikan dengan nutrisi apapun karena protein berfungsi sebagai perkembangan sel tubuh, mengganti sel tubuh yang rusak, pembentukan air susu, menjaga keseimbangan air.

Pengusaha saat ini yang memasarkan bahan makanan yang banyak mengandung sumber protein mulai dari skala kecil, menengah hingga ke skala besar sekalipun. Makanan yang mengandung protein tersebut sangat bervariasi di pasaran misalnya, Telur Ayam Ras, Ikan, Tahu, Ikan, daging sapi dan lain-lain dari berbagai macam jenis makanan yang mengandung protein yang dijual di pasaran tersebut. Telur ayam ras merupakan pangan gizi yang banyak diminati masyarakat karena pengolahannya yang praktis dan cepat saji serta harganya terjangkau dan mudah didapatkan. Namun meskipun harganya terjangkau, dari segi gizi telur sudah cukup baik untuk tubuh. Protein yang terkandung di dalam

telur sudah memenuhi kebutuhan protein orang Indonesia sebesar 25,00% dari total kebutuhan minimal untuk orang Indonesia yaitu 1,158 gr per kapita per hari. Ayam mulai bertelur disaat umur \pm 5 bulan dengan jumlah telur 250 butir setiap tahun produksi. Setiap hari keberadaan telur sangat dibutuhkan semua orang sebagai lauk pangan, bahan olahan makanan pabrik dan masih banyak lainnya. Ketersediaan yang dibutuhkan masyarakat ini harusnya diikuti oleh banyaknya populasi ayam ras petelur.

Apabila populasi ayam ras petelur mengalami kenaikan maka produksi telur juga dapat meningkat, begitu pula sebaliknya. Kebutuhan telur dalam negeri terus meningkat sejalan dengan peningkatan pola hidup manusia dalam meningkatkan kebutuhan akan protein hewani yang berasal dari telur. Selain itu juga adanya program pemerintah dalam meningkatkan gizi masyarakat terutama anak-anak. Jenis telur ayam ras masih memimpin tingginya tingkat permintaan konsumen di pasaran, yang disebabkan karena telur ayam ras lebih mudah ditemukan dipasaran, mudah diolah, memiliki banyak fungsi untuk pembuatan berbagai jenis makanan serta memiliki harga yang lebih murah dan terjangkau bagi masyarakat oleh karena itu, banyaknya jenis makanan yang banyak mengandung sumber protein menimbulkan persaingan penjualan yang sangat ketat di pasaran. Persaingan yang sangat ketat tersebut mengharuskan pengusaha lebih memperhatikan semua faktor- faktor yang dapat mempengaruhi permintaan atas penjualannya. Setiawan (2009) yang mengemukakan bahwa Telur ayam merupakan jenis makanan bergizi yang sangat populer dikalangan masyarakat yang bermanfaat sebagai sumber protein hewani. Hal ini juga dikuatkan dengan adanya data mengenai konsumsi perkapita jenis makanan yang mengandung sumber protein di Indonesia tahun 2023.

Tabel 1. Tingkat Konsumsi Makanan Sumber Protein Perkapita Perminggu

No	Komoditas	Tahun 2022 (Kg)
1	Telur Ayam Ras	2,336
2	Tempe	0,140
3	Tahu	0,148
4	Ikan	0,367
5	Daging Sapi	0,153

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2023

Tabel 1 menunjukkan tingkat konsumsi makanan sumber protein perkapita perminggu komoditas tertinggi adalah telur ayam ras mencapai 2.336 kg pada tahun 2022 kemudian komoditas terendah yang dikonsumsi adalah tempe. Kebutuhan sumber nutrisi khususnya telur ayam ras yang mengandung protein saat ini semakin meningkat guna untuk memenuhi kebutuhan kesehatan, tumbuh dan kembang otak manusia dan kesehatan lainnya. Oleh karena itu para pengusaha telur ayam ras saat inipun semakin bersaing dalam melakukan pemasaran agar dapat meningkatkan permintaan telur ayam ras atas penjualan yang mereka lakukan. Ferdinand (2011) mengatakan bahwa Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, di mana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan. Oleh sebab itu harga yang bersangkutan sangat menentukan tingkat permintaan konsumen atas telur ayam ras di pasaran. Pedagang atau pengusaha telur ayam ras juga sangat perlu memperhatikan harga- harga barang yang kiranya menjadi saingan yang sangat erat dengan telur ayam ras seperti harga ikan, tahu, ikan dan yang lainnya, karena dengan adanya perbandingan harga yang sesuai akan membuat konsumen tidak berfikir untuk membeli telur ayam ras dengan demikian maka permintaan telur ayam ras akan semakin meningkat di pasaran, seperti halnya teori yang dikemukakan Ananingsih (2011) bahwa Harga barang substitusi merupakan harga barang lain yang mempunyai kaitan erat dengan barang tersebut, yaitu harga barang substitusi adalah barang yang cenderung digunakan sebagai pengganti, dengan demikian maka sangat jelas kaitannya bahwa harga barang substitusi juga sangat mempengaruhi tingkat permintaan telur ayam ras di pasaran.

Pendapatan rumah tangga sangat mempengaruhi daya beli konsumen terhadap suatu produk khususnya dalam hal ini yaitu produk telur ayam ras, karena pendapatan rumah tangga sangat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli telur ayam ras, namun telur ayam merupakan produk makanan yang sehat dan sangat terjangkau oleh kalangan masyarakat baik kecil, menengah maupun atas. Soekartawi (2002) Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu,

oleh sebab itu pendapatan rumah tangga juga sangat mempengaruhi permintaan telur ayam ras di pasaran. Jumlah anggota rumah tangga juga sangat mempengaruhi tingkat permintaan produk khususnya telur ayam ras di pasaran, semakin banyak jumlah anggota rumah tangga dalam satu keluarga, maka akan menyebabkan wilayah pemasaran menjadi semakin strategis sehingga jumlah permintaan yang terjadi di dalam pasar tersebut menjadi meningkat. Narwoko (2004) menyatakan bahwa Keluarga adalah lembaga sosial dasar dari mana semua lembaga atau pranata sosial lainnya berkembang, oleh sebab itu jumlah anggota keluarga sangat menentukan jumlah permintaan di pasar.

Permintaan telur ayam ras merupakan tingkat atau jumlah permintaan atas produk telur ayam ras yang berkaitan dengan harga telur ayam ras tersebut yang ditawarkan oleh pedagang dalam waktu atau periode tertentu. Oleh karena itu berdasarkan kebutuhan tersebut persaingan harga barang substitusi juga akan sangat menentukan jumlah permintaan, dan dengan adanya harga tersebut maka pendapatan konsumen menjadi salah satu pertimbangan dalam meningkatnya jumlah permintaan, selain itu apabila dalam pangsa pasar tersebut memiliki jumlah konsumen yang besar maka jumlah permintaannya juga akan semakin tinggi serta pengetahuan konsumen akan selera atau rasa dari telur ayam ras itu sendiri untuk diolah menjadi berbagai macam jenis makanan akan sangat mempengaruhi jumlah atau peningkatan permintaan di pasaran, seperti halnya teori yang dikemukakan oleh Ananingsih (2011) bahwa Permintaan telur ayam ras menggambarkan hubungan fungsional antara harga dengan jumlah barang yang diminta.

Hal ini disebabkan cara mendapatkan telur ini mudah karena ketersediaannya di pasar selalu ada, harganya murah sehingga terjangkau oleh setiap lapisan masyarakat, serta mempunyai produksi yang terbanyak. Telur ayam ras mempunyai permintaan yang tinggi dan terus meningkat serta mempunyai pangsa pasar yang luas. Sampai saat ini permintaan akan telur ayam ras masih mengikuti “pola hari raya”. Apabila menjelang hari raya, permintaan telur ayam ras naik sehingga mengakibatkan harga pasar naik. Apabila harga naik akibat permintaan tersebut berjalan cukup lama tentu peternak tertarik untuk memproduksi telur lebih banyak, sehingga menyebabkan penawaran telur lebih tinggi dan harga menjadi turun. Maka hal inilah yang menyebabkan harga

telur hingga kini masih turun naik mengikuti pola hari raya (Rasyaf, 2007). Informasi mengenai keadaan pasar yang berkaitan dengan permintaan konsumen terhadap telur ayam ras sangat diperlukan oleh peternak dalam pengaturan produksi dan penjualannya. Tanpa adanya informasi mengenai hal tersebut maka perencanaan produksi dan penjualan dapat meleset atau bahkan tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Perlu adanya perkiraan terhadap permintaan telur ayam ras di masa yang akan datang sehingga dapat membantu dalam perencanaan produksi untuk memenuhi permintaan terhadap telur ayam ras tersebut dan dapat membantu pemerintah daerah dalam perencanaan penyediaan telur ayam ras. Konsumsi telur ayam ras cenderung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun meskipun sifatnya fluktuasi, artinya permintaan telur ayam ras pada waktu-waktu tertentu mengalami peningkatan seperti pada hari raya lebaran atau hari raya lainnya dan permintaan akan menurun pada hari-hari biasa. Perubahan permintaan telur ayam ras yang terjadi hampir setiap hari menyebabkan fluktuasi permintaan telur yang bersifat harian. Demikian juga halnya yang terjadi di Kotabumi, harga telur ayam ras yang cenderung berubah-ubah setiap hari menyebabkan permintaan telur juga tidak stabil. Menurut data yang didapatkan, populasi ayam ras di Lampung pada tahun 2018-2022 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Populasi dan produksi ayam ras petelur di Lampung Tahun 2018-2022

Tahun	Populasi Ayam Ras Petelur (Ekor)	Produksi Telur Ayam Ras Petelur (Ton)
(1)	(2)	(3)
2018	3.917.254	70.111,77
2019	6.330.158	113.298,38
2020	6.368.569	130.824,31
2021	12.975.288	193.270,51
2022	13.230.147	185.269,19

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2023

Tabel 2 menunjukkan populasi ayam ras petelur di Lampung tahun 2018-2022 mengalami jumlah yang terus meningkat setiap tahunnya. Peningkatan jumlah populasi ini seharusnya diiringi juga dengan peningkatan produksi telur, akan tetapi pada tahun 2022 jumlah produksi telur ayam ras mengalami

penurunan. Padahal populasi ayam ras petelur pada tahun 2022 lebih tinggi dari pada tahun 2021.

Kotabumi merupakan pusat metropolitan yang ada di Lampung Utara merupakan pulau transit atau persinggahan antar kota satu ke kota yang lainnya, sehingga pusat perdagangan di Lampung Utara sangat strategis dan pesat sekali dengan menjadi pusat kota persinggahan yang ramai dikunjungi oleh masyarakatnya sendiri maupun dari masyarakat kota-kota yang ada di sekitarnya, Kotabumi merupakan pusat perdagangan atau pemasaran yang sangat strategis bagi para pengusaha baik pengusaha dengan skala kecil, menengah maupun pengusaha dengan skala besar khususnya pengusaha atau pedagang yang bergerak dalam penjualan telur ayam ras, karena telur ayam ras banyak mengandung protein sehingga sangat banyak dibutuhkan dan digemari oleh seluruh lapisan masyarakat sebagai makanan pokok yang mudah di peroleh, harganya terjangkau dan mudah diolah oleh siapapun. Target penelitian ini berada pada Pasar Dekon yang dimana pasar tersebut merupakan tempat pemasaran dengan permintaan telur ayam ras terbesar yang ada di Lampung Utara (PHIPS, 2022).

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras Di Kecamatan Kotabumi Kabupaten Lampung Utara Provinsi Lampung”, karena pasar Pasar Dekon merupakan pasar terbesar yang ada di Lampung Utara, tersebut banyak terdapat pedagang-pedagang kecil dan pengusaha yang menjadi Agen yang menjual telur ayam ras sehingga banyak dikunjungi oleh konsumen.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk

1. Menganalisis karakteristik konsumen permintaan telur ayam ras di Lampung Utara.
2. Menganalisis faktor- faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras di Lampung Utara.

1.3 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk memperdalam dan mengaplikasikan teori agribisnis yang sudah diperoleh, terutama mengenai faktor- faktor yang dapat mempengaruhi permintaan telur ayam ras seperti harga telur, harga barang lain, pendapatan konsumen, jumlah konsumen serta selera dan rasa telur ayam ras. Selain itu sebagai sarana dalam meningkatkan kompetensi dan mengembangkan wawasan keilmuan.

2. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi Pemerintah Kota Setempat sebagai bahan pertimbangan untuk membuat kebijakan- kebijakan mengenai permintaan telur ayam ras di Kotabumi.

3. Bagi Pedagang Telur Ayam Ras

Dengan mengetahui faktor- faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras maka pedagang telur ayam ras sebaiknya perlu untuk memperhatikan harga telur ayam ras, harga barang lain dan selera serta rasa telur ayam ras agar dapat menyesuaikannya dengan pendapatan serta jumlah konsumen yang ada, sehingga dapat terhindar dari masalah yang dapat menyebabkan kurangnya permintaan telur ayam ras di pasaran.

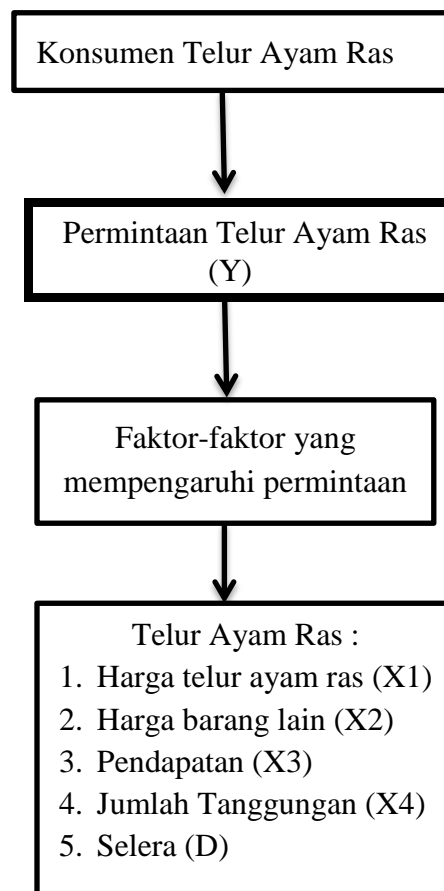
1.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran bertujuan menguraikan teori- teori dari uraian sebelumnya dalam upaya menjawab tujuan penelitian secara deduktif. Peneliti menggunakan pengetahuan, teori dalil dan proporsi untuk dapat membangun suatu kerangka pemikiran yang utuh untuk menjawab tujuan penelitian. Kerangka pemikiran disajikan dalam bentuk diagram alur (*flow chart*).

Selain itu kerangka pemikiran merupakan abstraksi yang terbentuk oleh generalisasi dari hal- hal khusus. Oleh karena pemikiran itu merupakan abstraksi, maka pemikiran tidak dapat langsung diamati atau diukur melalui konstruksi atau yang lebih dikenal dengan nama variabel. Kerangka pemikiran penelitian adalah kerangka hubungan antara konsep-konsep yang diamati atau diukur melalui penelitian-penelitian yang akan dilakukan Secara sistematis kerangka pemikiran

tersebut dapat digambarkan dalam suatu bagan berdasarkan permasalahan atau fenomena yang telah dikemukakan pada latar belakang serta dari beberapa teori yang telah diuraikan dan bagan kerangka pemikirannya adalah sebagai berikut :

Kerangka pemikiran tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa permintaan telur ayam ras merupakan suatu permintaan di pasaran yang dapat memiliki beberapa faktor yang mana dalam penelitian ini faktor- faktor tersebut dijadikan sebagai variabel X (Terikat), seperti Faktor Harga (Harga Telur Ayam ras, Harga ikan), Faktor Pendapatan (Pendapatan Anggota Rumah Tangga), Faktor Jumlah Anggota Rumah Tangga (Jumlah Anggota Rumah Tangga Dalam Satu Rumah), dan Faktor Selera Konsumen, dimana faktor- faktor tersebutlah yang akan menjadi faktor penduga sebagai faktor yang mempengaruhi jumlah atau permintaan Telur Ayam ras, yang dalam penelitian ini dijadikan sebagai variabel Y (Bebas). Setelah mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras di Pasar Dekon Kotabumi maka hal ini dapat dijadikan bahan acuan yang dapat dipertimbangkan untuk pemerintah dalam membuat suatu kebijakan mengenai permintaan telur ayam ras di Pasar Dekon Kotabumi.



Gambar 1. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras di Pasar Dekon Kecamatan Kotabumi Kabupaten Lampung Utara Provinsi Lampung

1.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas suatu persoalan yang masih perlu dibuktikan kebenarannya dan harus bersifat logis, jelas dan dapat diuji. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. H_0 : Faktor permintaan harga telur ayam ras, harga barang lain (ikan), pendapatan rumah tangga, jumlah tangganga anggota keluarga, dan selera konsumen tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan telur ayam.
2. H_a : Faktor permintaan harga telur ayam ras, harga barang lain (ikan), pendapatan rumah tangga, jumlah tangganga anggota keluarga, dan selera konsumen berpengaruh nyata terhadap permintaan telur ayam.

II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Telur Ayam Ras

Telur merupakan salah satu bahan pangan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat di Indonesia, telur merupakan salah satu sumber protein hewani yang mengandung nutrisi yang baik bagi kehidupan manusia. Telur merupakan salah satu bahan makanan yang paling praktis digunakan, tidak memerlukan pengolahan yang sulit, kegunaannya yang paling umum untuk lauk pauk. Dari sudut pengolahan bahan makanan, telur merupakan bahan makanan yang banyak memegang peranan di dalam membantu mencukupi kebutuhan gizi, terutama protein, telur kaya dengan protein yang sangat mudah dicerna dalam berbagai hal baik sekali untuk menolong penderita sakit, untuk substitusi makanan anak-anak, disenangi oleh semua orang sebagai pelengkap pemenuhan kebutuhan protein.

Murdani (2018), konsumsi telur lebih tinggi dari pada konsumsi hasil ternak lain karena lebih mudah diperoleh harganya relatif lebih murah dan terjangkau bagi masyarakat yang mempunyai daya beli rendah, salah satu jenis telur yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia adalah telur ayam ras. Telur ayam ras tergolong telur yang mempunyai ukuran lebih besar daripada telur ayam kampung dan telur itik dengan berat 55-65 gram/butir.

Telur ayam ras merupakan salah satu sumber protein hewani yang terbesar dan paling digemari masyarakat semua golongan, selain karena harganya yang relatif terjangkau juga mudah didapat. Dilihat dari perkembangan masyarakat yang semakin bertambah tidak hanya dari segi populasi tetapi juga dari segi pengetahuan tentang kesehatan menyebabkan pemenuhan akan kebutuhan protein asal hewani yang mempengaruhi standart kelayakan konsumsi semakin meningkat. Pangan asal ternak sangat dibutuhkan manusia sebagai sumber protein.

2.2 Permintaan

Bandrang (2015), menjelaskan istilah ekonomi secara umum dikenal istilah demand yang berarti permintaan. Permintaan adalah jumlah barang yang sanggup dibeli oleh para pembeli pada tempat dan waktu tertentu dengan harga yang berlaku pada saat itu. Jumlah komoditas total yang ingin dibeli oleh semua rumah tangga disebut jumlah yang diminta (*quantity demanded*). Ada tiga hal yang harus diperhatikan dalam konsep ini, yaitu :

1. Jumlah yang diminta merupakan kuantitas yang diinginkan (*desired*)
2. Apa yang diinginkan tidak merupakan harapan kosong, tetapi merupakan permintaan efektif,
3. Kuantitas yang diminta merupakan arus pembelian yang kontinyu.

Ada dua hal yang menjadi penyebab, yaitu:

1. Adanya efek pendapatan, apabila harga suatu barang naik maka akan berpengaruh terhadap daya beli.
2. Adanya efek substitusi, apabila harga suatu barang naik, sedang harga barang lain tetap, konsumen akan mencari atau berusaha mengganti barang yang lebih murah.

Pergerakan dalam kurva permintaan dapat terjadi apabila hanya harga yang berubah, ceteris paribus sehingga perubahan jumlah yang diminta hanya terjadi sepanjang kurva permintaan. Namun jika yang mempengaruhi permintaan adalah faktor lain selain harga, dengan asumsi ceteris paribus maka perubahan jumlah yang diminta akan menggeser kurva ke atas dan kebawah. Apabila pendapatan naik maka kurva permintaan bergeser sejajar ke kanan, tetapi sebaliknya. apabila pendapatan turun maka kurva permintaan akan bergeser ke kiri (Bandrang, 2015).

Permintaan seseorang atau masyarakat terhadap suatu barang atau jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

1. Harga Barang itu Sendiri

Harga menentukan seberapa besar jumlah barang yang akan diminta, sehingga harga merupakan salah satu faktor penentu banyak atau sedikitnya barang yang dibeli oleh konsumen Harga barang mempengaruhi kuantitas permintaan barang tersebut, sifat keterkaitan antara permintaan terhadap suatu barang dan harga tersebut telah dijelaskan dalam hukum permintaan. Naik

turunnya harga barang/jasa akan mempengaruhi banyak/sedikitnya terhadap barang yang diminta. Kuantitas akan menurun ketika harganya meningkat dan kuantitas yang diminta meningkat ketika harganya menurun, dapat dikatakan bahwa kuantitas yang diminta berhubungan negative (*negatively related*) dengan harga.

2. Pendapatan

Pendapatan masyarakat mencerminkan daya beli masyarakat, tinggi/rendahnya pendapatan masyarakat akan mempengaruhi kualitas maupun kuantitas permintaan. Jika permintaan terhadap sebuah barang berkurang ketika pendapatan berkurang, maka barang tersebut dinamakan barang normal (*normal goods*). Bila pendapatan seseorang meningkat maka akan meningkatkan permintaan terhadap suatu barang, sehingga hubungan antara pendapatan dengan jumlah barang yang diminta adalah positif.

3. Jumlah Tanggungan

Jumlah tanggungan akan mempengaruhi jumlah permintaan terhadap suatu barang. Semakin banyak jumlah tanggungan, maka jumlah permintaan akan semakin meningkat. Hal ini berkaitan dengan usaha untuk memenuhi kecukupan kebutuhan setiap individu yang ada di suatu keluarga. Jadi, permintaan berhubungan positif dengan jumlah tanggungan

4. Harga Komoditi lain (Barang Substitusi)

Sukirno (2008), menjelaskan bahwa permintaan terhadap suatu barang dapat dipengaruhi oleh perubahan harga barang-barang lain baik atas barang substitusi maupun terhadap harga barang komplementer. Sifat dan pengaruh terhadap barang substitusi dan komplementer ini dikarenakan permintaan suatu barang memiliki kaitan dan pengaruh yang langsung maupun tidak langsung. Pengaruh mempengaruhi atas suatu barang dari harga barang lain ini dikarenakan masing-masing barang mempunyai hubungan saling menggantikan fungsi kegunaan, dan juga saling melengkapi. Barang yang digantikan bergerak naik, maka akan dapat mengakibatkan jumlah permintaan barang penggantinya juga akan ikut mengalami kenaikan

5. Umur

Sesuai dengan pernyataan orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli semasa hidupnya. Umur berhubungan dengan selera akan makanan, pakaian, perabot dan rekreasi. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga, tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya

2.3 Fungsi Permintaan

Sukirno (2005) mengemukakan bahwa Fungsi permintaan menyatakan hubungan jumlah yang diminta dan faktor-faktor yang mempengaruhinya pada tempat dan waktu tertentu. Fungsi permintaan seorang konsumen akan suatu barang dapat dirumuskan sebagai :

$$D_x = f (Y, P_y, T, u)$$

Keterangan:

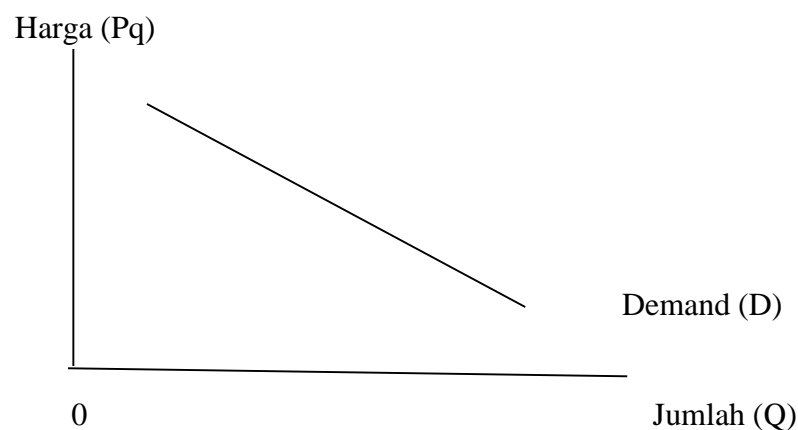
- D_x = Jumlah barang yang diminta
- Y = Pendapatan Konsumen
- P_y = Harga Barang Lain
- T = Selera
- U = Faktor-faktor Lainnya

Persamaan tersebut berarti jumlah barang X yang diminta dipengaruhi oleh harga barang X, pendapatan konsumen, harga barang lain, selera dan faktor-faktor lainnya. D_x adalah jumlah barang X yang diminta konsumen, Y adalah pendapatan konsumen, P_y adalah harga barang selain X, T adalah selera konsumen dan U adalah Faktor-faktor lainnya. Kenyataannya permintaan akan suatu barang tidak hanya dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri namun juga oleh faktor-faktor lain.

1) Kurva Permintaan

Haryati (2007), menjelaskan kurva permintaan adalah Kurva yang menghubungkan antara harga barang (*ceteris paribus*) dengan jumlah barang yang diminta. Jumlah barang penjualan akan semakin meningkat apabila harga yang ditawarkan oleh penjual lebih rendah, demikian sebaliknya permintaan akan semakin menurun apabila harga yang ditawarkan oleh penjual semakin tinggi. Kurva permintaan adalah Suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga sesuatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta para

pembeli. Harga barang yang ditawarkan sangatlah mempengaruhi jumlah permintaan yang dilakukan oleh konsumen, sebab dalam hal ini, yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan transaksi belanjanya adalah dipengaruhi oleh faktor harga (Wilson, 2007). Berdasarkan teori-teori yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa setiap pengertian atau definisi yang dikemukakan oleh para ahli memiliki tujuan dan maksud yang sama, yang mana para ahli berpendapat bahwa kurva permintaan terjadi atas dipengaruhinya oleh faktor harga, dimana apabila harga turun maka jumlah permintaan akan suatu barang tertentu akan meningkat, demikianpun sebaliknya dari uraian di atas maka kurva permintaan tersebut dapat diuraikan dalam bentuk penjelasan grafik kurva permintaan, berikut contoh gambar tabel dan grafik kurva permintaan :



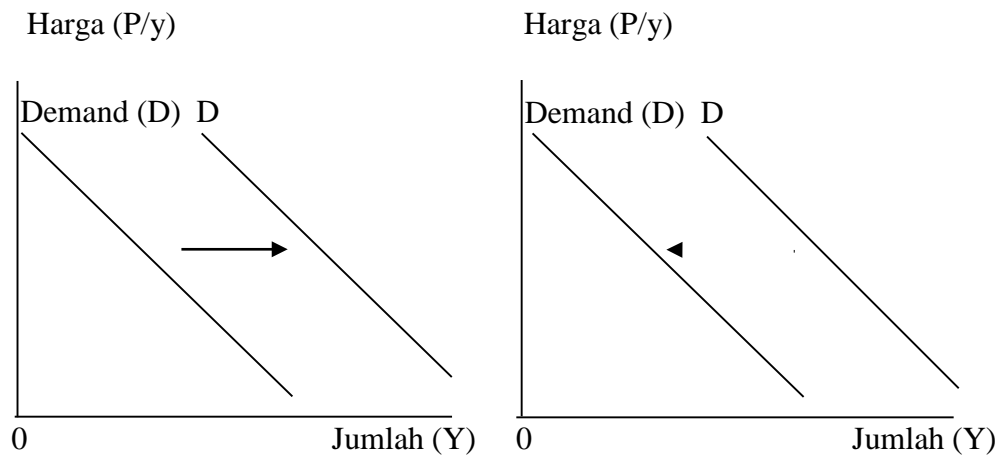
Gambar 2 Grafik Kurva Permintaan

Sumber : Pengantar Ekonomi Mikro (Soekartawi, 2002)

2) Pergeseran Kurva Permintaan

Pergeseran kurva permintaan dapat terjadi yang disebabkan oleh faktor-faktor lain, seperti faktor Jumlah Pendapatan Rumah Tangga, Harga Barang Substitusi dan Jumlah Anggota Keluarga. Dimana faktor-faktor tersebut dapat menyebabkan pergeseran kurva permintaan sehingga terjadi perubahan permintaan di pasar. Berdasarkan uraian di atas maka pergeseran kurva permintaan tersebut dapat diuraikan dalam bentuk penjelasan tabel dan grafik pergeseran kurva permintaan, dimana penulis, mengambil contoh salah satu faktor permintaan yaitu Pendapatan Rumah Tangga, berikut contoh gambar grafik pergeseran kurva

permintaan :



Gambar 3 Grafik Pergeseran Kurva Permintaan
Sumber : Pengantar Ekonomi Mikro (Soekartawi, 2002)

3) Indikator Permintaan

Berdasarkan faktor- faktor yang telah diuraikan di atas, maka dalam penelitian ini akan diuraikan indikator- indikator yang akan digunakan oleh peneliti adalah :

1. Harga Ayam Telur Ras,
2. Harga Barang Lain,
3. Pendapatan Rumah Tangga,
4. Jumlah Anggota Rumah Tangga,
5. Selera Konsumen.

4) Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

Daniel (2004), mengemukakan bahwa permintaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain adalah harga barang yang bersangkutan, harga barang substitusi atau komplemennya, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota rumah tangga, dan selera konsumen yang akan di bahas satu- persatu seperti berikut:

1. Harga Telur Ayam Ras

a) Pengertian Harga

Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, di mana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli

suatu produk, karena berbagai alasan. Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa (Tjiptono, 2005).

b) Indikator Harga

Tjiptono (2005), mengemukakan bahwa harga memiliki beberapaindikator yang dapat mempengaruhinya, yaitu:

- 1) Keadaan Perekonomian,
- 2) Persaingan,
- 3) Biaya,
- 4) Tujuan Manajer, dan
- 5) Pengawasan Pemerintah.

2. Harga Barang Lain

a) Pengertian Harga Barang Lain

Sukirno (2005), mengemukakan bahwa Harga barang lain yaitu barang yang mempunyai kaitan yang erat dengan barang tersebut, hubungan antara sesuatu barang dengan berbagai jenis barang lainnya dapat dibedakan dalam tiga golongan yaitu : barang pengganti (substitusi), barang pelengkap atau pelengkap (komplementer) dan barang yang tidak mempunyai kaitan sama sekali (barang netral). Danniell (2004), mengemukakan bahwa harga barang lain dapat meliputi harga barang substitusi, komplemen, dan independen. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh beberapa ahli diatas dapat peneliti simpulkan bahwa harga barang lain merupakan harga barang yang mempunyai kaitan yang erat dengan barang sejenisnya, baik sebagai barang pengganti, barang pelengkap maupun barang yang netral. Dalam penelitian ini barang atau produk yang digunakan adalah telur ayam ras maka jenis- jenis barang atau produk sejenis dari telur ayam ras tersebut adalah tempe, tahu, ikan, daging sapi dan lain- lain. Maka dalam penelitian ini peneliti mengambil salah satu barang sejenis yang menjadi alternatif konsumen dalam berbelanja yaitu produk “Ikan”

b) Indikator Harga Barang Lain (Ikan)

Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa indikator yang dapat digunakan pada harga barang lain adalah :

- 1) Harga Ikan
- 2) Kandungan Protein Ikan

3. Pendapatan Rumah Tangga

a) Pengertian Pendapatan Rumah Tangga

Afrida (2003) mengemukakan bahwa Pendapatan rumah tangga adalah penghasilan dari seluruh anggota keluarga yang disambungkan untuk memenuhi kebutuhan bersama ataupun perorangan dalam rumah tangga. Pendapatan rumah tangga adalah pendapatan/penghasilan yang diterima oleh rumah tangga bersangkutan baik yang berasal dari pendapatan kepala rumah tangga maupun pendapatan anggota-anggota rumah tangga (Junandar, 2004).

b) Indikator Pendapatan Anggota Rumah Tangga

Pendapatan rumah tangga memiliki beberapa indikator yang dapat mempengaruhinya, yaitu:

- 1) Investasi,
- 2) Tabungan, dan
- 3) Konsumsi.

4. Jumlah Anggota Rumah Tangga

a) Pengertian jumlah Anggota Rumah Tangga

Keluarga adalah lembaga sosial dasar dari mana semua lembaga atau pranata sosial lainnya berkembang. Soerjono (2004) menyatakan bahwa Keluarga sebagai unit pergaulan terkecil yang hidup dalam masyarakat. Keluarga adalah tempat berkumpulnya antar anggota keluarga, seperti ayah, ibu dan anak-anaknya.

b) Indikator Jumlah Anggota Rumah Tangga

Jumlah Anggota Rumah Tangga memiliki beberapa indikator yang dapat mempengaruhinya, yaitu:

- 1) Biologis,
- 2) Meneruskan Keturunan,
- 3) Memelihara dan Membesarkan Anak
- 4) Memenuhi Kebutuhan Gizi Keluarga,

c) Pengertian jumlah Anggota Rumah Tangga

Farma (2016) mengemukakan bahwa Selera atau kebiasaan juga dapat mempengaruhi suatu barang. Selera konsumen yang bermacam-macam terhadap suatu barang akan menimbulkan munculnya barang-barang lain di pasar melalui spesialisasi produk, yang mengakibatkan bentuk pasar tersendiri (Monopolistik) bagi selera-selera tertentu sehingga semakin tinggi selera suatu konsumen, akan mengakibatkan naiknya permintaan barang tersebut.

d) Indikator Selera Konsumen

Selera Konsumen memiliki beberapa indikator yang dapat mempengaruhinya, yaitu:

- 1) Suka
- 2) Tidak Suka

2.4 Konsumsi

Syukri (2020), mengemukakan kegiatan ekonomi masyarakat digerakkan oleh kebutuhan manusia yang dari hari ke hari dan masa ke masa semakin meningkat dan beraneka ragam mengikuti perkembangan zaman. Kebutuhan manusia tak terbatas, namun harus dibedakan yang mana merupakan kebutuhan dan keinginan. Masing-masing individu maupun rumah tangga melakukan kegiatan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan berdasarkan pendapatan yang diperoleh. Stabilitas perekonomian dipengaruhi oleh konsumsi. Adanya peningkatan konsumsi maka kegiatan ekonomi akan semakin meningkat sehingga stabilitas ekonomi dapat terpenuhi. Zaman yang semakin berkembang juga mendorong perubahan kebutuhan manusia. Kebutuhan manusia bukan lagi

sekedar kebutuhan pakaian, rumah, dan makanan tetapi juga menyangkut kesehatan, gaya hidup, komunikasi, dan lain sebagainya.

Pada dasarnya manusia tidak pernah merasa puas sehingga mereka akan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya secara terus menerus. Kegiatan mengkonsumsi barang dan jasa yang dilakukan didasarkan pada beberapa factor misalnya saja pendapatan, gaya hidup, dan harga. Dalam perhitungan pendapatan nasional, pengeluaran konsumsi menjadi salah satu tolok ukur untuk melihat kesejahteraan ekonomi di suatu negara, dalam hal ini dari sisi pengeluaran. Pengeluaran konsumsi berpengaruh secara proporsional terhadap pendapatan nasional dimana peningkatan pendapatan nasional akan menyebabkan kenaikan pengeluaran konsumsi. Terkadang konsumen tidak membedakan apakah keperluan itu merupakan kebutuhan atau keinginan.

Syukri (2020), mengemukakan Kegiatan membeli yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan maka hal itu merupakan hal yang seharusnya namun, jika kegiatan membeli dilakukan untuk memenuhi keinginan maka kegiatan ini merupakan kegiatan konsumtif, perilaku konsumtif kini tidak hanya dialami oleh masyarakat umum tetapi juga mulai merambah ke kalangan mahasiswa. Kegiatan belanja untuk keperluan rumah tangga barang dan jasa disebut konsumsi. Barang merupakan kegiatan belanja rumah tangga untuk produk seperti makanan, mobil, pakaian, dan lain sebagainya. Jasa merupakan kegiatan belanja rumah tangga untuk segala sesuatu yang tidak terlihat wujudnya misalnya kesehatan, bengkel, pendidikan, asuransi, dan lain sebagainya. Konsumsi terdiri atas dua jenis yakni konsumsi rutin dan konsumsi sementara. Konsumsi rutin yaitu pengeluaran untuk pembelian barang dan jasa yang secara terus menerus dikeluarkan sementara konsumsi sementara yaitu pengeluaran untuk pembelian barang dan jasa diluar konsumsi rutin. Konsumsi merupakan salah satu bagian dari pendapatan yang dibelanjakan untuk pembelian barang-barang dan jasa-jasa untuk mendapatkan kepuasan dan memenuhi kebutuhan (Syukri, 2020).

Teori – teori konsumsi yang mendasari, teori Keynes melihat konsumsi berdasarkan introspeksi dan observasi dengan menggunakan analisis statistik, dalam teori Keynes menduga bahwa kecenderungan mengkonsumsi marginal (*marginal propensity to consume*), dalam setiap tambahan pendapatan adalah

antara nol dan satu dimana rasio konsumsi terhadap pendapatan, kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (*average propensity to consume*), turun ketika pendapatan naik karena sebagian sisa dari pendapatannya dialokasikan untuk tabungan. Teori Keynes melihat bahwa pendapatan seseorang tidak sepenuhnya digunakan untuk konsumsi tetapi juga digunakan untuk menabung. Keinginan untuk menabung tentu saja selain didasarkan oleh pendapatan juga melihat tingkat bunga.

Berdasarkan teori Keynes diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa konsumsi sangat dipengaruhi oleh besarnya pendapatan, demikian juga konsumsi mahasiswa. Pendapatan mahasiswa berasal dari pendapatan atau upah yang mereka peroleh setiap bulannya. Semakin tinggi pendapatan yang diperoleh maka akan semakin besar pula pengeluaran konsumsinya, begitu juga sebaliknya.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan literatur agar mempermudah dalam penyelesaian penulisan penelitian. Penelitian terdahulu dapat membantu penelitian, dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orisinalitas dari penelitian. Penelitian terdahulu berguna untuk mengetahui bagaimana metode metode penelitian dan hasil hasil penelitian dilakukan. Penelitian terdahulu juga digunakan sebagai tolak ukur peneliti untuk menulis serta menganalisis suatu penelitian. Bahan referensi dalam penyelesaian penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah terletak pada variabel penelitian, tujuan penelitian, dan lokasi penelitian. Pada penelitian ini variabel yang digunakan terbagi menjadi dua, yaitu variabel independen (X) diantaranya harga telur ayam ras (X1), harga barang lain (X2), pendapatan (X3), jumlah tanggungan (X4), dan selera konsumen (D) dan variabel dependen (Y) yaitu permintaan telur ayam ras. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga telur ayam ras, harga barang lain, pendapatan, jumlah tanggungan dan selera konsumen secara parsial dan simultan terhadap permintaan telur ayam ras di Kecamatan Kotabumi.

Tabel 3. Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Metode Penelitian	Kesimpulan
(1)	(2)	(3)	(4)
1	Cristina, Yuli. 2018. <i>Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras Di Pasar Gusher Kota Tarakan.</i> Fakultas Pertanian. Universitas Borneo.	Analisis Regresi Linier	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berdasarkan ngumpulan data primer yang dilakukan peneliti di lapangan dengan menggunakan quisioner, maka dapat disimpulkan bahwa dari 50 orang konsumen yang diwawancarai pada Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras di Kota Tarakan terdapat 33 orang perempuan dan 17 orang laki-laki, dimana sebagian besar konsumen tersebut memiliki usia rata-rata diatas 31 tahun dan mayoritas memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga serta memiliki rata-rata pendidikan SMA/ sederajad 2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa nilai R^2 sebesar 82,9 artinya bahwa variasi variabel dalam penelitian ini dapat menjelaskan oleh variabel penduga dalam penelitian ini. secara parsial variabel bebas yaitu harga telur ayam ras (X1), pendapatan rumah tangga (X3), jumlah anggota keluarga (X4) serta selera konsumen (X5) merupakan faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan telur ayam ras (Y) di Pasar Gusher Kota Tarakan, sedangkan variabel Harga barang lain/tempe (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan telur ayam ras di pasar Gusher Kota Tarakan.
2	Rusmana, Arif Sayyif. 2018. <i>Analisis Permintaan Komoditas Telur Ayam Ras Di Indonesia.</i> Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Makassar.	Regresi model <i>cobb-douglas</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permintaan telur ayam ras di Indonesia di tentukan oleh variabel-variabel independen yaitu harga telur ayam ras, harga daging ayam ras, harga ikan bandeng, dan pendapatan per kapita namun ada dua variabel yang paling berpengaruh signifikan terhadap permintaan telur ayam ras yaitu harga telur ayam ras dan pendapatan perkapita. 2. Permintaan telur ayam ras bersifat elastis terhadap harga daging ayam ras dengan nilai 1,76 dilihat 3. berdasarkan nilai terminologi elastisitas >1 = elastis.

(1)	(2)	(3)	(4)
			<p>4. Elastisitas pendapatan memiliki nilai - 1,34 dan di kategorikan sebagai barang normal. Elastisitas silang menunjukkan bahwa ikan bandeng merupakan barang pelengkap bagi telur ayam ras dengan nilai 0,16.</p>
3	<p>Arif Hakim Achmad Iqbal. 2018. <i>Analisis Permintaan Telur Ayam Ras Di Kota Malang</i>. Fakultas Peternakan. Universitas Brawijaya.</p>	<p>Analisis Pendapatan dan Teori Peramalan (<i>Forecasting</i>)</p>	<p>1. Perkembangan konsumsi per kapita telur ayam ras di Kota Malang selama 10 tahun sebesar 6,24 kg/jiwa/tahun atau sejumlah 100 butir telur/orang/tahun</p> <p>2. Proyeksi permintaan telur ayam ras di Kota Malang mengalami peningkatan mulai tahun 2018 hingga 2022 yaitu pada tahun 2018 sebesar 5.581.800 kg, pada tahun 2019 sebesar 5.650.376 kg, pada tahun 2020 sebesar 5.719.794 kg, pada tahun 2021 sebesar 5.790.065 kg dan pada tahun 2022 sebesar 5.861.200 kg. Rata-rata presentase kenaikan permintaan telur ayam tahun 2018-2020 sebesar 1,22%</p>
4	<p>Sinaga, Dwi Andini Puspita Sari. 2017. <i>Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras Di Pasar Tradisional Kota Medan</i>. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara.</p>	<p>Analisis linear berganda (<i>multiple regresion</i>)</p>	<p>1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara jumlah tanggungan terhadap permintaan konsumen pada telur ayam ras. Hasil koefisien sebesar 9,488, artinya apabila jumlah tanggungan meningkat 1% maka permintaan konsumen akan bertambah sebesar 9,488%</p> <p>2. Tidak terdapat pengaruh antara pendidikan terhadap permintaan konsumen pada telur ayam ras. Hasil koefisien regresi <i>perceived quality</i> 1,979, artinya apabila pendidikan meningkat 1% maka permintaan konsumen akan bertambah sebesar 1,979%.</p> <p>3. Tidak terdapat pengaruh pendapatan terhadap permintaan konsumen pada telur ayam ras. Hasil koefisien regresi <i>perceived quality</i> sebesar 0,948, artinya apabila pendapatan meningkat 1% maka permintaan konsumen akan bertambah sebesar 0,948%</p> <p>4. Tidak terdapat pengaruh harga telur terhadap permintaan konsumen pada</p>

(1)	(2)	(3)	(4)
			<p>5. telur ayam ras. Koefisien regresi <i>perceived quality</i> diperoleh hasil - 0,007, artinya apabila harga telur meningkat 1% maka permintaan konsumen akan berkurang sebesar 0,007%</p> <p>6. Tidak terdapat pengaruh umur terhadap permintaan konsumen pada telur ayam ras. Koefisien regresi <i>perceived quality</i> sebesar 0,311, artinya apabila umur meningkat 1% maka permintaan konsumen akan bertambah sebesar 0,311%</p> <p>7. Tidak terdapat pengaruh harga tempe terhadap permintaan konsumen pada telur ayam ras. Hasil koefisien regresi <i>perceived quality</i> sebesar 0,002, artinya apabila harga tempe meningkat 1% maka permintaan konsumen akan bertambah sebesar 0,002% Jumlah tanggungan, pendidikan, pendapatan, harga telur, umur, dan harga tempe secara bersama-sama berpengaruh terhadap permintaan konsumen pada telur ayam ras di pasar tradisional. Hasil penelitian didapatkan nilai R squares (R^2) sebesar 0,641 yang menunjukkan bahwa 64,1% varians yang terjadi terhadap permintaan konsumen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel jumlah tanggungan, pendidikan, pendapatan, harga telur, umur, dan harga tempe, sebesar 35,9% ditentukan oleh faktor lain.</p>
5	<p>Kresnawati, Viarka. 2010. <i>Analisis Permintaan Telur Ayam Di Kota Surakarta</i>. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret.</p>	<p>Analisis Regresi Linier</p>	<p>1. .Harga telur ayam ras, harga telur itik, harga daging ayam ras, harga beras, jumlah penduduk, pendapatan per kapita, dan jumlah toko roti secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap permintaan telur ayam di Kota Surakarta. Harga telur ayam ras, harga telur itik, harga daging ayam ras, harga beras, jumlah penduduk, dan pendapatan per kapita secara individu berpengaruh nyata terhadap permintaan telur ayam di Kota Surakarta pada taraf kepercayaan 95%. Jumlah penduduk merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap permintaan telur ayam di Kota Surakarta.</p> <p>2. Analisis elastisitas permintaan telur ayam di Kota Surakarta menunjukkan: Permintaan telur ayam bersifat inelastis. Telur itik dan daging ayam</p>

(1)

(2)

(3)

(4)

3. ras merupakan barang substitusi dari telur ayam, sedangkan beras merupakan barang komplementer dari telur ayam.

4. Elastisitas pendapatan bernilai positif sehingga telur ayam merupakan barang normal.
