

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
AYAM POTONG DI PASAR TRADISIONAL PANNAMPU
DAN PASAR MODERN GELAEK KOTA MAKASSAR**

Disusun dan Diajukan oleh

ST. MUSDALIFAH
I011 17 1001



FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
AYAM POTONG DI PASAR TRADISIONAL PANNAMPU
DAN PASAR MODERN GELAEK KOTA MAKASSAR**

Disusun dan diajukan oleh

**ST MUSDALIFAH
I011171001**

**Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Peternakan
pada Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin**

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN AYAM POTONG DI PASAR TRADISIONAL PANNAMPU DAN PASAR MODERN GELAEEL KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh

ST MUSDALIFAH
I011 17 1011


Telah dipertahankan dihadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Peternakan Fakultas
Peternakan Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 11 April 2022
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui :

Pembimbing Utama


Dr. Ir. Syahriadi Kadir, M.Si
NIP. 19670408 199003 1 002

Pembimbing Pendamping


Dr. Ir. Hj. St. Rohani, M.Si
NIP. 19690822 200801 2 015

Ketua Program Studi,



Dr. Ir. Muh. Mawani, S.Pt., M.Si. IPU
NIP. 19760616 200003 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ST. Musdalifah
Nim : I011 17 1001
Program Studi : Peternakan
Jenjang : S1

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul :

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ayam Potong di Pasar Tradisional Pannampu dan Pasar Modern Gelael Kota Makassar adalah Asli.

Apabila sebagian atau seluruhnya dari karya skripsi ini tidak asli atau plagiasi maka saya bersedia dibatalkan dikenakan sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 11 April 2021

Peneliti



ST. Musdalifah

ABSTRAK

ST MUSDALIFAH. I011 17 1001. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ayam Potong di Pasar Tradisional Pannampu dan Pasar Modern Gelael Kota Makassar. Dibawah bimbingan **Dr. Ir. Syahriadi Kadir, M.Si** sebagai pembimbing utama dan **Dr. Ir. Hj. St. Rohani, M.Si** sebagai pembimbing anggota.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor harga, pendapatan dan jumlah tanggungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap permintaan ayam potong di Pasar Tradisional Pannampu dan Pasar Modern Gelael Kota Makassar. Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2021. Jenis penelitian yang digunakan adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara. Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda serta *independence sample t-test* dengan menggunakan bantuan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 16. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu Terdapat perbedaan pengaruh faktor harga, pendapatan dan jumlah tanggungan keluarga antara permintan konsumen di pasar tradisional dan pasar modern, dimana ketiga faktor secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan pada pasar modern sedangkan ketiga faktor secara simultan berpengaruh secara signifikan pada pasar tradisional. Secara parsial, faktor pendapatan berpengaruh signifikan terhadap permintaan di pasar tradisional sedangkan faktor harga dan jumlah tanggungan keluarga tidak berpengaruh signifikan. Sedangkan pada uji indepent t test pearson diperoleh hasil bahwa tidak ada pengaruh pasar modern Gelael dan pasar tradisonal Pannampu ditinjau dari jumlah pembelian ayam potong.

Kata kunci: *Harga, Jumlah tanggungan keluarga, pendapatan, permintaan ayam broiler*

ABSTRACT

ST MUSDALIFAH. I011 17 1001. Factors Affecting Demand for Beef Chicken at Pannampu Traditional Market and Gelael Modern Market Makassar City. Under the guidance of **Syahriadi Kadir** as the main supervisor and **St. Rohani** as the second supervisor.

This study aims to determine the price, income and number of dependents of the family have a significant effect on the demand for beef chicken in Pannampu Traditional Market and Gelael Modern Market Makassar City. The research was carried out from October 2021. The types of research used were quantitative data and qualitative data. Sources of data used in this study are primary data and secondary data. Data was collected by means of observation and interviews. Analysis of the data used is multiple linear regression and independence sample t-test using the help of the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 16 program. The results obtained in this study are that there are differences in the influence of price, income and number of family dependents between consumer demands. In traditional markets and modern markets, where the three factors simultaneously have no significant effect on the modern market while the three factors simultaneously have a significant effect on the traditional market. Partially, the income factor has a significant effect on demand in traditional markets while the price factor and the number of dependents of the family have no significant effect. Meanwhile, the Pearson independent t test showed that there was no influence on the modern market of Gelael and the traditional market of Pannampu in terms of the number of purchases of chicken pieces.

Keyword: *Consumer demands of chicken pieces, Income, Number of family dependents, and Price*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke Hadirat Tuhan Yang Maha Esa. Karena berkat rahmat, hidayah dan izin-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (SKRIPSI) yang berjudul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ayam Potong di Pasar Tradisional Pannampu dan Pasar Modern Gelael Kota Makassar”**. Shalawat serta salam tak juga lupa saya haturkan kepada Nabi Muhammad *shallallahu Alaihi Wasallam* sebagai suri tauladan bagi umatnya.

Skripsi ini adalah salah satu syarat lulus sebagai sarjana S1 Sosial Ekonomi Peternakan di Fakultas Peternakan di Universitas Hasanuddin. Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan tak terhingga kepada :

1. **Allahu Subahanahu wa ta’ala** yang telah memberikan kehidupan di dunia, memberi kesehatan, kesabaran, kekuatan dan ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. **Nabi Muhammad Shallallahu ‘alaihi wasallam**, Nabi panutan semua umat manusia di muka bumi.
3. **Dr. Ir. Syahriadi Kadir, M.Si** selaku pembimbing utama memberikan dan **Dr. Ir. Hj. St. Rohani, M.Si.** selaku Pembimbing anggota yang telah membagi ilmunya dan meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan nasihat serta motivasi dalam penyusunan makalah ini.

4. **Kedua orang tua**, Ayahanda **Djumdan H.M** dan Ibu **ST. Normawati** yang telah mendoakan, memberi kasih sayang, serta motivasi sehingga penulis bisa sampai pada titik ini.
5. Ibu **Dr. Ir. Aslina Asnawi, S.Pt., M.Si., IPM., ASEAN Eng** dan bapak **Dr. Ir. Ilham Rasyid, M.Si., IPM., ASEAN Eng** selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan dalam proses perbaikan skripsi ini.
6. Bapak **Prof. Dr. Ir. Lellah Rahim, M.Sc** selaku Dekan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin, ibu dan bapak **Dosen** pengajar, serta seluruh **pegawai Fakultas Peternakan** atas bantuannya yang telah diberikan
7. Kepada semua teman-teman seperjuangan saya yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini namun tidak disebutkan satu persatu.

Semoga segala bentuk apresiasi yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan yang layak dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Penulis menyadari bahwa makalah ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran ataupun kritikan yang bersifat konstruktif dari pembaca. Harapan penulis, semoga karya tulis ini dapat bermanfaat, khususnya bidang peternakan.

Makassar, 11 April 2021



ST. Musdalifah

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|-----------------------------|
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | Error! Bookmark not defined |
| PERNYATAAN KEASLIAN | iii |
| ABSTRAK | iv |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| PENDAHULUAN | 1 |
| Latar Belakang | 1 |
| Rumusan Masalah | 6 |
| Tujuan Penelitian..... | 6 |
| Kegunaan Penelitian..... | 7 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| Ayam Potong..... | 8 |
| Perilaku Konsumen | 9 |
| Teori Permintaan..... | 10 |
| Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ayam Potong..... | 11 |
| a. Harga Ayam Potong | 12 |
| b. Pendapatan Konsumen | 13 |
| c. Jumlah Tanggungan Keluarga Konsumen..... | 14 |
| Penelitian Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pembelian Konsumen..... | 14 |
| Kerangka Pikir..... | 16 |
| METODE PENELITIAN | 18 |
| Waktu dan Tempat | 18 |
| Jenis Penelitian..... | 18 |
| Jenis dan Sumber Data | 18 |

| | |
|--|-----------|
| Metode Pengumpulan Data | 19 |
| Populasi dan Sampel | 19 |
| Analisis Data | 21 |
| Uji Statistik..... | 21 |
| a. Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 22 |
| b. Uji Parsial (Uji t) | 22 |
| c. Uji F..... | 22 |
| Variabel Penelitian | 23 |
| Konsep Operasional | 23 |
| GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN | 24 |
| A. Pasar Tradisional Pannampu | 24 |
| 1. Sejarah Singkat Pasar Pannampu | 24 |
| 2. Kondisi Pasar Pannampu | 25 |
| 3. Visi dan Misi Pasar Pannampu | 25 |
| B. Pasar Modern Gelael Signature | 26 |
| 1. Sejarah Singkat Gelael Signature | 26 |
| 2. Visi dan Misi Gelael Signature | 26 |
| 3. Deskripsi Jabatan..... | 27 |
| 4. Produk yang dijual..... | 30 |
| KEADAAN UMUM RESPONDEN..... | 31 |
| Umur..... | 31 |
| Jenis Kelamin | 32 |
| Tingkat Pendidikan | 33 |
| Jenis Pekerjaan | 34 |
| Jumlah Kunjungan Membeli Ayam Potong..... | 36 |
| Jumlah Tanggungan Anggota Keluarga..... | 36 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 38 |
| Analisis Regresi Linier Berganda X terhadap Y di Pasar Modern Galael | 38 |
| Uji Signifikansi Simultan (Uji F) | 38 |
| Analisis Regresi Linier Berganda X terhadap Y di Pasar Panampu | 39 |
| Uji Signifikansi Simultan (Uji F) | 39 |
| Uji Pengaruh Parsial (Sendiri-sendiri) | 40 |

| | |
|--|-----------|
| Pengaruh variabel harga (X1) terhadap jumlah pembelian ayam potong di pasar panampu | 41 |
| Pengaruh variabel pendapatan (X2) terhadap jumlah pembelian ayam | 42 |
| Uji Koefisien Determinasi..... | 45 |
| Uji Independent sample t-test..... | 45 |
| PENUTUP | 47 |
| Kesimpulan..... | 47 |
| Saran..... | 47 |
| DAFTAR PUSTAKA | 47 |

DAFTAR TABEL

| No. | Teks | Halaman |
|-----|--|---------|
| 1. | Populasi Ayam Potong..... | 1 |
| 2. | Produksi Ayam Potong..... | 2 |
| 3. | Konsep Variabel dan Indikator Pengukuran Penelitian Faktor-faktor yang Mempengaruhi permintaan Ayam Potong di Pasar Tradisional Pannampu dan Pasar Modern Gelael | 21 |
| 4. | Pengelompokan Responden Berdasarkan Tingkat Umur di Pasar Tradisional Pannampu dan Pasar Modern Gelael Makassar | 29 |
| 5. | Pengelompokan Responden Berdasarkan Tingkat Jenis Kelamin di Pasar Tradisional Pannampu dan Pasar Modern Gelael Makassar | 30 |
| 6. | Pengelompokan Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Pasar Tradisional Pannampu dan Pasar Modern Makassar | 32 |
| 7. | Pengelompokan Responden Berdasarkan Tingkat Jenis Pekerjaan di Pasar Tradisional Pannampu dan Pasar Modern Gelael Makassar | 33 |
| 8. | Pengelompokan Responden Berdasarkan Tingkat Jumlah Kunjungan..... | 34 |
| 9. | Pengelompokan Responden Berdasarkan Tingkat Jumlah Tanggungan Anggota | 35 |
| 10. | Rekapitulasi data hasil regresi linier berganda pasar modern galael | 36 |
| 11. | Rekapitulasi data hasil regresi linier berganda pasar panampu | 37 |
| 12. | Hasil analisis regresi linier berganda pengaruh faktor harga, pendapatan, dan jumlah tanggungan keluarga..... | 40 |
| 13. | Hasil uji koefisien determinasi (R ²)..... | 45 |
| 14. | Hasil uji independent sample t test..... | 46 |

DAFTAR GAMBAR

| No. | Halaman |
|-------------------------|----------------|
| 1. Kerangka Pikir | 17 |

DAFTAR LAMPIRAN

| No. | Teks | Halaman |
|-----|--|---------|
| 1. | Tabulasi Data Penelitian Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ayam Potong di Pasar Modern Gelael | 51 |
| 2. | Tabulasi Data Penelitian Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ayam Potong di Pasar Modern Gelael | 52 |
| 3. | Tabulasi Data Pasar Tradisional Pannampu..... | 53 |
| 4. | Tabulasi Data Pasar Modern Gelael..... | 54 |
| 5. | Hasil SPSS | 55 |
| 6. | Kuisisioner | 60 |
| 7. | Dokumentasi..... | 62 |

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha peternakan memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan dan pembangunan masyarakat. Perkembangan usaha peternakan ayam potong di Indonesia khususnya Sulawesi Selatan telah mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Permintaan daging ayam potong setiap tahun semakin meningkat, hal ini terjadi karena harga daging yang terjangkau di masyarakat dan mudah diperoleh. Menurut Badan Pusat Statistik (2019), populasi ayam potong di Indonesia dari tahun 2015 – 2019 mengalami peningkatan. Ayam potong atau broiler memiliki laju pertumbuhan yang tinggi, populasi ayam potong pada tahun 2015 sampai 2019 dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Populasi Ayam Potong

| Tahun | Populasi (Ekor) | |
|-------|-----------------|------------------|
| | Indonesia | Sulawesi Selatan |
| 2015 | 1.528.329.183 | 52.941.677 |
| 2016 | 1.632.801.460 | 48.203.640 |
| 2017 | 1.848.731.364 | 51.115.768 |
| 2018 | 2.015.695.366 | 57.445.672 |
| 2019 | 2.014.110.235 | 63.055.469 |

Sumber : Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2019.

Produksi daging ayam pedaging berperan paling besar dalam produksi penyediaan daging ayam bagi masyarakat. Menurut Arum dkk (2017), total produksi daging tahun 2016 sebanyak 3,4 juta ton, produksi daging terbesar disumbang oleh ayam potong yaitu 56,77 persen, sapi dan kerbau 16,40 persen, babi 10,12 persen, dan ayam buras 8,49 persen

Konsumsi daging ayam potong masyarakat Indonesia cenderung terus meningkat tiap tahunnya. Menurut Anggitasari, dkk (2016), rata-rata konsumsi

daging ayam nasional sebesar 3,75 kg/kapita/tahun. Total permintaan terhadap daging unggas adalah 4,6 kg per tahun. Kebutuhan protein hewani yang berasal dari daging ayam potong adalah sebesar 71,7%. Produk utama yang berupa daging merupakan produk yang digemari oleh masyarakat sehingga permintaan kebutuhan daging ayam semakin meningkat dari tahun ke tahun. Keberadaan peternakan ayam potong dapat menjadi solusi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan protein hewani yang dibutuhkan masyarakat, Produksi ayam potong dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Produksi Ayam Potong

| Tahun | Produksi (Ton) | |
|-------|----------------|------------------|
| | Indonesia | Sulawesi Selatan |
| 2015 | 1.628.307 | 53.664 |
| 2016 | 1.905.497 | 48.862 |
| 2017 | 3.175.853 | 106.406 |
| 2018 | 3.409.558 | 110.827 |
| 2019 | 3.495.090 | 83.543 |

Sumber : Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2019.

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa jumlah produksi ayam potong di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2015 sampai tahun 2019. Peternakan ayam potong di Sulawesi Selatan sampai saat ini masih terus dapat dikembangkan antara lain karena permintaan domestik terhadap ayam potong masih sangat besar, hal ini dapat dilihat dari peningkatan produksi ayam potong di Sulawesi Selatan setiap tahun semakin meningkat. Peningkatan produksi ayam potong ini disebabkan karena terjadinya peningkatan permintaan akibat penambahan penduduk, peningkatan pendapatan masyarakat, kesadaran masyarakat akan gizi, daging ayam mudah diperoleh, dan harga daging ayam yang relatif murah (Ranggadatu, dkk., 2012). Permintaan dan penawaran suatu barang dan jasa berkaitan dengan interaksi antara pembeli dan penjual di pasar yang akan

menentukan tingkat harga suatu barang dan jasa yang berlaku di pasar serta jumlah barang dan jasa tersebut yang akan diperjualbelikan di pasar. Kota Makasar dengan wilayah 175,77 km² dengan jumlah penduduk sebanyak 1.508.154 jiwa tentu memiliki perbedaan konsumen untuk membeli kebutuhan mereka di pasar tradisional. Pola konsumsi dipengaruhi oleh sejumlah faktor yaitu usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jumlah anggota, keluarga, pendapatan, lingkungan, dan gaya hidup dan juga terdapat banyak permintaan dan penawaran pada pasar tradisional dan pasar modern (Suyanto dan Nurhadi, 2004).

Pola permintaan juga sangat dipengaruhi oleh beberapa variabel yang termasuk diantara yaitu harga pendapatan dan jumlah keluarga, dimana pendapatan konsumen sangat berpengaruh terhadap permintaan akan kebutuhan permintaan ayam potong dipasaran. Implikasi bahwa harga ayam potong yang terjangkau oleh pendapatan yang diperoleh individu maka kebutuhan akan ayam potong menjadi prioritas utama, sama halnya juga dengan jumlah tanggungan keluarga dimana tanggungan keluarga akan mempengaruhi permintaan ayam potong, dengan banyaknya anggota keluarga dapat menentukan permintaan ayam potong untuk satu keluarga.

Pada umumnya, pasar swalayan (pasar modern) memiliki sistem yang lebih inovatif dibandingkan jenis pasar lainnya. Pasar Modern adalah suatu pasar dimana pembeli dan penjualnya tidak melakukan transaksi secara langsung. Pembeli hanya melihat label harga pada suatu kemasan produk dan pembeliannya dilayani secara mandiri oleh pramuniaga, contohnya supermarket, minimarket, hipermarket dan lain sebagainya. Pasar Modern adalah pasar atau toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hipermarket ataupun

grosir yang berbentuk perkulakan. Pasar tradisional merupakan jenis pasar yang memiliki system transaksi paling sederhana dibandingkan jenis pasar lainnya (Hutabarat, 2009). Pasar tradisional adalah sebuah tempat terbuka yang terjadi proses transaksi jual beli dengan proses tawar menawar. Di pasar tradisional ini para pengunjungnya tidak selalu menjadi pembeli karena dia juga bisa menjadi penjual. Pasar tradisional bisa digolongkan ke dalam 3 bentuk yakni pasar khusus, pasar berkala dan pasar harian (Sadilah, dkk., 2011). Salah satu contoh pasar modern dan pasar tradisional di kota Makassar yang masih beroperasi sampai sekarang yaitu pasar modern Galael dan pasar tradisional Pannampu.

Pasar Pannampu ini pertama kali muncul di tahun 1986 atau setidaknya dibangun tahun 1980-an. Di Pasar Pannampu ini, ratusan pedagang dari segala penjuru Makassar baik yang bermotor, bergerobak, hingga memanggul jualannya. Tahun demi tahun setelah ditetapkan dahulu sebagai TPA (Tempat Pembangunan Akhir). Kemunculannya pertama kali bukan inisiatif pemerintah atau siapapun melainkan oleh para pedagang sendiri yang kemudian meramaikan area kecil. Sedangkan, Galael Signature bergerak di bidang usaha eceran atau retail yang menjual berbagai produk untuk kebutuhan sehari-hari berupa makanan, minuman, perkakas rumah tangga, berbagai keperluan untuk memasak, dan lainnya. Galael juga menyediakan fasilitas di dalam gerai bagi konsumen untuk bersantai berupa tempat duduk dan meja beserta berbagai jajanan layaknya di sebuah cafe. Pasar tersebut memiliki berbagai aspek keunikan tersendiri sehingga mampu menarik pelanggan yang berbeda juga. Perbedaan jenis pasar dalam transaksi jual beli daging ayam pedaging membuat lokasi penjualan daging ayam ras pedaging ini mudah diperoleh setiap golongan masyarakat. Menurut Burhanuddin (2011)

perbedaan segmentasi pasar lah yang membuat cara penjualan daging ayam tersebut menjadi bervariasi.

Salah satu aspek yang cukup berperan dalam penjualan ayam potong di pasar tradisional dan pasar modern yaitu harga, pendapatan, dan jumlah tanggungan keluarga. Faktor harga sangat berpengaruh dalam pembelian ayam potong mengingat harga menjadi ukuran konsumen dalam menilai mutu produk seperti barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal. Harga sangat erat kaitannya dengan pendapatan dari konsumen karena konsumen akan membeli kebutuhan disesuaikan dengan pendapatannya dan anggota keluarga dapat memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap pola konsumsi daging ayam potong. Keluarga yang memiliki tanggungan lebih banyak akan meningkatkan pengeluaran dalam pemenuhan kebutuhan hidup begitu pula sebaliknya. Menurut Kotler (2008) harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Pendapat ini didukung oleh Rasyaf (2000) yang menyatakan bahwa Semakin meningkatnya pendapatan masyarakat menyebabkan permintaan akan produk-produk yang bermutu tinggi semakin meningkat. Seiring dengan meningkatnya penghasilan masyarakat menyebabkan peningkatan pembelian terhadap suatu barang atau produk yang lebih baik.

Faktor harga, pendapatan, dan jumlah tanggungan keluarga mampu mempengaruhi permintaan ayam potong mengingat permintaan ayam potong tiap tahun meningkat mengikuti pertumbuhan penduduk untuk memenuhi kebutuhan

protein dari hewani. Pada penelitian ini akan mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen membeli ayam potong di Pasar Tradisional Pannampu Kota Makassar, seperti faktor harga ayam potong, pendapatan, jumlah tanggungan keluarga konsumen dan harga produk substitusi. Hal inilah yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian yang berjudul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Ayam Potong di Pasar Tradisional Pannampu dan Pasar Modern Gelael Kota Makassar”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, maka diperoleh rumusan masalah yaitu

1. Apakah terdapat perbedaan pengaruh faktor harga ayam potong, pendapatan dan jumlah tanggungan keluarga di Pasar Tradisional Pannampu dan Pasar Modern Gelael Kota Makassar?
2. Apakah terdapat perbedaan antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern terhadap permintaan ayam potong di Pasar Tradisional Pannampu dan Pasar Modern Gelael Kota Makassar?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor harga, pendapatan dan jumlah tanggungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap permintaan ayam potong di Pasar Tradisional Pannampu dan Pasar Modern Gelael Kota Makassar.

Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan dan informasi yang berguna bagi berbagai yang berkepentingan, antara lain :

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat permintaan ayam potong di Pasar Modern Gelael dan Pasar Tradisional pada sektor peternakan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis yang berhubungan tentang permintaan ayam potong.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai tingkat permintaan ayam potong di Pasar Moodern Gelael dan Pasar Tradisonal Pannampu, bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.
4. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola pasar agar lebih meningkatkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap permintaan ayam potong dari bebearapa atribut yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam melakukan pembelian ayam potong.

TINJAUAN PUSTAKA

Ayam Potong

Ayam potong yaitu ayam yang dipelihara khusus untuk dipotong menjadi daging. Sejak tahun 1980-an, ayam sudah sangat populer di Indonesia. Selama ini masyarakat Indonesia telah mengetahui bahwa ayam memiliki banyak keunggulan (Anita dan Wage, 2011). Ayam potong adalah jenis ternak unggas yang memiliki laju pertumbuhan cepat yakni pada umur 5 minggu telah di panen, sehingga memberikan kontribusi besar dalam memenuhi kebutuhan protein asal hewani bagi masyarakat Indonesia. Kebutuhan daging ayam setiap tahunnya mengalami peningkatan, dikarenakan harganya yang terjangkau di kalangan masyarakat (Umam, dkk., 2014). Peran usaha peternakan ayam potong dirasakan semakin penting dalam pembangunan. Terbukti tidak hanya dalam penyediaan protein hewani tetapi juga membangun ekonomi masyarakat (Rohani dan Muhammad, 2010).

Salah satu faktor penentu dalam keberhasilan suatu usaha peternakan seperti ayam potong adalah faktor pakan, disamping faktor genetik dan tata laksana. Pada umumnya masyarakat memilih ayam potong yaitu karena ayam potong memiliki bobot badan yang besar dengan presentase jumlah daging yang tinggi, sehingga berpengaruh pada tingginya permintaan ayam potong di pasar atau swalayan (Budiansyah, 2010).

Berkembangnya usaha ayam potong sangat bergantung pada aspek lain di luar budi daya, seperti perkembangan industri pakan, obat ternak, perusahaan

kemitraan, atau *poultry shop* (PS) maupun berkembangnya industri pengolahan daging ayam, restoran, dan rumah-rumah makan yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi permintaan kebutuhan akan daging ayam potong (Tamalluddin, 2014).

Komoditas ayam potong mempunyai prospek pasar yang sangat baik, hal ini didukung oleh karakteristik produk yang dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat Indonesia, harga relatif murah, dan mudah diperoleh karena sudah menyebar di seluruh wilayah tanah air. Meningkatnya jumlah penduduk, taraf pendidikan, dan pendapatan masyarakat turut memperlebar peluang usaha beternak ayam broiler. Dengan bertambahnya jumlah penduduk dan taraf pendidikan masyarakat, berarti kebutuhan konsumsi daging ayam potong akan semakin besar (Tamalluddin, 2014).

Perilaku Konsumen

Kebutuhan dan keinginan konsumen begitu bervariasi dan dapat berubah-ubah sewaktu-waktu atau sesuai kondisi yang ada karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Seorang pemasar mampu memahami perilaku konsumen dan keadaan sekitar supaya kegiatan pemasaran yang dilakukan dapat berjalan secara efektif dan efisien serta dapat menarik perhatian konsumen (Subianto, 2007).

Kegiatan pemasaran bertujuan untuk mempengaruhi konsumen sehingga tertarik untuk membeli barang yang dihasilkan oleh pemasar. Pemasar perlu mempelajari perilaku konsumen karena konsumen menjadi titik sentral perhatian pemasaran. Studi tentang konsumen menjadi dasar yang amat penting dalam manajemen pemasaran untuk merancang dan mengembangkan riset pemasarannya serta menetapkan segmentasi pemasaran (Setiadi, 2003).

Perilaku konsumen akan menentukan proses dalam pengambilan keputusan pembelian yang dilakukannya. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan perbedaan suatu produk kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Keinginan tiap konsumen berbeda oleh karena itu perlu dilakukan pengevaluasia dalam pengambilan keputusan membeli (Sutisna, 2000).

Setiap keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam pembelian memiliki beberapa faktor yakni faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal meliputi kelompok, kelas sosial, budaya, dan komunikasi. Sedangkan faktor internal meliputi motivasi, kepribadian, pembelanjaan, sikap dan persepsi konsumen (Setiadi, 2003).

Teori Permintaan

Teori permintaan menjelaskan tentang hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan harga barang tersebut. Istilah permintaan mempunyai arti tertentu yaitu selalu menunjukkan pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang ingin dibeli seseorang dan harga tersebut. Permintaan adalah berbagai jumlah (kuantitas) suatu barang dimana konsumen bersedia membayar pada berbagai alternatif barang (Bernamu, 2016).

Menurut Fattach (2017) menyatakan bahwa secara umum permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu. Besar kecilnya perubahan permintaan ditentukan oleh besar kecilnya perubahan harga. Jika ini terjadi maka berlaku perbandingan terbalik antara harga terhadap harga permintaan dan berbanding lurus dengan penawaran.

Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan diantara jumlah permintaan dan harga. Hukum permintaan pada hakekatnya merupakan suatu hipotesa yang menyatakan bahwa “Makin rendah harga sesuatu barang, makin banyak permintaan ke atas barang tersebut, sebaiknya makin tinggi harga sesuatu barang, makin sedikit permintaan ke atas barang tersebut”. Permintaan seseorang atau sesuatu masyarakat ke atas sesuatu barang ditentukan oleh banyak faktor diantaranya harga barang itu sendiri, umur konsumen, pendapatan konsumen, jumlah tanggungan keluarga konsumen, selera konsumen, harga produk distribusi, dan alasan pembelian konsumen (Sukirno, 2001).

Menurut Sukirno (2005) bahwa hukum permintaan pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Jika terdapat kenaikan harga, maka hal ini mengakibatkan permintaan menurun.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ayam Potong

Permintaan adalah jumlah suatu produk yang ingin dan mampu dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga dalam periode waktu tertentu. Permintaan dalam ilmu ekonomi yang umum dapat diartikan sebagai keinginan konsumen terhadap barang-barang tertentu yang diperlukan atau diinginkan atau dengan kata lain sejumlah produk barang atau jasa yang merupakan barang-barang ekonomi yang akan dibeli konsumen dengan harga tertentu dalam suatu waktu atau periode tertentu dan dalam jumlah tertentu (Yoeti, 2008).

Permintaan suatu barang atau jasa pada dasarnya dipengaruhi beberapa

faktor antara lain :

a. Harga Ayam Potong

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 atau jasa akan mempengaruhi banyak atau 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 negatif dengan harga (Pertiwi dan Eva, 2018).

Naik turunnya harga barang atau jasa akan mempengaruhi banyak atau sedikitnya terhadap barang yang diminta. Kuantitas akan menurun ketika harganya meningkat dan kuantitas yang di minta meningkat ketika harganya menurun, dapat dikatakan bahwa kuantitas yang diminta berhubungan negatif dengan harga (Djojodipuro, 1991).

Menurut Rohim (2017) bahwa harga daging ayam mempengaruhi secara nyata terhadap permintaan daging ayam broiler di kecamatan citeureup kabupaten bogor. Harga dapat mempengaruhi permintaan konsumen. Tinggi rendahnya harga ayam broiler akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli daging ayam broiler. Perubahan harga ayam broiler sangat responsif terhadap perubahan keputusan konsumen untuk membeli ayam. Artinya sedikit saja perubahan naik turun harga ayam broiler akan mengubah keputusan konsumen untuk membeli ayam. Penentu harga berguna untuk penentu kuat yang tepat dalam memasarkan ayam.

b. Pendapatan Konsumen

Pendapatan merupakan imbalan yang diterima seseorang dari pekerjaan yang dilakukannya. Besar kecilnya pendapatan yang diterima konsumen dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dan pekerjaannya. Pekerjaan akan mempengaruhi terhadap besar kecilnya pendapatan. Jumlah pendapatan akan menggambarkan besarnya daya beli seorang konsumen. Karena alasan inilah produsen perlu mengetahui pendapatan konsumen yang menjadi sasarannya (Sumarwan, 2004).

Tinggi atau rendahnya pendapatan masyarakat yang lebih rendah berarti bahwa secara total hanya ada uang yang sedikit untuk dibelanjakan, sehingga masyarakat akan membelanjakan lebih sedikit uang untuk beberapa dan mungkin pula terhadap sebagian besar barang. Jika permintaan terhadap suatu barang berkurang ketika pendapatan berkurang, barang tersebut dinamakan barang normal. Pendapatan seseorang akan mempengaruhi pilihan produk, pemasar produk yang peka terhadap pendapatan mengamati kecenderungan dalam pendapatan pribadi, tabungan dan tingkat minat (Setiadi, 2003).

Menurut Sugiarto (2005) menyatakan bahwa pendapatan memiliki pengaruh terhadap permintaan dilihat dari jenis barang yang diminta :

1. Barang inferior, adalah barang yang permintaannya berkurang bila pendapatan seseorang bertambah tinggi. Para pembeli yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi pengeluarannya untuk barang-barang inferior dan menggantikannya dengan barang yang lebih bermutu.
2. Barang esensial, adalah barang yang penting artinya dalam kehidupan sehari-hari. Secara umum permintaan terhadap barang esensial tidak akan berubah banyak dalam hubungan dengan perubahan pendapatan maupun

harganya mengingat volume kebutuhan akan barang tersebut tidak berubah banyak dalam kaitannya dengan harganya maupun pendapatan konsumen.

3. Barang normal, adalah barang yang mengalami kenaikan permintaan seiring dengan naiknya pendapatan seseorang. Sebaliknya, jumlah permintaannya berkurang bila pendapatan konsumen berkurang seperti pakaian dan perhiasan.
4. Barang mewah, adalah jenis barang yang dibeli orang apabila pendapatan mereka sudah relatif tinggi. Barang mewah biasanya dibeli masyarakat setelah kebutuhan primernya terpenuhi.

c. Jumlah Tanggungan Keluarga Konsumen

Jumlah anggota keluarga atau rumah tangga akan menentukan jumlah dan pola konsumsi pangan rumah tangga tersebut. Rumah tangga dengan dengan jumlah anggota keluarga yang lebih banyak akan membeli dan mengonsumsi pangan lebih banyak dibandingkan dengan rumah tangga dengan jumlah anggota keluarga yang lebih sedikit. Jumlah tanggungan keluarga dalam suatu kehidupan rumah tangga dapat mempengaruhi tingkat konsumsi yang harus dikeluarkan oleh rumah tangga yang bersangkutan karena berhubungan dengan kebutuhannya yang semakin banyak (Lestari, 2016).

Jumlah anggota keluarga mempengaruhi jumlah permintaan, di mana semakin banyak jumlah anggota keluarga konsumen maka jumlah permintaan semakin tinggi, sehingga jumlah anggota keluarga berpengaruh besar terhadap permintaan (Rahardja dan Manurung, 2001).

Penelitian Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pembelian Konsumen

Beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji mengenai permintaan konsumen dalam melakukan pembelian produk peternakan yaitu: Rohman (2012)

mengenai Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Daging Ayam Ras Pada Rumah Tangga Petani di Kecamatan Tawanmangu Kabupaten Karanganyar. Variabel pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, harga daging ayam, harga minyak goreng, harga telur ayam ras. Kelima variabel tersebut memiliki pengaruh yang nyata dalam menentukan permintaan konsumsi daging ayam bahwa secara parsial / sendiri-sendiri variabel independen, pendapatan rumah tangga (X1), jumlah anggota keluarga (X2), harga daging ayam (X3), harga minyak goreng (X4), harga telur ayam ras (X5), secara bersama tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan konsumsi daging ayam (Y), dimana ($t_{hitung} < t_{tabel}$). Sedangkan secara simultan serentak kelima variabel independen yaitu pendapatan rumah tangga (X1), jumlah anggota keluarga (X2), harga daging ayam (X3), harga minyak goreng (X4), harga telur ayam ras (X5) tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan konsumsi (Y) daging ayam ras dimana ($F_{hitung} > F_{tabel}$).

Amelia, dkk., (2018) mengenai Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Kampung di Pasar Tradisional Kota Surakarta. Variabel harga daging ayam kampung (X1), harga daging ayam broiler (X2), umur (X3) pendapatan (X4). pendidikan (X5), jumlah anggota keluarga (X6), Keenam variabel tersebut memiliki pengaruh yang nyata dalam menentukan permintaan daging ayam kampung bahwa secara parsial/sendiri-sendiri variabel independen harga daging ayam kampung (X1), harga daging ayam broiler (X2), umur (X3) pendapatan (X4). pendidikan (X5), jumlah anggota keluarga (X6), secara bersama memberikan pengaruh yang nyata terhadap permintaan (Y) daging ayam dimana ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Sedangkan secara simultan/ serentak kelima variabel harga

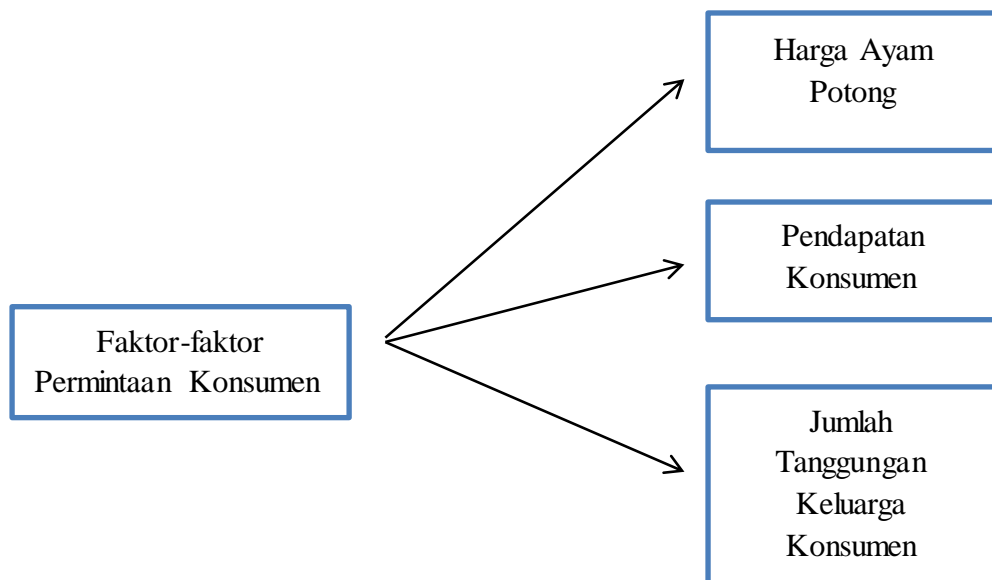
daging ayam kampung (X1), harga daging ayam broiler (X2), umur (X3), pendapatan (X4), pendidikan (X5), jumlah anggota keluarga (X6) secara bersama memberikan pengaruh yang nyata terhadap permintaan (Y) daging ayam dimana ($F_{hitung} > F_{tabel}$).

Hajjis (2018) mengenai Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Broiler di Kota Pematangsiantar. Variabel harga daging ayam broiler (X1), umur (X2), jumlah anggota keluarga (jiwa) (X3), pendapatan keluarga (X4), harga telur ayam ras (X5). Kelima variabel tersebut memiliki pengaruh yang nyata dalam menentukan permintaan daging ayam broiler bahwa secara parsial/sendiri-sendiri variabel independen harga daging ayam broiler (X1), umur (X2), jumlah anggota keluarga (jiwa) (X3), pendapatan keluarga (X4), harga telur ayam ras (X5), secara bersama memberikan pengaruh yang nyata terhadap permintaan (Y) daging ayam dimana ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Sedangkan secara simultan/ serentak kelima variabel independen (harga daging ayam broiler (X1), umur (X2), jumlah anggota keluarga (jiwa) (X3), pendapatan keluarga (X4), harga telur ayam ras berpengaruh nyata.

Kerangka Pikir

Menurut Hajjis (2018) bahwa permintaan daging ayam broiler di kota Pematangsiantar dipengaruhi oleh harga daging ayam broiler, usia, jumlah anggota keluarga, penghasilan keluarga tingkat pendidikan dan harga telur. Menurut Tampubolon (2016) bahwa Perilaku konsumen terhadap permintaan telur di kota pematangsiantar secara serentak dipengaruhi oleh pendapatan, jumlah tanggungan, pendidikan, harga, umur dan harga komoditi pengganti.

Proses keputusan konsumen dalam mengambil keputusan dalam pembelian ayam potong dipengaruhi oleh harga ayam potong, pendapatan konsumen dan jumlah tanggungan keluarga konsumen ayam potong maka ayam potong tersebut dapat dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya. Sehingga dari keputusan membeli ayam potong tersebut dapat dilihat bagaimana faktor-faktor tersebut memberi pengaruh terhadap permintaan. Secara skematis, kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir