FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI JUMLAH PEMBELIAN TELUR AYAM RAS OLEH KONSUMEN DI PASAR RAKYAT BUA, KECAMATAN BUA, KABUPATEN LUWU

SKRIPSI

AKSA IMRAN
I011 20 1155

FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI JUMLAH PEMBELIAN TELUR AYAM RAS OLEH KONSUMEN DI PASAR RAKYAT BUA, KECAMATAN BUA, KABUPATEN LUWU

SKRIPSI

AKSA IMRAN
I011 20 1155

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

FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aksa Imran

NIM : I011 20 1155

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul: **Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Pembelian Telur Ayam Ras oleh Konsumen di Pasar Rakyat Bua, Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu** adalah asli.

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

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 27 Mei 2024

Peneliti

Aksa Imran

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Pembelian Telur ayam Ras oleh Konsumen di Pasar Rakyat Bua, Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu.**

Nama : **Aksa Imran**

Nim : **I011 20 1155**

Skripsi ini Telah Diperiksa dan Disetujui oleh :

Prof. Dr. Ir. Hastang, M.Si., IPU	**Dr. Ir. H. Ilham Rasyid, M.Si., IPM., ASEAN Eng**
Pembimbing Utama	Pembimbing Pendamping

Dr. Agr. Ir. Renny Fatmyah Utamy, S.Pt., M. Agr., IPM
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 27 Mei 2024

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan makalah skripsi dengan judul "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Pembelian Telur Ayam Ras Oleh Konsumen Di Pasar Rakyat Bua, Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu**" hingga selesai dengan waktu yang sudah ditetapkan.

Penulis menyadari bahwa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, dari masa perkulihan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah membantu bagi penulis untuk menyelesaikannya, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan segala keikhlasan dan kerendahan hati kepada :

1. Kepada kedua orang tua saya Bapak **IMRAN**, dan Ibu **RAHMATAENI** dengan segala rasa bersyukur dan beribu ucapan terima kasih atas segala yang telah diberikan, baik dukungan moral maupun materi. Dua manusia hebat yang tidak mempunyai gelar dan pangkat, tetapi mampu mengantarkan putranya menjadi seorang sarjana. Ucapan terima kasih kepada saudara saya **DHIKA IMRAN,S.M**, **IIN IMRAN** dan **EEL IMRAN** yang telah memberikan dukungan dan doa sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. **Prof. Dr. Ir. Jamaludin Jompa, M.Sc.** selaku Rektor Universitas Hasanuddin

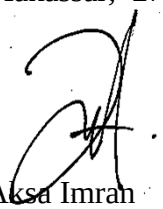
3. **Dr. Syahdar Baba, S.Pt. M. Si.** selaku dekan Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin, seluruh **Wakil Dekan** Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin, seluruh **Bapak/Ibu Dosen Pengajar** yang telah melimpahkan ilmunya dan **Staf Pegawai** Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.
4. **Prof. Dr. Ir. Hastang, M.Si, IPU** selaku dosen pembimbing utama dan **Dr. Ir. H. Ilham Rasyid, M.Si., IPM., ASEAN Eng** Selaku dosen pembimbing pendamping yang telah membimbing dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. **Dr.Ir. Kasmiyati Kasim, S.Pt., M.Si** dan **Vidyahwati Tenrisanna, S.Pt., M.Ec., Ph.D** selaku tim penguji, terima kasih telah meluangkan waktunya untuk memberikan pendapat, kritik dan saran bagi penulis untuk penyelesain skripsi ini.
6. **Halisa**, selaku sahabat dan pacar penulis yang selalu membersamai penulis selama penyusunan skripsi ini , yang memberikan dorongan dan semangat serta dukungan yang sangat berarti bagi penulis. Terima kasih telah menjadi *support system* yang tidak semua orang bisa melakukannya. Mari tetap saling membersamai sampai batas waktu yang tidak ditentukan.
7. Rekan - rekan mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin angkatan 2020 (**CROWN20**), **UKM KOMPAS-UH**, **HIMSENA-UH**, dan **HMI KOMISARIAT PETERNAKAN**.

Dengan sangat rendah hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik serta saran pembaca sangat

diharapkan demi perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan nantinya. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat kepada kita semua. Aamiin

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 27 Mei 2024



Aksa Imran

ABSTRAK

Aksa Imran (I011021155). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Pembelian Telur Ayam Ras Oleh Konsumen Di Pasar Rakyat Bua, Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu. Pembimbing Utama**: Hastang** dan Pembimbing anggota : **Ilham Rasyid**.

Telur ayam merupakan salah satu sumber protein hewani yang memiliki nilai gizi yang baik dan lebih murah dibandingkan produk ternak yang lain, sehingga dapat menjangkau masyarakat di Indonesia. Hampir semua jenis lapisan masyarakat dapat mengkonsumsi jenis makanan ini sebagai sumber protein hewani. Harapan dari penjual telur ayam ras di Pasar Rakyat Bua, adanya peningkatan dalam jumlah pembelian atau permintaan telur ayam ras, namun pada kenyataannya tidak sesuai apa yang diharapkan oleh penjual telur ayam ras yaitu jumlah pembelian telur ayam ras yang tidak menentu dalam hal ini mengalami fluktuatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor harga, jumlah tanggungan keluarga, jarak lokasi, selera konsumen, dan pendapatan terhadap jumlah pembelian telur ayam ras di Pasar Rakyat Bua, Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2023 - Januari 2024 bertempat di Pasar Rakyat Bua, Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatori. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan kepustakaan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis regresi linear berganda dengan bantuan *software* SPSS. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukan bahwa faktor harga, jumlah tanggungan keluarga, jarak lokasi, pendapatan dan selera secara parsial berpengaruh signifikan terhadap jumlah pembelian telur ayam ras di Pasar Rakyat Bua. Secara simultan (serempak) menunjukkan bahwa faktor harga telur ayam ras, jumlah tanggungan keluarga, jarak lokasi, pendapatan dan selera berpengaruh signifikan terhadap pembelian telur ayam ras di Pasar Rakyat Bua.

Kata Kunci : Pembelian, Telur, Pasar Rakyat Bua

ABSTRACT

Aksa Imran (I011021155). Factors Affecting the Number of Purchases of Broiler Eggs by Consumers at the Bua People's Market, Bua District, Luwu Regency. Main Advisor: **Hastang** and member supervisor: **Ilham Rashid**.

Chicken eggs are a source of animal protein that has good nutritional value and is cheaper than other livestock products, so it can reach people in Indonesia. Almost all types of people can consume this type of food as a source of animal protein. The expectation of the purebred chicken egg seller at the Bua People's Market is that there will be an increase in the number of purchases or demand for purebred chicken eggs, but in reality it does not match what is expected by the purebred chicken egg seller, namely the number of purchases of purebred chicken eggs which is uncertain in this case fluctuating. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of price factors, number of family dependents, location distance, consumer tastes, and income on the number of purchases of purebred chicken eggs at the Bua People's Market, Bua District, Luwu Regency. This research was conducted in December 2023 - January 2024 at the Bua People's Market, Bua District, Luwu Regency. The type of research used is explanatory quantitative. The sample in this study amounted to 100 people. Data collection was done through observation, interviews and literature. Data analysis used in this study is multiple linear regression analysis. Data collection is done through observation, interviews and literature. The data analysis used in this research is multiple linear regression analysis with the help of SPSS software. The results obtained showed that the price factor, number of family dependents, location distance, income and taste partially had a significant effect on the number of purchases of purebred chicken eggs at the Bua People's Market. Simultaneously (simultaneously) shows that the factors of broiler egg price, number of family dependents, location distance, income and taste have a significant effect on the purchase of broiler eggs at the Bua People's Market.

Keywords: Purchase, Eggs, Bua People's Market

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGAJUAN ii

PERNYATAAN KEASLIAN iii

HALAMAN PENGESAHAN iv

KATA PENGANTAR v

ABSTRAK viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Tujuan Penelitian 4
1.4 Manfaat Penelitian 4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 5

2.1 Tinjauan Umum Teori Konsumsi 5
2.2 Tinjauan Umum Teori Permintaan 6
2.3 .Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian 8
2.4 Hipotesis 14
2.5 Penelitian Terdahulu 15
2.6 Kerangka Pemikiran 16

BAB III METODE PENELITIAN 17

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 17
3.2 Jenis Penelitian 17
3.3 Jenis dan Sumber Data 17
3.4 Populasi dan Sampel 18
3.5 Metode Pengumpulan Data 20
3.6 Analisis Data 20
3.7 Konsep Operasional 22

BAB IV KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN 24

4.1 Letak Wilayah, Keadaan Geografis dan Iklim 24
4.2 Jumlah Penduduk 25
4.3 Mata Pencaharian Penduduk 25
4.4 Pendapatan Perkapita Penduduk 26
4.5 Gambaran Umum Pasar Rakyat Bua 27

BAB V KEADAAN UMUM RESPONDEN 28

5.1 Umur 28
5.2 Jenis Kelamin 29
5.3 Tingkat Pendidikan 29
5.4 Jenis Pekerjaan 31

BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN 33

6.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Pembelian Telur Ayam Ras di Pasar Rakyat Bua 33
6.2 Uji Normalitas 39
6.3 Analisis Persamaan Regresi Linear Berganda 40
6.4 Koefisien Korelasi 41
6.5 Pengujian Hipotesis 42
6.6 Koefisien Determinasi (R^2) 46

BAB VII PENUTUP 47

7.1 Kesimpualan 47
7.2 Saran 47

DAFTAR PUSTAKA 48

LAMPIRAN 51

BIODATA PENELITI 65

DAFTAR TABEL

No.	*Teks*	Halaman
1.	Data Konsumsi Telur Ayam Ras di Kabupaten Luwu 2019-2023	2
2.	Jumlah Penduduk Kecamatan Bua Tahun 2023	25
3.	Pekerjaan Utama Penduduk Kabupaten Luwu Tahun 2023	26
4.	Pendapatan Perkapita Penduduk Kabupaten Luwu	26
5.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	28
6.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
7.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	30
8.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	31
9.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Harga Telur Ayam Ras	33
10.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga	34
11.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jarak Lokasi	35
12.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan	36
13.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Selera Konsumen	37
14.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pembelian Telur.....	38
15.	Hasil Regresi Linear Berganda	40
16.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
17.	Hasil Uji t Secara Parsial	42
18.	Hasil Uji f Secara Simultan.....	45

DAFTAR GAMBAR

No *Teks* Halaman

1. Kurva Permintaan 7
2. Kerangka Fikir 16
3. Grafik *Histogram* Jumlah Pembelian Telur Ayam Ras 39
4. Grafik *Normal P-P Plot* Jumlah Pembelian Telur Ayam Ras 39

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha ternak ayam ras petelur memiliki prospek yang besar untuk dikembangkan di Kabupaten Luwu, terutama jika ditinjau dari aspek masyarakat akan kebutuhan gizi. Telur ayam merupakan salah satu sumber protein hewani yang memiliki nilai gizi yang baik dan lebih murah dibandingkan produk ternak yang lain, sehingga dapat menjangkau masyarakat di Indonesia. Komposisi zat gizi telur ayam yang lengkap dan harganya yang relatif terjangkau membuat telur ayam sebagai pilihan bahan makanan sumber zat gizi untuk meningkatkan kualitas dan kesehatan tubuh masyarakat. Harga telur ayam yang relatif terjangkau mendorong konsumen dalam melakukan pembelian telur ayam (Ajizah, dkk., 2018)

Telur merupakan salah satu hasil produk peternakan yang dihasilkan oleh ternak unggas. Telur banyak mengandung nutrisi diantaranya lemak, protein, serta kandungan nutrisi lainnya yang sangat penting bagi tubuh, selain itu telur mudah diperoleh dan harganya murah. Telur sangat baik dikonsumsi oleh anak-anak, ibu hamil maupun menyusui, maupun oleh orang yang sedang dalam masa penyembuhan setelah sakit, dengan demikian, telur memiliki manfaat yang sangat besar dalam kehidupan manusia. Telur ayam ras merupakan salah satu bahan makanan yang bernilai gizi tinggi karena mengandung zat-zat makanan yang dibutuhkan oleh tubuh manusia. Sebutir telur didapatkan gizi yang cukup 2 sempurna karena mengandung zat-zat gizi yang lengkap dan mudah dicerna.

Kandungan protein kuning telur yaitu sebanyak 16,5% dan pada putih telur sebanyak 10,9% (Ishak, 2021).

Hampir semua jenis lapisan masyarakat dapat mengkonsumsi jenis makanan ini sebagai sumber protein hewani. Hal ini disebabkan telur merupakan salah satu bentuk makanan yang mudah diperoleh dan mudah pula cara pengolahannya, hal ini menjadikan telur merupakan jenis bahan makanan yang selalu dibutuhkan dan dikonsumsi secara luas oleh masyarakat, yang pada akhirnya kebutuhan telur juga akan terus meningkat (Primaditya, dkk., 2015).

Data konsumsi telur ayam ras selama 5 tahun terakhir di Kabupaten luwu tahun 2019-2023 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Konsumsi Telur Ayam Ras di Kabupaten Luwu 2019-2023 .

No.	Uraian	Konsumsi (Kg/Kap/Tahun)				
		2019	2020	2021	2022	2023
1.	Telur Ayam Ras	3,94	3,03	4,42	5,28	5,13
	Jumlah	3,94	3,03	4,42	5,28	5,13

Sumber : Statistik Kesejahteraan Kabupaten Luwu, 2023.

Berdasarkan Tabel 1, diperoleh data bahwa konsumsi telur ayam ras di Kabupaten Luwu dari tahun 2019 sampai tahun 2023, cenderung mengalami fluktuatif dengan tingkat konsumsi terendah terjadi pada tahun 2020 yaitu 3,03 konsumsi (Kg/Kap/Tahun), hal ini sebabkan karena pada tahun tersebut terjadi gejala virus COVID-19 yang dapat mempengaruhi setiap peternakan ayam petelur terutama pada produktivitasnya dan tertinggi terjadi pada tahun 2022 yaitu 5,28 konsumsi (Kg/Kap/Tahun). Hal ini tidak sejalan dengan permintaan telur yang diharapkan mengalami peningkatan dari tahun ketahun. Permintaan seseorang pada suatu barang ditentukan oleh banyak faktor yaitu harga, pendapatan, jumlah tanggungan keluarga, selera konsumen dan jarak lokasi (Sukirno, 2005).

Salah Satu tempat konsumen melakukan pembelian telur ayam berada di pasar. Kabupaten luwu adalah kabupaten yang memiliki cukup banyak pasar dan salah satu yang terbesar yaitu pasar yang berada di Kecamatan Bua yang Bernama Pasar Rakyat Bua. Pasar Rakyat Bua merupakan salah satu pasar yang sangat ramai dikunjungi oleh masyarakat yang berada di Kecamatan Bua atau masyarakat yang berada di luar Kecamatan Bua. Pasar ini beroperasi pada hari selasa, kamis, dan sabtu serta terdapat banyak penjual yang melakukan penjualan produk peternakan seperti daging, telur, dan susu. Masyarakat dalam kesehariannya pasti membutuhkan asupan makanan yang bergizi tinggi untuk menjalankan aktivitas sehari-hari. Terkhusus pada masyarakat dimana untuk menunjang suatu pertumbuhan salah satu sumber makanan yang dibutuhkan berasal dari sumber protein hewani. Produk peternakan yang tergolong murah dan sangat mudah didapatkan seperti telur, banyak diminati oleh kalangan masyarakat.

Harapan dari penjual telur ayam ras di Pasar Rakyat Bua, adanya peningkatan dalam jumlah pembelian atau permintaan telur ayam ras, namun pada kenyataannya tidak sesuai apa yang diharapkan oleh penjual telur ayam ras yaitu jumlah pembelian telur ayam ras yang tidak menentu dalam hal ini mengalami fluktuatif, oleh karena itu dengan berlandaskan masalah tersebut, maka kami selaku peneliti ingin melakukan penelitian dengan melakukan pendekatan serta pengalaman teori yang dipelajari meliputi : harga, pendapatan, jumlah tanggungan, jarak lokasi, dan selera konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ”**Faktor-Faktor yang**

Mempengaruhi Jumlah Pembelian Telur Ayam Ras di Pasar Rakyat Bua, Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu".

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh faktor harga, jumlah tanggungan keluarga, jarak lokasi, selera konsumen, dan pendapatan terhadap jumlah pembelian telur ayam ras di Pasar Rakyat Bua, Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor harga, jumlah tanggungan keluarga, jarak lokasi, selera konsumen, dan pendapatan terhadap jumlah pembelian telur ayam ras di Pasar Rakyat Bua, Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain:

1. Sebagai bahan informasi dan pertimbangan bagi pihak pemerintah dalam mengambil kebijakan pengembangan kegiatan yang berhubungan dengan perilaku konsumen.
2. Bahan pembanding atau pustaka bagi peneliti selanjutnya yang relevan dengan penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Konsumen

Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan pada mereka, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi (Rosmawati, 2018). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1998 tentang Perlindungan Konsumen, mendefinisikan konsumen sebagai setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk di perdagangkan.

Perilaku konsumen merupakan proses-proses yang terjadi saat individu atau kelompok menyeleksi, membeli, menggunakan atau menghentikan pemakaian produk, jasa, ide atau pengalaman dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan keinginan tertentu. Kebutuhan dan keinginan konsumen sangat bervariasi dan dapat berubah-ubah karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Faktor-faktor tersebut tidak dapat sepenuhnya dikendalikan oleh pemasar, akan tetapi harus diperhitungkan. Oleh karena itu, seorang pemasar perlu untuk memahami perilaku konsumen agar kegiatan pemasaran yang dilaksanakan dapat berjalan secara efektif dan efisien (Taan, 2017)

Menurut Firmansyah (2018) pada dasarnya perilaku konsumen secara umum dibagi menjadi dua yaitu perilaku konsumen yang bersifat rasional dan irasional. Perilaku konsumen yang bersifat rasional adalah tindakan perilaku

konsumen dalam pembelian suatu barang dan jasa yang mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum, yaitu seperti tingkat kebutuhan mendesak, kebutuhan utama/primer, serta daya guna produk itu sendiri terhadap konsumen pembelinya, sedangkan perilaku konsumen yang bersifat rasional adalah perilaku konsumen yang mudah terbujuk oleh iming-iming diskon atau marketing dari suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan.

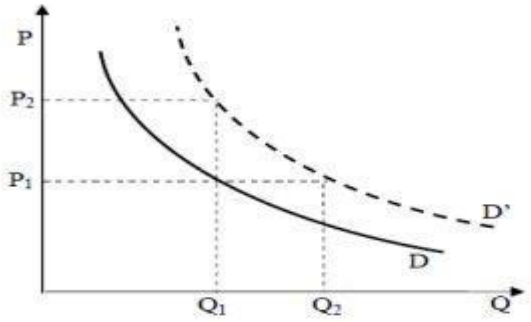
2.2 Teori Permintaan

Permintaan adalah keinginan yang disertai dengan kesediaan serta kemampuan untuk membeli barang yang bersangkutan. Setiap orang boleh saja ingin kepada apapun yang diinginkannya, tetapi jika keinginannya ini tidak ditunjang dengan kesediaan membeli serta kemampuannya untuk membeli, maka keinginannya itu pun hanya akan tinggal keinginan saja. Oleh karena itu, keinginan tidak berpengaruh terhadap harga dan permintaan memiliki pengertian yang lebih dalam daripada keinginan. Permintaan akan suatu jenis barang adalah jumlah barang itu yang pembeli bersedia membelinya pada tingkat harga yang berlaku pada suatu pasar tertentu pula (Talinusa, dkk., 2019)

Permintaan (demand) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang atau jasa yang akan dibeli orang dan harga barang atau jasa tersebut. Permintaan adalah jumlah dari suatu barang atau jasa yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama atau ceteris paribus (Gilarso, 2007).

Teori permintaan menerangkan tentang sifat permintaan para pembeli terhadap suatu barang. Teori permintaan menerangkan tentang ciri-ciri

hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Adapun hukum permintaan adalah semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut dan sebaliknya apabila semakin tinggi harga suatu barang tersebut maka semakin sedikit permintaan terhadap barang itu.



Gambar 1. Kurva permintaan (Mankiw, 2003).

Kurva permintaan menunjukkan hubungan antara jumlah (kuantitas) barang yang diinginkan dan harga barang, dengan asumsi variabel lain konstan. Kurva permintaan berbentuk miring ke bawah (downward – sloping) karena harga barang yang lebih tinggi mendorong konsumen beralih ke barang lain atau mengkonsumsi lebih sedikit barang tersebut (Mankiw, 2003).

2.2.1 Hukum Permintaan

Hukum permintaan adalah pertalian harga dan permintaan yang berbanding terbalik (negatif) menimbulkan konsekuensi bahwa pada tingkat harga yang lebih tinggi, jumlah barang yang diminta akan semakin berkurang" Atau sebaliknya "pada tingkat harga yang lebih rendah, jumlah barang yang diminta akan semakin bertambah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah yang diminta berhubungan terbalik (inverse) dengan harga barang tersebut. Penyebab utama berlakunya hukum permintaan ini karena terbatasnya pendapatan konsumen. Hubungan

terbalik antara harga dan kuantitas yang diminta dapat dijelaskan sebagai berikut (Joerson dan Fathorrozi, 2003):

a. Jika harga barang naik, pendapatan konsumen yang tetap merupakan kendala bagi konsumen untuk melakukan pembelian yang lebih banyak.
b. Jika harga suatu barang naik, konsumen akan mencari barang pengganti.

Sifat hubungan jumlah permintaan dan tingkat harga seperti itu disebabkan karena yang pertama adanya kenaikan harga yang menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga, sebaliknya, apabila harga turun maka orang mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga. kedua, kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil para pembeli berkurang. Pendapatan yang merosot tersebut memaksa para pembeli untuk mengurangi pembeliannya terhadap berbagai jenis barang, dan terutama barang yang mengalami kenaikan harga (Sukirno, 2005).

2.3 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian

Pembelian adalah jumlah dari suatu barang atau jasa yang mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga selama waktu tertentu, hal ini sama dengan permintaan suatu barang (Gilarso, 2007). Mankiw (2003), menyatakan bahwa faktor-faktor atau variabel yang mempengaruhi permintaan suatu barang adalah harga, pendapatan konsumen, jumlah konsumen, selera konsumen, dan ramalan mengenai keadaan di masa akan datang.

2.3.1 Harga

Permintaan konsumen dapat dipengaruhi oleh harga, harga barang yang akan dibeli (P), harga barang pengganti (*price of substitution product, Ps*) maupun harga barang pelengkap (*price of complementary product, Pc*). Konsumen akan membatasi pembelian jumlah barang yang diinginkan bila harga barang terlalu tinggi, bahkan ada kemungkinan konsumen memindahkan konsumsi dan pembeliannya kepada barang pengganti (barang substitusi) yang lebih murah harganya. Harga barang pelengkap juga akan mempengaruhi keputusan seorang konsumen untuk membeli atau tidak membeli barang utamanya, bila permintaan barang utama meningkat, maka permintaan barang penggantinya akan menurun dan sebaliknya.

2.3.2 Pendapatan Konsumen

Konsumen tidak akan dapat melakukan pembelian barang kebutuhan bila pendapatan tidak ada atau tidak memadai. Perubahan pendapatan akan mendorong konsumen untuk mengubah permintaan akan barang kebutuhannya. Berdasarkan sifat perubahan permintaan terhadap berbagai barang apabila terjadi perubahan pendapatan, dapat dibedakan dalam beberapa golongan, antara lain :

a. Barang Esensial (essential goods) adalah barang yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, sehingga kebutuhan atau permintaan akan barang ini tidak akan berubah walaupun terjadi perubahan pendapatan.
b. Barang Normal (normal goods) adalah barang yang permintaannya berhubungan lurus dengan pendapatan konsumen. Bila pendapatan konsumen meningkat, maka permintaan akan barang tersebut juga meningkat dan sebaliknya, bila

pendapatan konsumen menurun, maka permintaan barang tersebut juga menurun.

c. Barang Inferior (inferior goods) adalah barang yang permintaannya berhubungan terbalik dengan pendapatan konsumen. Bila pendapatan konsumen meningkat maka permintaan akan barang tersebut akan menurun dan sebaliknya, bila pendapatan konsumen menurun maka permintaan akan barang tersebut meningkat.

2.3.3 Jumlah Konsumen

Pertambahan jumlah konsumen, misalnya jumlah penduduk, tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan jumlah permintaan suatu barang. Akan tetapi pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan kesempatan kerja. Dengan demikian akan lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan hal ini juga akan menambah daya beli masyarakat. Pertambahan daya beli masyarakat akan menambah permintaan.

2.3.4 Selera Konsumen

Perubahan selera dapat termanifestasikan ke dalam perilaku pasar. Perubahan selera konsumen bisa ditunjukkan oleh perubahan bentuk atau posisi dari indifference map, tanpa ada perubahan harga barang maupun pendapatan, permintaan akan suatu barang akan suatu barang dapat berubah karena perubahan selera.

2.3.5 Ramalan Mengenai Keadaan Di Masa Yang Akan Datang

Perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan pada masa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Ramalan para konsumen bahwa

harga-harga akan naik pada masa depan akan mendorong konsumen membeli lebih banyak untuk menghemat pengeluaran pada masa yang akan datang.

Secara umum permintaan akan suatu barang tidak hanya dipengaruhi oleh barang itu sendiri, tetapi dipengaruhi pula oleh harga barang lain yang berkaitan, pendapatan konsumen, jumlah penduduk dan jumlah permintaan pada tahun sebelumnya.

Sukirno (2005), menyatakan bahwa permintaan seseorang atau masyarakat kepada suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Di antara faktor-faktor tersebut adalah seperti yang dinyatakan berikut ini :

1. Harga Barang Itu Sendiri

   Dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. Sifat hubungan seperti itu disebabkan karena kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga. Sebaliknya, apabila harga turun maka orang mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga. Yang kedua, kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil para pembeli berkurang.

2. Harga Barang-Barang Lain

   Hubungan antara sesuatu barang dengan berbagai jenis-jenis barang lainnya dapat dibedakan kepada tiga golongan, yaitu:

   a. Barang lain itu merupakan barang pengganti.
   b. Barang lain itu merupakan barang pelengkap.
   c. Barang tidak mempunyai kaitan sama sekali (barang netral).

3. Pendapatan Para Pembeli

Pendapatan para pembeli merupakan faktor yang penting dalam menentukan corak permintaan terhadap berbagai barang. Perubahan pendapatan selalu menimbulkan perubahan terhadap permintaan berbagai jenis barang. Berdasarkan kepada sifat perubahan permintaan yang berlaku apabila pendapatan berubah, berbagai barang dapat dibedakan menjadi empat golongan: barang inferior, barang esensial, barang normal dan barang mewah.

4. Cita Rasa Masyarakat

Cita rasa mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang. Pada tahun 1960-an sedikit sekali orang yang suka menggunakan mobil buatan Jepang. Tetapi semenjak tahun 1970-an suasananya sudah sangat berubah. Diberbagai Negara di dunia didapati mobil buatan Jepang semakin populer dan banyak digunakan orang, akibatnya permintaan terhadap mobil-mobilan buatan Amerika dan Eropa sangat merosot. Contoh ini menggambarkan bagaimana perubahan cita rasa masyarakat dapat mempengaruhi permintaan berbagai jenis barang.

5. Jumlah Penduduk

Pertambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan tetapi biasanya pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja, dengan demikian lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan ini menambah daya beli dalam masyarakat. Pertambahan daya beli ini akan menambah permintaan.

6. Ekspektasi Tentang Masa Depan

Perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan pada masa akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Ramalan para konsumen bahwa harga-harga akan menjadi bertambah tinggi pada masa depan akan mendorong mereka untuk membeli lebih banyak pada masa kini, untuk menghemat pengeluaran pada masa depan yang akan datang. Sebaliknya, ramalan bahwa lowongan kerja akan bertambah sukar diperoleh dan kegiatan ekonomi akan mengalami resesi, akan mendorong orang lebih berhemat dalam pengeluarannya dan mengurangi permintaan.

Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut (Sukirno, 2008). Permintaan seseorang atau masyarakat terhadap suatu barang atau jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

1. Harga barang itu sendiri

   Harga barang mempengaruhi kuantitas permintaan barang tersebut, seperti menurut Djojodipuro (1999) 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. Jadi, hubungan antara pendapatan dengan jumlah barang yang diminta adalah positif (Kusumosuwidho, 1990)

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 (Sukirno, 2008).

4. Harga komoditi lain (barang substitusi)

   Untuk dua barang yang mempunyai hubungan saling menggantikan, jika harga barang dimaksud mengalami kenaikan maka jumlah yang diminta akan barang pengganti justru akan meningkat. Pengaruh substitusi (substitution effect), jika harga suatu barang naik maka orang akan mencari barang lain yang fungsinya sama, tetapi harganya lebih murah. Sehingga harga barang substitusi berpengaruh positif terhadap permintaan suatu barang (Ida, 2009).

2.4 Hipotesis

H0 : Faktor harga, jumlah tanggungan keluarga, jarak lokasi, selera konsumen, dan pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah pembelian telur ayam ras di Pasar Rakyat Bua, Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu

H1 : Faktor harga, jumlah tanggungan keluarga, jarak lokasi, selera konsumen, dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap jumlah pembelian telur ayam ras di Pasar Rakyat Bua, Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu

2.5 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini yang dijadikan acuan adalah Penelitian yang dilakukan oleh Hastang, dkk., (2011) yang berjudul " Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Permintaan Telur Ayam Ras oleh Konsumen di Pasar Pabaeng–Baeng Makassar" secara parsial faktor pendapatan mempengaruhi jumlah permintaan telur ayam ras sedangkan jumlah keluarga dan harga telur ayam ras tidak mempengaruhi jumlah permintaan telur ayam ras, secara serempak faktor harga, pendapatan dan jumlah anggota keluarga mempengaruhi jumlah permintaan telur ayam ras di Pasar Pabaeng-Baeng, Makassar.

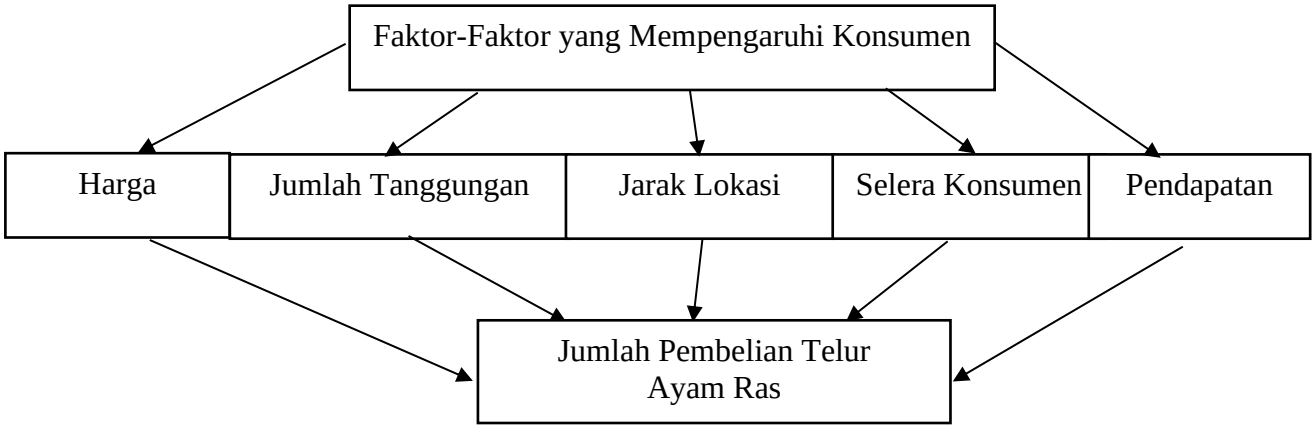
Muhammad, dkk., (2014) melakukan penelitian dengan judul "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Pembelian Telur Ayam Ras di Pasar Terong, Kota Makassar". Penelitian ini merupakan jenis Penelitian Kuantitatif eksplanatori. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa harga, kualitas telur, kualitas pelayanan, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap jumlah pembelian telur, namun secara parsial kualitas pelayanan tidak

berpengaruh signifikan terhadap jumlah pembelian telur di Pasar Terong, Kota Makassar

2.6. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah konsep untuk mengungkapkan dan menentukan persepsi dan keterkaitan antara variabel yang akan diteliti diuraikan dengan kajian teori tersebut. Mengacu pada teori yang ada, maka faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian telur ayam ras yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga, jumlah tanggungan keluarga, pendapatan, selera konsumen dan jarak lokasi. Tinggi rendahnya harga telur ayam ras dapat mempengaruhi seseorang untuk memutuskan apakah seseorang akan mengkonsumsi telur tersebut. Jumlah keluarga yang banyak juga dapat mempengaruhi tinggi rendahnya pembelian akan telur ayam ras. Selera konsumen dapat mempengaruhi pembelian yang dilihat dari tingkat kesukaan. Selain itu jumlah pembelian dipengaruhi oleh pendapatan seseorang begitu juga dengan jarak lokasi, seseorang dapat mempertimbangkan jauh dekatnya lokasi untuk membeli sebuah produk.

Kegiatan penelitian yang dilakukan tergambar di dalam kerangka pemikiran:



Gambar 2. Kerangka Pikir