

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN AYAM KAMPUNG DI PASAR TRADISIONAL BLAURAN KOTA PALANGKA RAYA

Analysis of Factors Influencing the Demand of Native Chicken in Blauran Traditional Market of Palangka Raya City

Wandi Yanta Tarigan, Asri Pudjirahaju, Satrio Wibowo, Ria Anjalani, dan Iis Yuanita*

Program Studi Peternakan – Fakultas Pertanian, Universitas Palangka Raya,
Jln. Yos Sudarso Palangka Raya 7311, Kalimantan Tengah.

*Email: iis.yuanita@pet.upr.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the factors influencing demand for native chickens in Blauran Traditional Market, Palangka Raya City. The research method used a survey method to determine location. The data sample used 60 people with the incidental sampling method. Data was collected using a questionnaire interview and obtained from primary and secondary data. The data analysis used multiple linear regression analysis. The results showed that consumers of native chickens at Blauran Market, Palangka Raya City, were intermediary and final consumers. The results of multiple linear regression analysis showed that the variables of chicken price, income, number of family members, age and level of education simultaneously significantly affect the demand for native chicken while being partially affected by income and number of family members.

Keywords: Analysis, Demand, Native chicken

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ayam kampung di Pasar Tradisional Blauran, Kota Palangka Raya. Penelitian menggunakan metode survei. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* dan sampel data yang digunakan sebanyak 60 orang dengan metode *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara kuesioner. Data diperoleh dari data primer dan sekunder. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen ayam kampung di Pasar Blauran, Kota Palangka Raya adalah konsumen perantara dan konsumen akhir. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel harga ayam, pendapatan, jumlah anggota keluarga, umur dan tingkat pendidikan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan ayam kampung, sedangkan secara parsial permintaan ayam kampung dipengaruhi oleh pendapatan dan jumlah dari anggota keluarga.

Kata Kunci : analisis, permintaan, ayam kampung

PENDAHULUAN

Salah satu komoditi pangan yang harganya fluktuatif adalah daging ayam kampung. Ayam kampung sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia dan konsumsi ayam kampung di masyarakat dari tahun ke tahun cenderung mengalami peningkatan. Berdasarkan data BPS Provinsi Kalimantan Tengah rata-rata konsumsi daging ayam kampung per kapita per minggu 0,013 kg pada Tahun 2019 yang meningkat menjadi 0,016 kg pada tahun 2020. Selanjutnya daging ayam kampung yang dikonsumsi masyarakat tahun 2020 yaitu 2.880,82 ton dan meningkat menjadi

2.905,66 ton pada tahun 2021 (Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya, 2022a). Data tersebut memperlihatkan bahwa konsumsi ayam kampung masih banyak di masyarakat.

Peternakan ayam buras (ayam kampung) mempunyai peranan yang cukup besar dalam mendukung ekonomi masyarakat pedesaan, karena ayam buras memiliki daya adaptasi yang tinggi terhadap lingkungan dan pemeliharaannya relatif lebih mudah (Yaman, 2010). Implikasi ayam kampung membuat pedagang harus selalumenyediakan stok, untuk memudahkan konsumen dalam membeli ayam kampung. Data Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya (2022a) mencatat bahwa produksi

daging ayam kampung di Kota Palangka Raya pada tahun 2020 sebanyak 219.135 ekor, salah satunya dijual di Pasar Blauran. Pasar Blauran merupakan pasar tradisional terbesar yang ada di Kota Palangka Raya. Pasar tradisional ini menjual berbagai produk kebutuhan pokok seperti sayur-sayuran, ikan dan segala jenis daging, salah satunya daging ayam kampung.

Permintaan ayam kampung cenderung terus meningkat, dan beberapa faktor yang menyebabkannya diantaranya peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan, serta peningkatan ekonominya. Oleh karena itu pemasaran komoditas dari peternak ayam kampung tidak mengalami kendala yang berarti karena konsumen ayam kampung jumlahnya cukup besar. Namun pembelian daging ayam kampung masih didominasi oleh konsumen kelas menengah ke atas maupun produsen yang semakin banyak menawarkan menu daging ayam kampung. Hal ini disebabkan harga ayam kampung relatif lebih tinggi daripada ayam broiler. Kendala yang dirasakan dari sisi harga, yakni daging ayam kampung cenderung berfluktuasi, karena dipengaruhi oleh tinggi rendahnya permintaan pasar. Peningkatan harga, terutama pada bulan-bulan tertentu menjelang hari besar keagamaan seperti Lebaran, Natal dan Tahun Baru atau upacara adat, maka permintaan daging ayam kampung melonjak. Adanya peningkatan permintaan tersebut biasanya menyebabkan harga daging ayam kampung menjadi fluktuatif (Sudarmono dan Bambang, 2008). Berdasarkan hal tersebut maka perlu dilakukan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ayam kampung di Pasar Tradisional Blauran, Kota Palangka Raya.

MATERI DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November Tahun 2022. Tempat penelitian di Pasar Tradisional Blauran, Kota Palangka Raya, Provinsi Kalimantan Tengah. Jenis penelitian adalah eksplanasi yaitu melihat pengaruh/hubungan antar variabel. Pemilihan tempat ini dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu dipilih secara sengaja berdasarkan aspek kegunaannya, karena Pasar Blauran adalah pasar tradisional terbesar di Kota Palangka Raya, terletak strategis di pusat kota dan memiliki jumlah pengunjung terbanyak dari kalangan bawah, menengah dan atas, sehingga kurang efektif jika *sampling* dilakukan di pasar-pasar kecil, karena

akan terjadi bias. Penelitian ini menggunakan metode survei. Menurut Hardani (2020) metode survei merupakan jenis penelitian dengan cara mengumpulkan suatu informasi dari sampel kemudian mengidentifikasi informasi tersebut, yang selanjutnya akan mencerminkan sasaran penelitian yaitu populasi.

Data penelitian diambil dari responden dengan menggunakan kuesioner. Penentuan responden secara *accidental sampling*, disebabkan populasi tidak dikenali (tidak familier) dengan peneliti, sehingga tidak memungkinkan dilakukan *simple random sampling* dan penentuan juga secara *convenience sampling* (dipilih berdasarkan kemudahan didapatkan oleh peneliti). Meskipun demikian, tidak terjadi pengambilan data lebih dari sekali terhadap responden yang sama. Menurut Hardani (2020), *accidental sampling* merupakan sampel yang dipilih berdasarkan kebetulan dilakukan terhadap seseorang yang kebetulan dijumpai.

Tidak diperoleh data mengenai jumlah pengunjung Pasar Blauran, Kota Palangka Raya sebagai dasar penentuan populasi dan jumlah sampel. Meskipun demikian diakui oleh masyarakat, bahwa Pasar Blauran adalah pasar dengan pengunjung terbesar di Kota Palangka Raya, bahkan juga meliputi kunjungan wisata, karena disini juga terdapat *souvenir shops*. Pada penelitian ini responden yang dipilih merupakan konsumen yang ditemui pada saat membeli ayam kampung di pasar sebanyak 60 responden, seperti pada penelitian Amelia *et al.* (2018) pada pasar tradisional Kota Surakarta yang menggunakan 60 responden dan berpatokan pada pendapat Sugiyono (2015), bahwa responden dapat digunakan sebanyak 10 x variabel penelitian. Jumlah 60 responden ini diharapkan mewakili seluruh pembeli ayam kampung di Pasar Tradisional Blauran, Kota Palangka Raya. Sugiyono (2015) juga berpendapat, bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Hal ini sejalan pula dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Sekaran (2006), bahwa ukuran sampel sebanyak 30 mendekati sebaran normal karena sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Pengambilan data dilakukan pagi hari di setiap hari kerja. Oleh karena jumlah pedagang ayam kampung tidak banyak dan posisi kios di Pasar Blauran berjajar dalam satu baris yang diatur oleh pihak Dinas Pasar Kota Palangka, peneliti tidak menanyakan berapa jumlah

pembeli per hari pada tiap penjual ayam. Demikian pula, terlihat bahwa jumlah pembeli relatif sama banyak, sehingga waktu tutup kios-kios penjual ayam kampung tersebut pada siang hari (menjelang tengah hari) hampir bersamaan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri data primer dan data sekunder. Hardani (2020) menyatakan, bahwa data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti, kemudian data sekunder merupakan data yang didapatkan melalui data yang sebelumnya telah tersedia, seperti data dari instansi pemerintah atau data-data di perpustakaan, yang kemudian dikumpulkan oleh peneliti dari sumber tersebut. Hipotesis penelitian ini mengharapkan terdapat korelasi yang nyata dari harga ayam jual kampung, harga jual ayam broiler, rata-rata pendapatan keluarga, jumlah anggota keluarga, umur responden dan tingkat pendidikan responden terhadap permintaan ayam kampung di Pasar Tradisional Blauran, Kota Palangka Raya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaku pasar ayam kampung

Pelaku pasar dalam hal ini pasar ayam kampung di Pasar Blauran, Kota Palangka Raya adalah orang-orang yang melakukan aktivitas jual-beli yang terdiri dari pemasok, pedagang dan konsumen ayam kampung. Pemasok ayam kampung ke Pasar Blauran adalah para peternak dan pengepul yang berada di Kalimantan Tengah. Mayoritas yang menjadi pemasoknya adalah para peternak di Kota Palangka Raya, Kabupaten Pulang Pisau dan Kabupaten Kapuas, Kalimantan Tengah. Meskipun demikian, para pedagang juga mempunyai langganan pemasok ayam kampung dari Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan, dikarenakan stok pemasok yang berada di sekitar Kalimantan Tengah sering tidak mencukupi kebutuhan penjual. Jumlah pedagang ayam kampung di Pasar Blauran sebanyak dua puluh orang, tetapi pedagang yang diwawancarai hanya sebanyak tujuh orang. Hal ini disebabkan sebagian besar pedagang tidak ingin diwawancarai karena beberapa faktor, seperti tidak ingin memberi informasi penjualan atau merasa terganggu pekerjaannya. Pedagang ayam di Pasar Blauran hanya berperan sebagai penjual dan tidak berprofesi sebagai peternak.

Karakteristik konsumen ayam kampung

Umur konsumen ayam kampung

Seluruh konsumen dewasa (cukup umur). Konsumen terbanyak berusia 41-50 tahun (38,33%), mayoritas merupakan ibu rumah tangga yang memiliki keputusan pembelian di dalam keluarga. Konsumen yang diambil bukan asisten rumah tangga (ART). Sesuai pendapat Hamzah dan Bayu (2013), bahwa faktor umur memiliki hubungan yang baik dan signifikan dengan keputusan konsumen dalam membeli suatu barang.

Jumlah anggota keluarga konsumen ayam kampung

Anggota keluarga memiliki selera yang berbeda-beda. Konsumen terbanyak memiliki anggota keluarga 3-5 jiwa (63,33%). Semakin banyak anggota keluarga yang memiliki selera yang sama terhadap ayam kampung, maka akan meningkatkan permintaan terhadap ayam kampung. Menurut Adiana dan Karmini (2012), jumlah anggota keluarga termasuk ke dalam salah satu faktor yang mempengaruhi pola konsumsi dalam keluarga, hal ini berhubungan dengan selera anggota keluarga dan pendapatan keluarga.

Tingkat pendidikan konsumen ayam kampung

Wawasan dan pengetahuan seseorang dapat mempengaruhi pola konsumsi serta pola hidup, semakin tinggi pendidikan seseorang, maka akan semakin selektif dalam memilih apa yang akan dikonsumsi. Konsumen terbanyak dalam penelitian ini memiliki tingkat pendidikan lebih dari 12 tahun yaitu 52 konsumen (83,33%) dan termasuk ke dalam tingkat pendidikan tinggi. Berdasarkan data survei, mayoritas konsumen yang diwawancarai merupakan ibu rumah tangga dan bukan asisten rumah tangga. Menurut Yanti (2019), keluarga yang memiliki pendidikan tinggi secara tidak langsung akan meningkatkan kualitas dari kebutuhan hidup keluarganya (Yanti, 2019).

Karakteristik pendapatan konsumen ayam kampung

Responden/konsumen ayam kampung di Pasar Blauran memiliki pendapatan tertinggi yaitu lebih dari Rp6.000.000,00 (33,34%) dan konsumen yang memiliki pendapatan kurang dari Rp3.000.000,00 sebanyak 3,33%. Pembeli yang merupakan konsumen akhir di Pasar Blauran rata-rata memiliki pendapatan yang relatif tinggi untuk wilayah Kota Palangka

Raya, rata-rata pendapatannya jika diakumulasi yaitu Rp. 5.500.000,00 per bulan. Nilai tersebut termasuk golongan pendapatan yang relatif tinggi di Kota Palangka Raya, karena berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya (2022b) upah minimum regional (UMR) pada tahun 2022 yaitu senilai 2.972.542,00 per bulan. Menurut Vidiawan dan Tisnawati (2015), pendapatan seseorang akan memperlihatkan tingkat kemampuannya dalam mengonsumsi suatu produk, baik secara kualitas dan kuantitasnya.

Karakteristik pekerjaan konsumen ayam kampung

Pekerjaan konsumen ayam kampung terbanyak di Pasar Blauran yaitu sebagian besar ibu rumah tangga (41,67%), dimana tidak memiliki standar pendapatan yang bisa diketahui. Sumber pendapatan ibu rumah tangga umumnya berasal dari kepala keluarga atau anggota keluarganya. Sedangkan Amri (2019) menyatakan, bahwa pekerjaan konsumen mempengaruhi pendapatan, semakin tinggi pendapatan, maka akan semakin besar kesempatan pembelian yang dapat dilakukan. Pekerjaan seseorang dapat berpengaruh terhadap pembelian barang, serta terhadap pemakaian jasa.

Karakteristik responden berdasarkan alasan pembelian

Konsumen ayam kampung di Pasar Blauran Kota Palangka Raya lebih suka pada ayam kampung betina yang masih muda atau masih berusia di bawah 6 bulan karena memiliki cita rasa yang lebih gurih dan keempukan yang baik. Konsumen memiliki alasan masing-masing dalam melakukan pembelian ayam kampung. Pada penelitian ini didapatkan kebanyakan alasan pembelian ayam kampung disebabkan oleh cita rasanya yang disukai konsumen,

karena ayam kampung memiliki rasa alami yang lebih gurih dibandingkan daging ayam broiler. Selain itu, ayam kampung memiliki nilai gizi yang lebih baik, sehingga konsumen merasa menjadi lebih sehat jika mengonsumsi daging ayam kampung. Hal ini sesuai dengan pendapat Rasyaf (1995) bahwa, selera dapat berpengaruh terhadap pemilihan konsumen untuk mengonsumsi daging ayam kampung.

Uji asumsi klasik

Uji normalitas

Hasil uji terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ayam kampung (Tabel 1) menunjukkan, bahwa normalitas memiliki nilai signifikansi 0,200. Data yang normal berdasarkan hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov memiliki ketentuan nilai signifikansi diatas 5% atau lebih dari 0,05 (Ghozali, 2016).

Uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas

Hasil uji multikolinearitas terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ayam kampung (Tabel 2) menunjukkan, bahwa *variance inflation factor* (VIF) pada setiap variabel memiliki nilai < 10, serta memiliki nilai *tolerance* > 0,10, hal ini menunjukkan, bahwa pada data tersebut sangat tidak terdapat gejala multikolinearitas. Regresi yang baik memiliki nilai VIF di sekitar angka satu serta memiliki angka *tolerance* mendekati satu (Santoso, 2012).

Sedangkan berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat bahwa grafik *scatterplot* memiliki titik-titik sebaran yang menyebar, titik-titik penyebaran di atas dan di bawah angka 0 dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Model yang baik dalam melakukan penelitian yaitu model yang tidak terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Tabel 1. Uji normalitas.

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		60
Parameter biasa ^{a,b}	Mean	0,000
	Standar deviasi	0,662
Perbedaan paling ekstrim	Mutlak	0,075
	Positif	0,056
	Negatif	-0,075
Uji statistik		0,075
Asymp. Sig. (2 tailed)		0,200 ^{cd}

Tabel 2. Uji multikolinearitas

Model		Tolerance	VIF
1	Harga ayam kampung (X1)	0,422	2,372
	Harga ayam broiler (X2)	0,430	2,326
	Rata-rata pendapatan (X3)	0,336	2,976
	Jumlah anggota keluarga (X4)	0,303	3,306
	Umur (X5)	0,380	2,634
	Tingkat pendidikan (X6)	0,586	1,707

Uji kesesuaian model regresi

Koefisien determinasi yang didapat dari hasil uji regresi yaitu untuk mengetahui seberapa besar persentase dari total variabel dependen yang berkontribusi. Berdasarkan hasil analisis didapatkan R² yaitu 0,64, yang mana dapat dikatakan bahwa variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen adalah sebesar 64% sedangkan 36% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari fungsi permintaan (hasil uji F pada Tabel 3).

Berdasarkan perhitungan uji F menunjukkan nilai F-tabel 2,29 dan nilai F-hitung 15,425 sehingga F-hitung > F-tabel. Hal ini menunjukkan, bahwa seluruh variabel independen secara serempak mempengaruhi variabel dependen (R² = 0,64) dan model yang digunakan sesuai, sehingga dapat dilakukan uji selanjutnya. Dalam hal ini menurut Aisyah (2018), jika nilai F-hitung > F-tabel atau nilai probabilitas <0,05 maka keseluruhan variabel dikatakan berpengaruh.

Uji t

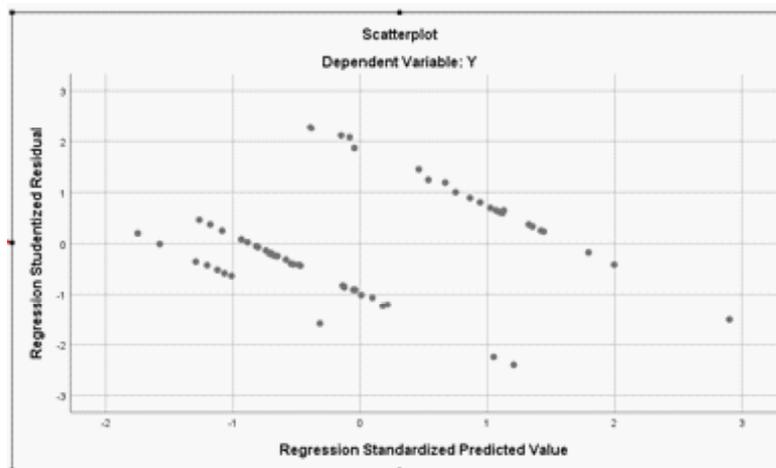
Hasil uji t (Tabel 4) menunjukkan, bahwa nilai signifikansi yang memiliki nilai kurang dari 0,05 yaitu terdapat 2 variabel dengan nilai

Sig. 0,000 untuk pendapatan keluarga (X3) dan 0,001 anggota keluarga (X4). Sehingga berdasarkan uji t faktor yang berpengaruh terhadap permintaan ayam kampung yaitu faktor pendapatan keluarga dan anggota keluarga. Jika hasil uji variabel independen memiliki signifikansi <0,05 maka variabel berpengaruh terhadap jumlah konsumsi daging ayam kampung (Aisyah, 2018).

Harga ayam kampung

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Pasar Blauran, Kota Palangka Raya, harga dari ayam kampung pada setiap penjual berbeda-beda. Harga tertinggi yang ditawarkan yaitu Rp. 70.000,00 per kg, kemudian harga penawaran terendah yaitu Rp. 60.000,00 per kg, maka rata-rata harga ayam kampung yang ditawarkan kepada konsumen adalah Rp. 64.067,66 per kg.

Hasil analisis harga ayam kampung dengan menggunakan uji t memiliki nilai Sig. 0,646, dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa harga ayam kampung tidak berpengaruh secara nyata terhadap permintaan ayam kampung di Pasar Blauran Kota Palangka Raya. Hal ini dipengaruhi oleh



Gambar 1. Grafik uji heteroskedastisitas

Tabel 3. Uji F

Model		Jumlah kuadrat	db	Kuadrat tengah	F	Sig.
1	Regresi	45,167	6	7,528	15,425	0,000
	Sisa	25,866	53	0,488		
	Total	71,033	59			

keadaan konsumen yang tidak menjadikan harga sebagai batasan atau halangan dalam melakukan pembelian ayam kampung. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan hanya di Pasar Blauran dalam jangka waktu satu bulan, sehingga belum terlihat adanya perubahan harga ayam kampung yang signifikan yang dapat mempengaruhi permintaan. Meskipun demikian, hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian lainnya. Variabel dari harga ayam kampung tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan daging ayam kampung di Kecamatan Siantar Barat, Kota Pematang Siantar (Sinaga, 2013). Harga daging ayam kampung tidak mempengaruhi permintaan atau konsumsi ayam kampung di Kabupaten Langkat (Aisyah, 2018).

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan, bahwa nilai koefisien dari harga ayam kampung yaitu 1,532 harga ayam kampung ini menunjukkan permintaan ayam kampung bersifat elastis, karena perubahan yang terjadi. Nilai yang menunjukkan positif (tidak negatif) tersebut memperlihatkan, bahwa setiap terjadi kenaikan harga ayam kampung, maka tidak berpengaruh pengurangan terhadap permintaan ayam kampung. Berdasarkan hal tersebut dapat ditunjukkan, bahwa setiap adanya kenaikan harga ayam kampung sebesar 5%, maka permintaan ayam kampung akan mengalami kenaikan sebanyak 1,532%. Harga daging ayam kampung yang mahal tetap menjadikan konsumen akan membeli daging ayam kampung. Hal ini sesuai dengan pendapat masyarakat secara umum bahwa ayam kampung sebenarnya lebih disukai, karena kandungan lemaknya sedikit.

Harga ayam broiler

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Pasar Blauran, Kota Palangka Raya, penawaran harga ayam broiler yang dilakukan oleh pedagang sangat bervariasi mulai dari harga terendah yaitu Rp. 30.000,00 per kg, hingga untuk penawaran tertinggi yaitu Rp. 35.000,00 per kg, maka dari itu rata-rata penawaran harga ayam broiler di Pasar

Blauran Kota Palangka Raya yaitu sebesar Rp. 33.600,00 per kg.

Hasil analisis harga ayam kampung dengan menggunakan uji t memiliki nilai Sig. 0,444, yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan, bahwa harga ayam broiler tidak berpengaruh secara nyata terhadap permintaan ayam kampung di Pasar Blauran. Jika terjadi kenaikan harga pada ayam kampung dan harga ayam broiler, maka harga ayam broiler tetap masih di bawah dari harga ayam kampung, dan para konsumen dari ayam kampung tetap tidak beralih ke ayam broiler. Mereka hanya akan mengurangi tingkat konsumsinya terhadap ayam kampung. Selain itu, penelitian yang dilakukan hanya di Pasar Blauran ini, serta dalam waktu satu bulan juga belum menampakkan terjadi perubahan terhadap harga ayam broiler yang signifikan, yang dapat mempengaruhi permintaan ayam kampung itu sendiri. Berbeda dengan hasil penelitian Amelia *et al.* (2018), dimana harga ayam broiler yang lebih murah memberikan pengaruh yang negatif terhadap permintaan ayam kampung di Pasar Tradisional Kota Surakarta.

Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan memperlihatkan nilai elastisitas untuk harga ayam broiler yaitu 2,121. Ayam broiler pada permintaan ayam kampung termasuk ke dalam barang substitusi atau barang pengganti, nilai yang positif tersebut menunjukkan, bahwa pada setiap kenaikan harga ayam broiler maka jumlah permintaan ayam broiler akan menurun dan permintaan ayam kampung akan bertambah. Berdasarkan hal tersebut maka dapat ditunjukkan dengan setiap adanya kenaikan harga ayam broiler sebesar 5%, maka permintaan ayam kampung akan mengalami peningkatan sebanyak 2,121%. Hal ini sesuai dengan pendapat Firdalia (2020), bahwa terdapat pengaruh yang positif dari berubahnya harga ayam potong terhadap permintaan ayam kampung, dimana hubungan ayam broiler dengan ayam kampung yaitu ayam broiler merupakan barang pengganti atau substitusi.

Tabel 4. Uji t

Model	Koefisien tidak standar	Jumlah kuadrat	Koefisien Standar	T	Sig.
	B	SE	B		
(Konstan)	- 67,018	25,014		- 2,679	0,010
Harga ayam kampung	1,532	3,312	0,058	0,463	0,646
Harga ayam broiler	2,121	2,751	0,098	0,771	0,444
Pendapatan keluarga	2,328	0,455	0,746	5,120	0,000
Anggota keluarga	- 0,826	0,494	- 0,252	- 1,673	0,001
Umur responden	0,161	0,647	0,035	0,248	0,805
Tingkat pendidikan	0,559	0,377	0,159	1,485	0,144

Pendapatan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Pasar Blauran, Kota Palangka Raya didapatkan, bahwa jumlah pendapatan setiap keluarga berbeda-beda, data yang diperoleh dari konsumen ayam kampung di Pasar Blauran Kota Palangka Raya yang memiliki pendapatan tertinggi yaitu Rp. 12.000.000,00 per bulan, sedangkan untuk konsumen dengan pendapatan terendah yaitu senilai Rp. 2.500.000,00 per bulan sehingga di dapatkan rata-rata pendapatan yaitu Rp. 5.916.666,00 per bulan.

Berdasarkan uji t yang dilakukan, didapatkan hasil untuk variabel pendapatan yaitu dengan nilai 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga menunjukkan, bahwa pendapatan keluarga berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam kampung di Pasar Blauran, Kota Palangka Raya. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Mamuja *dkk.* (2020), bahwa faktor-faktor yang sangat mempengaruhi permintaan ayam kampung di Pasar Tradisional, Kota Manado menunjukkan, bahwa variabel pendapatan per kapita secara parsial berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam kampung. Didukung oleh pendapat Sukirno (2022), bahwa pendapatan konsumen merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam penentuan permintaan suatu barang dari konsumen. Analisis regresi yang telah dilakukan menunjukkan nilai koefisien untuk pendapatan yaitu 2,328 yang bernilai positif, artinya pendapatan mempunyai pengaruh dalam peningkatan permintaan ayam kampung di Pasar Blauran Kota Palangka Raya.

Jumlah anggota keluarga

Berdasarkan hasil penelitian yang

dilakukan di Pasar Blauran Kota Palangka Raya, jumlah anggota dalam keluarga dari responden sangat bervariasi yaitu mulai dari 2 jiwa per keluarga hingga 7 jiwa per keluarga, dengan rata-rata jumlah anggota dalam keluarga sebanyak 4 jiwa. Jumlah anggota keluarga biasanya berhubungan langsung dengan pembelian suatu produk pada saat jumlah anggota menjadi lebih banyak maka produk yang dibeli akan menjadi lebih banyak.

Hasil analisis dari jumlah anggota keluarga menggunakan uji t menghasilkan Sig. 0,001, yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat diketahui, bahwa jumlah anggota keluarga berpengaruh secara nyata terhadap permintaan ayam kampung di Pasar Blauran. Meskipun demikian, jumlah anggota keluarga akan berhubungan secara langsung dengan selera dari anggota keluarga tersebut, sehingga pada saat anggota keluarga berjumlah banyak, namun tidak semua anggota menyukai ayam kampung, maka pembelian tidak akan bertambah.

Analisis regresi yang telah dilakukan menunjukkan nilai koefisien dari jumlah anggota keluarga yaitu -0,826. Nilai yang bertanda negatif tersebut menunjukkan, bahwa pada setiap kenaikan atau pertambahan anggota keluarga maka jumlah permintaan ayam kampung akan mengalami penurunan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Sinaga (2023), dimana jumlah anggota keluarga konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan ayam kampung. Berdasarkan hal tersebut maka dapat ditunjukkan dengan setiap bertambahnya anggotakeluargasebanyak5% makapermintaan ayam kampung akan mengalami penurunan sebanyak 0,826%. Faktor anggota keluarga juga sangat berhubungan dengan selera, dimana anggota keluarga akan menyukai suatu produk

jika selernya terhadap produk tersebut baik, maka hal tersebut akan merubah permintaan keluarga.

Umur

Berdasarkan hasil penelitian ini umur dari konsumen yang menjadi responden di pasar sangat bervariasi pada saat melakukan penelitian. Umur termuda konsumen yaitu 25 tahun, kemudian untuk umur tertua dari konsumen yaitu 56 tahun, dengan konsumen terbanyak berumur 41-50 tahun dan rata-rata umur responden yaitu 40 tahun.

Hasil analisis terhadap umur konsumen dengan menggunakan uji t memiliki nilai Sig. 0,805, yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga mengartikan bahwa umur konsumen tidak berpengaruh secara nyata terhadap permintaan ayam kampung di Pasar Blauran. Pembeli di Pasar Blauran membeli ayam kampung karena cita rasa yang enak dan lebih sehat untuk dikonsumsi. Hal ini sesuai dengan pendapat Suryo dkk. (2012), bahwa daging ayam kampung sangat diminati masyarakat karena rasanya yang enak, gurih, tidak lembek dan rendah lemak.

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan, bahwa nilai koefisien dari umur yaitu 0,161. Nilai ini dapat mengartikan, bahwa semakin bertambahnya umur responden, maka hanya akan meningkat pula jumlah permintaan ayam kampung di pasar Blauran, Kota Palangka Raya hanya meningkat sebesar 0,161%. Sedangkan pendapat Kotler (2000) menyatakan, bahwa kebutuhan dan selera dari konsumen akan berubah seiring dengan bertambahnya usia. Maka berdasarkan pendapat tersebut usia dapat mempengaruhi selera dan kebutuhan, sehingga dapat terjadi siklus pembelian yang ada di keluarga konsumen terhadap kebutuhannya sesuai umur.

Tingkat pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Pasar Blauran, Kota Palangka Raya, tingkat pendidikan dari konsumen yang menjadi responden di pasar berbedabeda. Tingkat pendidikan terendah dari konsumen yaitu tingkat SD, kemudian untuk tingkat pendidikan tertinggi dari konsumen yaitu tingkat Magister atau S2, namun tingkat pendidikan konsumen terbanyak yaitu lulusan SMA dan S1 yaitu sebanyak 25 responden.

Hasil analisis dari umur konsumen

dengan menggunakan uji t menghasilkan nilai Sig. 0,144, yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga mengartikan bahwa tingkat pendidikan konsumen tidak berpengaruh secara nyata terhadap permintaan ayam kampung di Pasar Blauran. Lebih dari 85% dari jumlah responden memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, seharusnya responden dengan pendidikan tinggi lebih memiliki pengetahuan mengenai kualitas pangan hewani, sehingga tingkat pendidikan konsumen mempengaruhi permintaan ayam kampung. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan mempengaruhi kualitas makanan yang akan dikonsumsi, karena dengan mengonsumsi makanan bergizi akan membuat tubuh menjadi lebih sehat. Konsumen dengan pendidikan tinggi umumnya lebih mengetahui kualitas gizi yang ada di dalam suatu produk yang akan dikonsumsinya.

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien dari tingkat pendidikan yaitu 1,559, nilai ini dapat mengartikan bahwa setiap meningkatnya pendidikan konsumen, maka akan meningkat pula jumlah permintaan ayam kampung. Berdasarkan nilai tersebut, maka dapat ditunjukkan dengan setiap adanya peningkatan tingkat pendidikan sebesar 5% maka permintaan ayam kampung akan mengalami peningkatan sebanyak 1,559%, namun dalam hal ini di Pasar Blauran, peningkatan ini belum menunjukkan perbedaan yang nyata. Dalam hal ini tingkat pendidikan berhubungan dengan peningkatan permintaan dapat terjadi ataupun tidak, karena bergantung selera konsumen dalam memilih dan membeli, serta mengonsumsi ayam kampung. Sedangkan pendapat Simamora (2008) menyatakan, bahwa terdapat pengaruh tingkat pendidikan terhadap permintaan, karena semakin tingginya pendidikan seseorang atau konsumen maka akan semakin berhati-hati dalam memilih produk yang akan dibeli atau dikonsumsi atau konsumen akan memilih produk yang lebih berkualitas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Faktor harga ayam kampung, harga ayam broiler, pendapatan, jumlah anggota keluarga, umur dan tingkat pendidikan konsumen, bersama-sama berpengaruh terhadap permintaan daging ayam kampung di Pasar Tradisional Blauran Kota Palangka

Raya ($R^2 = 0,64$). Secara individual, faktor yang berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam kampung di Pasar Blauran, Kota Palangka Raya hanya pendapatan keluarga dan jumlah anggota keluarga konsumen, dimana meningkatnya pendapatan keluarga akan meningkatkan permintaan konsumen terhadap ayam kampung, namun bertambahnya jumlah anggota keluarga akan menurunkan permintaan konsumen terhadap ayam kampung.

Saran

Permintaan daging ayam kampung yang relatif semakin meningkat karena pengaruh dari berbagai faktor, sebaiknya diimbangi dengan peningkatan ketersediaan ayam kampung di pasaran sehingga harga daging ayam kampung tetap stabil. Untuk kestabilan harga pasar ayam kampung perlu adanya kerjasama kebijakan dari instansi terkait dan Pemda Kota Palangka Raya dengan peternak ayam kampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiana, P. P. E. dan N. L. Karmini. 2012. Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga dan Pendidikan terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Miskin di Kecamatan Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 1 (1): 39-48.
- Aisyah, S. 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Konsumsi Daging Ayam Kampung di Kabupaten Langkat. Skripsi. Program Studi Peternakan Fakultas Pertanian. Universitas Sumatra Utara, Medan.
- Amelia, D. P., S. H. Purnomo dan Sudiyono. 2018. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging ayam kampung di Pasar Tradisional Kota Surakarta. *Sains Peternakan*, 16 (1): 23-29.
- Amri, U. 2019. Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Ayam Kampung di Pasar Tradisional Kecamatan Kampa. Skripsi. Program Studi Peternakan Fakultas Pertanian dan Peternakan. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau.
- Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya. 2022a. Produksi daging menurut jenis ternak dan kecamatan. <https://palangkakota.bps.go.id> [Diakses tanggal 1 Oktober 2023].
- Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya. 2022b. Upah minimum regional tiap sektor di Kota Palangka Raya. <https://palangkakota.bps.go.id> [Diakses tanggal 1 Oktober 2023].
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hamzah, W. dan R. Bayu. 2013. Hubungan variabel demografi dengan respon konsumen terhadap iklan merk Top Coffe di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi*, 2(9): 1036-1052.
- Hardani. 2020. Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. CV Pustaka Ilmu Group, Yogyakarta.
- Kotler, P. 2000. Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen. Prenhalindo, Jakarta.
- Mamuaja, C. I., B. Rorimpandey, E. Wantasen dan S. Dalie. 2020. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging ayam buras di pasar tradisional Kota Manado. *Zootec* 40 (1): 20-29.
- Firdalia, R. N. A. 2020. Analisis permintaan daging ayam kampung di Kabupaten Jember. Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Jember, Jember.
- Rasyaf, M. 1995. Pengelolaan Usaha Peternakan Ayam Kampung Pedaging. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Santoso, S. 2012. Analisis SPSS pada Statistik Parametrik. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sekaran, U. 2006. Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Edisi 4 Buku 1. Salemba Empat, Jakarta.
- Simamora, H. 2008. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi 2. STIE Yayasan Keluarga Pahlawan Negara, Yogyakarta.
- Sinaga, A. 2013. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ayam kampung di Kecamatan Siantar Barat Kota Pematang Siantar. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatra Utara, Medan.
- Sudarmono dan Bambang. 2008. Budidaya Ayam Broiler, Agribisnis Pedaging dan Petelur. Agriflo, Jakarta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Alfabeta, Bandung.
- Sukirno, S. 2002. Pengantar Mikro Ekonomi. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suryo, T., T. Yudiarti dan Isroli. 2012. Pengaruh pemberian probiotik sebagai aditif pakan terhadap kadar kolestrol, high density lipoprotein (HDL) dan low density lipoprotein

- (LDL) dalam darah ayam kampung. *Animal Agriculture Journal* 1(2): 228-237.
- Vidiawan, E. dan N. M. 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 Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 4 (4): 243-257.
- Yaman, M. A. 2010. *Ayam Kampung Unggul 6 Minggu Panen*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Yanti, Z. dan Murtala. 2019. Pengaruh pendapatan, jumlah anggota keluarga dan tingkat pendidikan terhadap konsumsi rumah tangga di Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe. *Jurnal Ekonomika Indonesia*, 8 (2): 72-81.