



ANALISA MOTIF PETERNAK DALAM
PEMBELIAN BIBIT AYAM PEDAGING UMUR
SEHARI (DOC) DI KECAMATAN BANTIMURUNG
KABUPATEN MAROS

SKRIPSI

Oleh

MUHAMMAD ALI AKIB



PUSAT PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS HASANUDDIN	
Tgl. Dik. dan Dik.	24 September 1998
Desk. dan Jud.	Fak. Peternakan
Isi	1 (satu) ths
Harga	Haliah
No. Inventaris	99 05 1717
No. Koleksi	

FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
UJUNG PANDANG
1998

**ANALISA MOTIF PETERNAK DALAM
PEMBELIAN BIBIT AYAM PEDAGING UMUR
SEHARI (DOC) DI KECAMATAN BANTIMURUNG
KABUPATEN MAROS**

**OLEH
MUHAMMAD ALI AKIB**

**Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Fakultas Peternakan Univerisitas Hasanuddin**

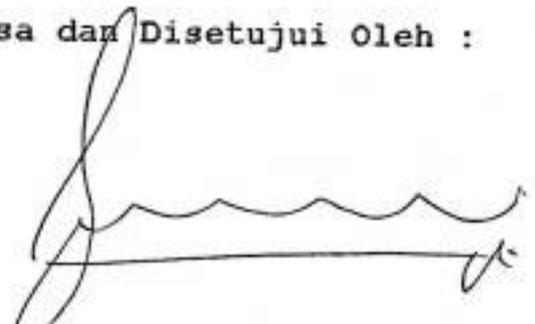
**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
UJUNG PANDANG**

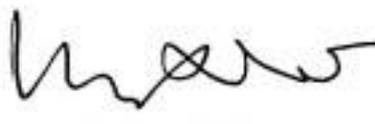
1998

Judul Skripsi : Analisa Motif Peternak Dalam
Pembelian Bibit Ayam Pedaging
Umur Sehari (DOC) Di Kecamatan
Bantimurung Kabupaten Maros
N a m a : Muhammad Ali Akib
No. Pokok : 91 06 120

Skripsi ini telah Diperiksa dan Disetujui Oleh :


Ir. Muh. Djufri Palli
Pembimbing Utama


Ir. H. Ahmad R. Siregar, M.S.
Pembimbing Anggota


Prof. Dr. Ir. M.S. Effendi Abustam M.Sc.
D e k a n




Ir. Muh. Djufri Palli
Ketua Jurusan

Tanggal lulus : 24 Agustus 1998

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, penulis panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, karena dengan Rahmat dan Hidayah-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan rampung tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, baik berupa materil maupun moril. Sehubungan dengan hal tersebut, maka sewajarnya pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya. Hanya Allah SWT, yang dapat memberikan balasan yaang setimpal atas bantuan dan dorongannya. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Ir. Muhammad Djufri Palli sebagai pembimbing utama dan Ir. H. Ahmad R. Siregar, M.S. sebagai pembimbing anggota yang penuh perhatian memberikan bimbingan, arahan, serta saran selama penulis melaksanakan penelitian sampai rampungnya skripsi ini.
2. Bapak Dekan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin Ujung Pandang.

3. Bapak Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan Universitas Hasanuddin Ujung pandang.
4. Bapak Ir. Ilham Rasyid sebagai Penasehat Akademik yang memberikan bimbingan dan arahan sejak masuk pendidikan hingga selesai.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta staf pegawai Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin yang telah memberikan bekal pengetahuan, bantuan dan pelayanan selama pelaksanaan penelitian.
6. Pemerintah dan masyarakat daerah Tingkat II Kabupaten Maros yang berkenan menerima dan membantu dalam pelaksanaan penelitian.
7. Yang teristimewa Ayahanda Drs. Ek. Muh Akib Aty yang tercinta dan Ibunda Ir. Wafiah Akib M.S. yang tersayang, atas kasih sayang, dan doa dan pengorbanannya dari lahir hingga menyelesaikan pendidikan memberikan perhatian dan bantuan selama penulis mengikuti pendidikan. Tak lupa kepada Adikda tersayang dan terkasih Novi Narilla Akib dan Almarhumah Heldalina Akib, selama penulis menjalani pendidikan banyak memberikan perhatian dan batuan, demikian halnya pada almarhumah yang belum lama berpulang banyak

memberikan bantuan dan perhatian hingga menjelang akhir penyelesaian studi penulis telah berpulang ke Rahmatullah. Penulis berdoa semoga amal ibadah almarhumah diterima disisi Allah SWT, Amin.

8. Rekan-rekan Himsena Angkatan 91', sahabat-sahabatku, Sri Hartati, Syamsuddin, Nur Rahmi Madjid, Tytyn Djuniarty, Kasmiati Kasim dan Ratna Herowati atas pengertian, bantuan dan dorongan semangat yang diberikan kepada penulis sejak pelaksanaan penelitian hingga selesainya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penyajiannya, namun penulis tetap berharap mudah-mudahan skripsi ini dapat memberi manfaat bagi kita semua.

Akhirnya penulis berdoa, semoga kita semua tetap dilindungi dan diridhoi oleh Allah SWT, Amin.

MUHAMMAD ALI AKIB

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
PENDAHULUAN	
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	5
Tujuan dan Kegunaan	6
TINJAUAN PUSTAKA	
Wawasan Tentang Bibit Ayam Pedaging Umur Sehari (DOC)	8
Motivasi Konsumen	11
Perilaku Konsumen	18
Teori Permintaan	19
Teori Chi-Kuadrat	20
METODE PENELITIAN	
Waktu dan Tempat Penelitian	22
Desain Penelitian	22
Populasi Penelitian	22
Metode Penentuan Responden	22

Metode Pengambilan Data	23
Analisa Data	23
Konsep Operasional	26

KEADAAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

Letak Gografis dan Wilayah	30
Iklm dan Curah Hujan	31
Keadaan Umum Penduduk	31
Pola Penggunaan Lahan	35
Sarana Transportasi dan Komunikasi	37
Pendidikan	40
Sarana Perekonomian	42
Jenis dan Populasi Ternak	44

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Umur Responden	47
Identifikasi Tingkat Pendidikan Responden ..	48
Identifikasi Jumlah Tanggungan Responden ...	50
Motif-Motif Pembelian DOC	52
Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian DOC	59

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan	72
Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Umur di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros tahun 1997.	32
2.	Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros tahun 1997.	34
3.	Luas Lahan Menurut Penggunaannya di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros tahun 1997.	36
4.	Jumlah dan Jenis Sarana Transportasi di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros Tahun 1997.	38
5.	Jumlah dan Jenis Sarana Komunikasi di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros Tahun 1997.	40
6.	Jenis dan Jumlah Sarana Pendidikan di Kecamatan Batimurung Kabupaten Maros Tahun 1997.	41
7.	Jenis dan Jumlah Sarana Perekonomian di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros Tahun 1997.	43
8.	Jenis dan Jumlah Ternak di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros tahun 1997.	45

9.	Klasifikasi Umur Peternak Ayam Pedaging di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros Tahun 1998.	47
10.	Identifikasi Tingkat Pendidikan Peternak di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros tahun 1998.	49
11.	Identifikasi Jumlah Tanggungan Keluarga Peternak di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros Tahun 1998.	51
12.	Motif-Motif Pembelian DOC Pedaging di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros Tahun 1998.	54
13.	Klasifikasi Pembelian DOC dan Persentase Sistem Pembayaran Oleh Petenak di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros.	60
14.	Klasifikasi Pembelian DOC dan Persentase Harga DOC Oleh Peternak di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros.	62
15.	Klasifikasi Pembelian DOC dan Persentase Perbedaan Jarak Pembelian di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros.	65
16.	Klasifikasi Pembelian DOC dan Purna Jual Oleh Peternak di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros.	67
17.	Klasifikasi Pembelian DOC dan Perbedaan Pendapatan Peternak di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros.	69

18.	Analisis Chi-Kuadrat Untuk Mengetahui Pengaruh Sistem Pembayaran Terhadap Pembelian DOC.	78
19.	Analisis Chi-Kuadrat Untuk Mengetahui Pengaruh Jarak Pembelian Terhadap Pembelian DOC.	80
20.	Analisis Chi-Kuadrat Untuk Mengetahui Pengaruh Perbedaan Harga DOC Terhadap Pembelian DOC.	82
21.	Analisis Chi-Kuadrat Untuk Mengetahui Pengaruh Purna Jual Terhadap Pembelian DOC.	84
22.	Analisis Chi-Kuadrat Untuk Mengetahui Pengaruh Perbedaan pendapatan Terhadap Pembelian DOC.	86

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spirituil merupakan tujuan pembangunan Nasional. Terkait dengan tujuan tersebut maka seluruh potensi dan sumber daya yang ada hendaknya diarahkan untuk mencapai tujuan Nasional tersebut. Dalam mencapai tujuan pembangunan Nasional terdapat berbagai sektor yang mempunyai potensi cukup besar untuk lebih dikembangkan. Sektor pertanian misalnya, merupakan salah satu sektor yang sangat berperan bagi kesinambungan pembangunan Nasional. Pembangunan pertanian (dalam arti luas) harus dilakukan secara terpadu agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai secara optimal. Diantara beberapa sektor pertanian, sektor peternakan merupakan salah satu sektor pertanian yang mempunyai potensi untuk dikembangkan, seiring dengan pengembangan sektor pertanian lainnya.

Menurut Soehadji (1994) bahwa, wawasan pembangunan peternakan dapat dipandang sebagai industri biologis yang dikendalikan oleh manusia. Dalam pembangunan peternakan terjadi interaksi antara empat variabel makro yaitu

peternak sebagai subyek yang harus dijamin meningkatnya pendapatan dan kesejahteraan. Ternak sebagai obyek yang ditingkatkan produksi dan produktivitasnya. Lahan sebagai basis ekologi pendukung pakan dan lingkungan budidaya serta teknologi sebagai rekayasa untuk mencapai tujuan.

Tujuan pembangunan peternakan adalah untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani peternak khususnya di masyarakat pada umumnya melalui peningkatan produksi peternakan baik kualitas maupun kuantitas. Selain itu, diutamakan untuk memenuhi kebutuhan pangan dan gizi. Untuk mencapai hal tersebut maka pembangunan peternakan diarahkan pada pengembangan peternakan yang lebih maju melalui penerapan teknologi yang lebih canggih dan tepat guna. Data Direktorat Jenderal Peternakan tahun 1996 yang menunjukkan belum tercapainya konsumsi protein hewani tahun 1995 yaitu hanya 4,27 gram/kapita/hari dari standar gizi 4,5 gram/kapita/hari. Oleh karena itu, dipacunya pembangunan peternakan yang disertai dengan penyuluhan kepada segenap lapisan masyarakat tentang pentingnya protein hewani sangat menunjang keberhasilan sektor peternakan.

Salah satu komoditi peternakan yang cukup menjanjikan harapan adalah usaha peternakan unggas. Peranan unggas dalam pembangunan dapat dilihat pada produksi daging tahun 1995 sebanyak 876.300 ton dari populasi 1.020.822.00 ekor. Pangsa produksi ayam pedaging unggas ini sebesar 56,02% (Dirjen Peternakan, 1996). Salah satu usaha peternakan unggas yang diberi peluang untuk mengembangkan peternakan adalah usaha peternakan ayam ras pedaging, dimana dikonsumsi oleh masyarakat makin hari makin meningkat terutama pada saat-saat tertentu.

Dari uraian tersebut diatas, penulis ingin mengetahui salah satu faktor beternak ayam pedaging yang perlu mendapat perhatian yaitu pembelian bibit ayam umur sehari (DOC), khususnya pada peternakan ayam pedaging di kecamatan Bantimurung, kabupaten Maros. Pembelian bibit ayam pedaging umur sehari (DOC) yang dilakukan oleh peternak di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros, selain didukung dari jumlah peternak yang ada juga dipengaruhi oleh faktor sosial ekonomi. Faktor sosial ekonomi tersebut mempengaruhi peternak untuk membeli DOC pedaging tersebut. Motif pembelian DOC pedaging oleh

peternak memungkinkan atribut-atribut pertimbangan utama yang mempengaruhi pembelian yaitu harga DOC, sistem pembayaran, jarak pembelian, after sales service (purna Jual) dan pendapatan peternak. Jenis DOC pedaging yang mayoritas atau diproduksi oleh breeding farm yang ditawarkan kepada peternak adalah produksi lokal yang berada di daerah Sulawesi Selatan antara lain, SR 707, MB 202, BMA 737, dan RM. Juga terdapat produksi dari Pulau Jawa yaitu HB Wonokoyo (Surabaya) dan HB Cipendawa (Jakarta). DOC ini mudah diperoleh karena telah tersebar diseluruh wilayah Sul-Sel melalui *Poultry Shop* yang berada di beberapa daerah, dan harga yang ditawarkan dapat dijangkau oleh peternak.

Berdasarkan hal tersebut, kini DOC pedaging sangat memberikan kemudahan dan keuntungan bagi peternak. Kenyataan ini erat kaitannya dengan sikap peternak terhadap pembelian DOC pedaging. Untuk membeli DOC pedaging, seorang peternak dilatar belakanginya oleh motif-motif (perilaku) pembelian dan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang mempengaruhi pembelian DOC pedaging ini.

Pentingnya motif ini diketahui adalah untuk menentukan hal-hal yang melatar belakanginya petani peternak

TINJAUAN PUSTAKA

Wawasan Tentang DOC Ayam Pedaging

Bibit unggul ayam broiler yang ada dipasaran Indonesia merupakan hasil proses hibridasi melalui teknologi pembibitan yang sudah maju. Bibit unggul ayam broiler yang diproduksi cukup banyak, masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Dari semua jenis bibit yang memiliki kelebihan maupun kekurangan. Dari semua jenis bibit yang diproduksi itu tidak seluruhnya memenuhi persyaratan teknis maupun ekonomis untuk dipelihara. Sebab dalam menghasilkan bibit unggul, perusahaan pembibitan ayam broiler di Indonesia masih bekerjasama dengan perusahaan peternakan bibit induk dari luar negeri yang khusus menyediakan bibit induk unggul atau Parent Stock. Dari Parent Stock kemudian dihasilkan strain bibit unggul Final Stock yang kemudian dipasarkan untuk peternak broiler. Karena itu dalam prakteknya, perusahaan pembibitan di Indonesia menggunakan standar luar negeri (Agus, 1996).

Untuk mengetahui apakah strain broiler bersangkutan termasuk kategori bibit unggul dapat dilihat dengan tanda-tanda sebagai berikut :

- Postur tubuh tegak dan tinggi dan berbadan besar
- Bentuk kaki normal, tidak cacat, dan pada saat berdiri dalam kondisi tegap.
- Mata cerah berkilat
- Paruh kokoh dan pertumbuhan bulu cepat dan lebat
- Warna bulu bersih dan mengkilat

Selain itu ada beberapa hal yang mungkin bisa dijadikan pedoman dalam memilih strain yang cocok diantaranya adalah :

- a. Strain broiler yang hendak dipelihara harus memiliki kemampuan beradaptasi dengan lingkungan. Artinya, mudah menyesuaikan dengan lingkungan dimana akan dipelihara serta tidak mudah mengalami stress (cekaman).
- b. Mortalitas selama pemeliharaan sangat rendah.
- c. Kondisinya baik dan sehat.

d. Konversi makanan baik. Artinya, jumlah makanan yang dikonsumsi dan perbandingan berat badan yang dicapai sesuai.

Dengan begitu efisiensi pemeliharaan (terutama faktor makanan) dapat dicapai sebaik mungkin dan akan mampu memberikan keuntungan besar (Agus, 1996).

Menurut Rasyaf (1995), bahwa kini yang dihadapi sebagai peternak adalah DOC atau anak ayam broiler usia sehari yang kecil-kecil. Ada beberapa pedoman untuk memilih DOC yaitu :

- Anak ayam berasal dari induk yang sehat agar tidak membawa penyakit bawaan. Apabila baru tiga hari anak ayam sudah banyak yang mati, sedangkan hal-hal lainnya baik maka penyebabnya adalah induk yang tidak baik. Sebab itulah pembibit yang besar dan bertanggung jawab akan mengganti ayam yang mati itu bila disebabkan oleh penyakit bawaan dari induk ayam. Akan tetapi kadang kala pembibit yang jumlahnya banyak dengan ayam parent stock yang ratusan ribu ekor itu tentunya sulit diawasi oleh beberapa orang petugas.

- Ukuran atau bobot ayam itu. Apabila ukuran atau bobot anak ayam relatif kecil maka sumber penyebabnya adalah telur tetas ayam itu, telur tetas yang besar akan menghasilkan anak ayam yang besar begitu pula sebaliknya. Umumnya pembibit yang baik selalu menyeleksi telur tetas yang akan ditetaskan pada bobot rata-rata, tidak terlalu kecil dan tidak terlalu berat. Bahkan ketika ayam keluar dari mesin tetas yang akan ditetaskan pada bobot rata-rata, tidak terlalu kecil dan tidak terlalu berat. Bahkan ketika ayam keluar dari mesin tetas, ayam diseleksi dengan ketat.
- Anak ayam itu memperlihatkan mata yang cerah dan bercahaya, aktif, serta tampak tegar. Kecerahan mata inilah yang paling mudah untuk mendeteksi kondisi bangsa unggas. Unggas yang sehat dan baik memperlihatkan mata yang cerah dan bercahaya, begitu pula sebaliknya. kelincahan atau keaktifan ayam broiler tentu tidak seaktif ayam petelur.

Motivasi Konsumen

Motif adalah keadaan dalam diri pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melaksanakan

kegiatan-kegiatan tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Motif yang ada pada seseorang akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan. Tiap kegiatan yang dilakukan oleh seseorang itu didorong oleh suatu kekuatan dalam diri orang tersebut. Kekuatan pendorong itulah yang kita sebut dengan motif. Oleh sebab itu kita dapat mengatakan bahwa sebenarnya perilaku konsumen itu dimulai dengan adanya motif atau motivasi. Secara definitif dapat dikatakan bahwa motif adalah suatu dorongan kekuatan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh suatu kepuasan (Swasta dan Handoko, 1987).

Winardi (1993) menyatakan, bahwa motif konsumen dapat dibedakan atas beberapa jenis yaitu :

- a. Motif barang atau produk
- b. Motif patronase
- c. Motif emosional
- d. Motif rasional

Pembelian yang dilakukan dengan motif barang atau produk ialah pembelian yang terjadi karena ia lebih suka sesuatu barang dibanding dengan barang yang lainnya.

Jadi segala keputusan-keputusan yang diambil oleh konsumen berdasar dari keadaan produk.

Motif pembelian patronase adalah pembelian yang dilakukan oleh konsumen hanya pada tempat-tempat tertentu saja. Hal ini dapat disebabkan oleh letak toko atau tempat eceran barang yang mudah dijangkau atau dicapai. Atau dapat pula dikatakan karena reputasi yang baik dari suatu tempat eceran atau toko tersebut. Keputusan pembeli suatu barang pada motif ini biasanya harga tidak merupakan faktor pertimbangan yang penting.

Motif pembelian emosional adalah suatu pembelian yang didasarkan atas dorongan nafsu dan bukan atas kesadaran diri. Motif-motif ini biasanya :

1. Motif Emulasi

Melakukan pembelian karena akan menandingi orang lain misalnya dengan melihat tetangganya atau temannya pakai baju baru, ia membeli pula baju baru itu. Perasaan iri selalu ada dalam hal pemikiran suatu barang terhadap orang lain.

2. Motif Individualistis

Konsumen yang selalu ingin memiliki suatu barang atau benda lain yang tidak dimiliki orang lain. Selalu ingin sesuatu yang berbeda dengan orang lain.

3. Motif Konformitas

Membeli suatu barang karena ingin menyesuaikan diri dengan konsumen lain atau mengikuti perkembangan zaman. Motif ini lebih buruk dibanding dengan motif emulasi.

4. Motif Ambisi

Membeli sesuatu barang karena kegairahan dan ingin mendapat prestise atau ia akan kecewa.

5. Motif memuaskan selera

Membeli suatu barang untuk memuaskan selera atau keinginannya.

6. Motif menyenangkan cita rasa.

7. Motif kesenangan hiburan dan rekreasi.

8. Motif mengungkapkan selera artistik.

9. Moti naluri romantik.

Motif pembelian rasional adalah pembelian yang didasarkan atas dorongan yang timbul yang disetujui oleh diri sendiri atau dorongan yang timbul secara sadar.

Tidak terdapat unsur paksaan diri dalam jiwanya. Ia membeli sesuatu karena pertimbangan-pertimbangan yang matang dan ekonomis.

Motif pembelian rasional ditandai dengan motif-motif sebagai berikut :

1. membeli sesuatu mudah terpakai.
2. penghematan dalam hal pembelian dan penggunaan produk.
3. membeli sesuatu barang karena barang itu efisien dalam penggunaannya.
4. membeli sesuatu karena mutunya dapat dipercaya.
5. membeli sesuatu barang karena yakin barang itu tidak akan mengecewakan dan merugikan.
6. membeli suatu barang karena ia mengharapkan akan menambah pendapatan.

Macam-macam motif dibedakan atas 4 yaitu :

1. Motif produk

Motif-motif pembelian produk meliputi semua pengaruh serta alasan-alasan yang menyebabkan seorang konsumen membeli produk tertentu yang dipreferensi olehnya dibandingkan dengan produk lain.

2. Motif emosional

Adalah alasan-alasan yang tidak disetujui oleh diri sendiri dan secara sosial tidaklah bersifat akseptabel.

3. Motif patronase

Pertimbangan-pertimbangan yang menyebabkan konsumen membeli barang-barang pada tempat tertentu disebut dengan motif pembelian patronase.

4. Motif rasional

Adalah alasan-alasan yang disetujui oleh diri sendiri, tepat dan masuk akal bagi individu dalam keadaan sosial tertentu (Winardi, 1992).

Swasta (1993) menyatakan, bahwa faktor-faktor yang menyebabkan orang membeli dibedakan sebagai berikut :

1. Motif rasional

Adalah motif yang didasarkan pada kenyataan-kenyataan seperti yang ditunjukkan oleh pembeli. Faktor-faktor yang mempertimbangkan dapat berupa faktor ekonomi seperti faktor penawaran, permintaan dan harga.

2. Motif emosional

Adalah motif pembelian yang berkaitan dengan perasaan orang. Motif ini menimbulkan pembelian barang-barang yang membuat seseorang merasa lebih nyaman.

Handoko dan Swasta (1987) menyatakan, bahwa motif konsumen dalam melakukan pembelian untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya dapat dibedakan sebagai berikut :

1. Motif primer

Adalah motif yang menimbulkan perilaku pembelian terhadap kategori-kategori umum (biasa) pada suatu produk.

2. Motif selektif

Adalah motif yang mempengaruhi keputusan tentang model dan merk dari kelas-kelas produk atau macam-macam penjual yang dipilih untuk suatu pembelian.

3. Motif rasional

Adalah motif didasarkan pada kenyataan-kenyataan seperti yang ditunjukkan oleh suatu produk kepuasan konsumen.

4. Motif emosional

Adalah motif yang berkaitan dengan perasaan atau emosi individu.

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan bagian integral dari perilaku manusia dan ia tidak dapat dipisahkan dari padanya. Pertanyaan-pertanyaan yang sama mempengaruhi perilaku kita sebagai manusia juga mempengaruhi perilaku kita sebagai konsumen (Winardi, 1991).

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor kebudayaan, sosial dan individu. Faktor kebudayaan dipengaruhi oleh budaya, sub budaya, dan kelas sosial (Sudjoni, Wijaya dan Irawan, 1993).

Perilaku konsumen sebagai kegiatan-kegiatan individu dan secara langsung terlihat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Swastha dan Handoko, 1987).



Teori Permintaan

Kusumosuwidjoyo (1990) menyatakan, bahwa besarnya permintaan seorang konsumen akan suatu barang adalah tergantung dari tiga hal yang saling mempengaruhi. Tiga hal tersebut adalah kegunaan barang, pendapatan konsumen, dan harga barang itu sendiri. Selain itu permintaan akan suatu barang dipengaruhi oleh dua hal yaitu harga barang lain dan selera konsumen.

Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi seseorang terhadap permintaan suatu barang, yakni harga barang itu sendiri, harga barang lain yang mempunyai kaitan erat dengan barang tersebut, pendapatan rumah tangga dan dan pendapatan rata-rata masyarakat, corak distribusi pendapatan dalam masyarakat, cita rasa masyarakat (Sukirno, 1985).

Soekartawi (1993) menyatakan, bahwa permintaan suatu komoditi pertanian adalah banyaknya komoditi petanian yang dibutuhkan oleh konsumen. Karena itu besar kecilnya komoditi pertanian yang diminta umumnya dipengaruhi oleh harga-harga substitusi atau harga komplemennya, selera dan

keinginannya, jumlah konsumsi serta pendapatan konsumen yang bersangkutan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang adalah harga barang itu sendiri, pendapatan konsumen, harga barang lain, selera konsumen serta faktor lainnya (Iswardono, 1990).

Sudarso (1990) menyatakan, bahwa yang dimaksud dengan permintaan adalah berbagai kemungkinan jumlah barang atau jasa yang diminta oleh pembeli pada berbagai tingkat harga untuk periode waktu tertentu dan dalam suatu pasar tertentu atau dapat dikatakan bahwa permintaan adalah berbagai jumlah barang yang diminta oleh konsumen dalam suatu pasar untuk periode waktu tertentu pada berbagai tingkat harga atau kemungkinan tingkat pendapatan atau berbagai tingkat harga barang lain yang mempunyai hubungan dekat.

Teori Chi-Kuadrat

Manfaat dari dari beberapa persoalan yang dapat diselesaikan dengan chi-kuadrat antara lain :

- a. menguji proporsi untuk data multinominal

- b. menguji independen antara dua karakteristik di dalam daftar kontigensi B x K
- c. menguji kesesuaian antara data hasil pengamatan dengan model distribusi dari mana data itu di duga diambil
- d. menguji model distribusiberdasarkan data hasil pengamatan (Sudjana, 1985).

Selanjutnya dikatakan pula bahwa untuk pengujian yang dilakukan secara eksak diperlukan sesuatu yang bersifat pendekatan sehingga diperlukan frekuensi teoritik atau banyaknya gejala yang diharapkan terjadi yang dinyatakan dengan s_{ij} .

Menurut Walpole (1995), bahwa bila frekuensi yang teramati sangat dekat dengan frekuensi harapannya, nilai χ^2 akan kecil, menunjukkan adanya kesesuaian yang baik. Bila frekuensi yang teramati berbeda cukup besar dari frekuensi harapannya, nilai χ^2 akan besar sehingga kesesuaiannya akan buruk. Kesesuaian yang baik akan membawa pada penerimaan H_0 , sedangkan kesesuaian yang buruk akan membawa pada penolakan H_0 .

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros. Sedangkan waktu penelitian dilaksanakan selama kurang lebih dua bulan yakni mulai bulan juni hingga Juli 1998.

Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian survey. Desain penelitian ini dilaksanakan dengan mengumpulkan data dari responden dengan melakukan wawancara langsung oleh peneliti.

Populasi Penelitian

Populasi penelitian ini adalah semua peternak yang sedang memelihara ayam pedaging di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros.

Metode Penentuan Responden

Responden adalah seluruh peternak ayam pedaging yang memiliki atau sedang memelihara yang terdapat di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros.

Metode Pengambilan Data

Data yang diambil terdiri dari data primer dan data sekunder. Data Primer dikumpulkan dari responden atau peternak dengan variabel-variabel yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Sistem Pembayaran
2. Jarak Pembelian
3. Harga DOC
4. After Sales Service (Purna Jual)
5. Pendapatan

Sedang data sekunder diperoleh dari kantor-kantor atau instansi yang terkait dalam penelitian ini.

Analisa Data

Data yang diperoleh akan ditabulasi terlebih dahulu kemudian dianalisis secara deskriptif.

1. Untuk mengetahui motif pembelian DOC ayam pedaging maka dilakukan melalui data primer yang diperoleh, ditabulasi lalu dipersentase (%) kemudian digolongkan berdasarkan motif-motif permintaan yang akan diteliti meliputi :

- a) Motif Rasional

- b) Motif Emosional
- c) Motif Patronase
- d) Motif Produk

2. Untuk menguji hubungan (Asosiatif) antara pembelian DOC (ekor) dengan masing-masing variabel yang mempengaruhi pembelian DOC ayam pedaging dapat digunakan analisis statistik Chi-Kuadrat dengan rumus sebagai berikut :

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^B \sum_{j=1}^K (O_{ij} - \epsilon_{ij})^2 / \epsilon_{ij}$$

dengan frekuensi teoritik (yang diharapkan) yaitu :

$$\epsilon_{ij} = n_{i0} \times n_{0j} / n \quad (\text{Sudjana, 1988}).$$

Nilai kritis :

- tolak H_0 jika $\chi^2 \geq \chi^2_{(1-\alpha) ((B-1)(K-1))}$
- dan terima H_1 jika $\chi^2 < \chi^2_{(1-\alpha) ((B-1)(K-1))}$

dalam taraf nyata = α dan derajat kebebasan dk untuk distribusi chi-kuadrat = $(B-1)(K-1)$

- Untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel pengaruh tersebut terhadap pembelian DOC digunakan rumus :

χ^2 = Chi-Kuadrat
 n_{10} = Jumlah baris ke-1
 n_{0j} = Jumlah kolom ke-j
 n = Jumlah pengamatan
 O = Frekuensi pengamatan.
 E = Frekuensi yang diharapkan (frekuensi teoritik).
 C = Koefisien kontingensi
 m = Harga minimum antara baris dan kolom

dimana :

derajat asosiasi antara faktor.

Makin dekat nilai C dengan C_{maks} makin besar

$$C_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}} \quad (\text{Sudjana, 1988}).$$

Hasil yang diperoleh dibandingkan dengan :

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}}$$

Konsep Operasional

- a. Peternak adalah seseorang yang memiliki sejumlah ayam yang dipelihara pada saat penelitian berlangsung.
- b. Populasi adalah seluruh peternak yang memiliki sejumlah ayam yang sedang dipelihara.
- c. DOC adalah anak ayam umur sehari (Day Old Chick).
- d. Pembelian DOC adalah banyaknya bibit ayam pedaging umur sehari (DOC) yang dibeli pada suatu periode produksi dan dinyatakan dalam satuan ekor.
- e. Harga adalah nilai tukar DOC pedaging dan dinyatakan dalam satuan Rupiah per ekor.
- f. Sistem pembayaran adalah cara-cara yang digunakan untuk menjual DOC pedaging kepada peternak.
- g. Jarak pembelian adalah jarak antara tempat pembelian DOC pedaging dengan lokasi peternakan ayam pedaging peternak dan dinyatakan dalam satuan Km.
- h. After sales service adalah purna jual yang diberikan kepada peternak dalam pembelian DOC.
- i. Pendapatan adalah hasil usaha pemeliharaan ayam pedaging oleh peternak pada periode yang lalu dan dinyatakan dalam satuan Rupiah.

- j. Motif adalah dorongan, alasan dan kekuatan yang mempengaruhi peternak sehingga melakukan pembelian DOC.
- k. Motif rasional adalah pembelian yang didasarkan atas dorongan yang timbul secara sadar.
- l. Motif emosional adalah pembelian yang didasarkan atas dorongan nafsu dan bukan atas kesadaran diri.
- m. Motif patronase adalah pembelian yang dilakukan oleh peternak pada produsen tertentu karena reputasinya yang baik.
- n. Motif produk adalah pembelian yang terjadi karena ia lebih senang memelihara DOC tertentu daripada DOC lainnya.
- o. Sistem Pembayaran
- Pembayaran tunai yakni pembelian DOC yang dilakukan oleh peternak dengan membayar langsung sejumlah barang yang diinginkannya.
 - Pembayaran kredit yakni pembayaran yang ditunda atau keringanan yang diberikan kepada peternak dalam pembayaran dengan pemberian i'tikad perjanjian atau adanya pemberian jaminan dari peternak kepada produsen.

p. Harga DOC

- Harga rendah yaitu harga DOC yang \leq Rp. 1.000 per ekor.
- Harga tinggi yaitu harga DOC yang $>$ Rp. 1.000 per ekor.

q. Jarak Penjual dan Pembeli (Peternak)

- Kabupaten Maros yakni pembelian DOC yang dilakukan dengan jarak \leq 30 km.
- Kotamadya Ujung Pandang yaitu pembelian DOC yang dilakukan oleh peternak dengan $>$ 30 km.

r. Purna Jual

- Lengkap yakni produsen memberikan pelayanan yang baik kepada peternak dengan memberikan kredit terhadap pembelian pakan, vitamin dan obat-obatan serta adanya tim dokter yang meninjau ke lokasi.
- Tidak lengkap yakni pelayanan yang diberikan oleh produsen sesuai dengan pembayaran peternak dan adanya tim dokter hewan yang bersedia datang ke lokasi peternak.

s. Pendapatan

- Pendapatan rendah yakni pendapatan hasil panen pemeliharaan ayam pedaging periode yang lalu sebesar \leq Rp. 750.000,-.
- Pendapatan tinggi yakni pendapatan hasil panen pemeliharaan ayam pedaging periode yang lalu sebesar $>$ Rp. 750.000,-.

t. Pembelian DOC (ekor)

- Pembelian rendah yakni sejumlah DOC yang dibeli oleh peternak sebanyak \leq 500 ekor.
- Pembelian tinggi yakni sejumlah DOC yang dibeli oleh peternak sebanyak $>$ 500 ekor.



KEADAAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

Letak Geografis dan Wilayah

Kecamatan Bantimurung letaknya kurang lebih 8 km dari Ibukota Kabupaten dan 42 km dari Ibukota Propinsi. Letak pusat pemerintahan wilayah kecamatan dengan ketinggian dari permukaan laut 500 m. Wilayah kecamatan ini memiliki 2 kelurahan dan 12 desa dengan 6 desa/kelurahan swakarya dan 8 desa/kelurahan swasembada yaitu : Sambueja, Jenetaesa, Bontotallasa, Alatengae, Minasa baji, Kalabbirang, Tukamasea, Simbang, Samangki, Tanete, Mattoangin, Mangeloreng, Baruga, dan Leang-leang.

Adapun bentuk wilayah dengan daratan sampai berombak 55%, berombak sampai berbukit 32% dan berbukit sampai bergunung 13%. Sedangkan untuk batas wilayahnya sebagai berikut :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Maros dan Kabupaten Pangkep
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Tanralili
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Camba
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Maros Baru

Iklim dan Curah Hujan

Adapun suhu maksimum dan minimum di kecamatan Bantimurung adalah berkisar 32^oC hingga 23^oC. Jumlah hari dengan curah hujan terbanyak yaitu 23 hari dan banyaknya curah hujan yaitu 323 mm/th.

Kondisi Umum Penduduk

Jumlah Penduduk di Kecamatan Bantimurung pada data tahun 1997 berjumlah 42.859 orang, jumlah kepala keluarga sebanyak 9846 KK. Sedangkan untuk kepadatan penduduk itu rata-rata 177 orang per km², untuk jumlah laki-laki 22.085 orang dan perempuan jumlahnya 22.074 orang. Dari sini terlihat bahwa jumlah perempuan lebih banyak jumlahnya dibanding dengan jumlah laki-laki.

Untuk mengetahui jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan, yang diklasifikasikan yaitu 0 hingga 6 tahun, 7 hingga 12 tahun, 13 hingga 18 tahun, 19 hingga 24 tahun, 25 hingga 55 tahun, dan 56 hingga 75 tahun serta umur penduduk 80 tahun keatas. Keadaan ini dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut.

Tabel 1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Umur di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros, 1997.

No.	Tingkatan Umur (tahun)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1.	0 - 6	5.143	11.99
2.	7 - 12	5.731	13.38
3.	13 - 18	6.925	16.15
4.	19 - 24	7.214	16.84
5.	25 - 55	14.861	34.68
6.	56 - 75	2.540	5.92
7.	80 tahun keatas	445	1.04
Jumlah		42.859	100

Sumber : Kantor Kecamatan Bantimurung, 1997.

Dari tabel 1 terlihat bahwa penduduk dengan umur 25 - 55 tahun merupakan jumlah yang dominan dari tingkat umur yang lain yaitu sebesar 14.861 jiwa dengan jumlah 34,68% dari jumlah total penduduk, dan untuk umur 80 tahun keatas menempati jumlah terkecil dari semua tingkat umur yaitu sebesar 10 orang dengan persentase 0,03 dari jumlah total penduduk. Dalam hal tersebut dapat dijelaskan bahwa di Kecamatan Bantimurung terdapat banyak usia produktif. Hal ini dapat menguntungkan

karena pada usia produktif merupakan sumber daya dilihat dari sudut pandang ekonomis. Dan sebaliknya dapat merugikan bila pertumbuhan dari usia produktif ini melaju dengan cepat, misalnya dalam hal kesempatan kerja yang terbatas karena banyaknya usia produktif yang memerlukan pekerjaan sehingga nilai ekonomi dari tenaga kerja menjadi rendah dan daya dukung lingkungan terhadap dari populasi itu sendiri semakin kecil.

Selanjutnya kita dapat mengetahui pada tabel 2 mengenai jumlah penduduk menurut mata pencaharian. Hal ini dapat terlihat pada tabel 2 ini, yang terdiri atas petani, pengrajin dalam skala besar dan kecil, pengusaha dalam skala besar dan kecil, pedagang, pengangkutan, Pegawai Negeri Sipil, ABRI, dan sejumlah peternak yang terdapat di kecamatan Bantimurung kabupaten Maros.

Diketahui bahwa penduduk yang bermata pencaharian sebagai petani lebih dominan yang jumlahnya 11.105 Jiwa. Dari sistem pemilikan tanah ini menciptakan tata guna tanah yang dapat meningkatkan perekonomian untuk peningkatan output dan produktivitas yang ditunjang dengan kemampuan dalam bentuk materi.

Tabel 2. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Kecamatan Bantimurung, Kabupaten Maros, 1997.

No.	Mata Pencaharian	Jumlah Penduduk	Persentase (%)
1	Petani	11.105	60,15
2	Pengrajin/Industri kecil	950	5,16
3	Pengusaha sedang/besar	527	2,85
4	Pedagang	1.678	9,09
5	Pengangkutan	302	1,65
6	Pegawai Negeri Sipil	784	4,25
7	Pensiunan (PNS/ABRI)	130	0,69
8	A B R I	531	2,88
9	Peternak	2.453	13,28
T o t a l		18.460	100

Sumber : Kantor Kecamatan Bantimurung, 1997.

Selanjutnya disusul oleh peternak sebagai peringkat kedua berjumlah 2.453 orang bermata pencaharian sebagai peternak pencaharian sebagai peternak. Dalam hal ini kami tidak memperoleh data otentik penduduk kecamatan Bantimurung yang bermata pencaharian peternak dengan jenis usaha ternak yang berbeda.

Pada bagian lain terlihat bahwa yang mempunyai mata pencaharian sebagai pengusaha pengangkutan yang merupakan

jumlah terkecil diantara jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian penduduk yang ada yaitu 302 jiwa. Hal ini disebabkan karena penduduk di kecamatan Bantimurung tidak mempunyai kemampuan dan keberanian. Kemampuan di sini dalam arti bahwa faktor ekonomis (modal) belum bisa mencukupi (terbatas) sehingga untuk membuka usaha pengangkutan yang besar jumlahnya masih sangat minim.

Pola Penggunaan Lahan

Ditinjau dari keadaan wilayah Kecamatan Bantimurung yang memiliki potensi dikembangkannya sektor pertanian sebagai suatu mata pencaharian yang utama. Dan pola penggunaan lahan pada daerah ini terbagi dalam 5 kelompok yaitu sawah, tanah kering, tanah hutan, perkebunan rakyat dan tanah untuk keperluan fasilitas umum.

Pada Tabel 3 berikut ini nampak luas lahan yang lebih dominan tanah persawahan baik itu Tanah sawah dan tanah kering, dan masing-masing penggunaan lahan lainnya yang sebagian besar dimanfaatkan oleh masyarakat di kecamatan Bantimurung kabupaten Maros.

Tabel 3. Luas Lahan Menurut Penggunaannya di Kecamatan Bantimurung, Kabupaten Maros, 1997.

No.	Jenis Penggunaan Lahan	Luas lahan (ha)	Persentase (%)
1	Tanah Sawah	13.058,22	35,34
2	Tanah Kering		
	- pekarangan/bangunan	3.245,12	8,78
	- tegal/kebun/ladang	1.796,95	4,86
3	Tanah hutan		
	- hutan belukar	6.935,31	18,76
4	Tanah Perkebunan Rakyat	528,40	1,43
5	Tanah Kep. Fasilitas umum		
	- lapangan	1.468,79	3,97
	- kuburan	906,53	2,45
	- dan lain-lain	9.024,69	24,41
T o t a l		36.964.01	100

Sumber : Kantor Kecamatan Bantimurung, 1997.

Pada tabel 3 terlihat bahwa jenis penggunaan lahan yang dominan di kecamatan Bantimurung yaitu tanah sawah dengan persentase 35,34% total luas lahan. Dengan melihat dari luas lahan tanah sawah tersebut dapat diketahui bahwa mata pencaharian pokok di Kecamatan Bantimurung adalah petani.

Selain itu terlihat pula jenis penggunaan lahan yang lain yaitu tanah kering dengan persentase 13,64% dari total luas lahan yang meliputi pekarangan/bangunan sebesar 8,78% dan tegal/kebun sebesar 4,86% dari total luas lahan yang berarti bahwa sebagian besar lahan yang ada dipergunakan dengan masing-masing cara yang berbeda. Jadi berdasarkan penggunaan lahan di kecamatan Bantimurung, maka dapat dijelaskan bahwa untuk tempat usaha peternakan ayam ras dapat digunakan tanah kering misalnya pekarangan, kebun dan ladang.

Sarana Transportasi dan Komunikasi

Sarana transportasi sangat diperlukan untuk memudahkan hubungan antara daerah satu dengan daerah lainnya, misalnya pengangkutan hasil pertanian atau hasil ternak. Oleh karena itu sarana transportasi merupakan salah satu sarana yang sangat penting dalam menunjang terlaksananya pembangunan di suatu daerah sebab dengan adanya transportasi maka jalur perekonomian masyarakat akan lancar. Untuk lebih jelasnya mengenai keadaan sarana transportasi dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Jumlah dan Jenis Sarana Transportasi di Kecamatan Bantimurung, Kabupaten Maros, 1997.

No.	Jenis Transportasi & Komunikasi	Jumlah	Persentase (%)
1	Sepeda/Ojek	1255	52,13
2	Delman/dokar	43	1,78
3	Gerobak/cikar	45	1,86
4	Becak	34	1,41
5	Kendaraan mikrolet/umum	504	20,93
6	Sepeda motor	314	13,04
7	Mobil dinas	2	0,08
8	Mobil pribadi	7	0,29
9	Truk	185	7,68
10	Perahu dayung/sampan	18	0,74
T o t a l		2407	100

Sumber : Kantor Kecamatan Bantimurung, 1997.

Berdasarkan tabel 4 diatas, maka dapat dikatakan bahwa Kecamatan Bantimurung memiliki sarana transportasi yang sudah lancar dan baik. Hal ini dapat dilihat dari jumlah sarana transportasi yang sudah memadai dan keadaan jalan yang sudah baik dan memenuhi syarat, dengan kata lain sudah dapat dijangkau oleh kendaraan. Sarana transportasi yang terbanyak di Kecamatan Bantimurung adalah kendaraan sepeda dengan jumlah 1.255 buah atau 52,13% kemudian kendaraan roda 4 dengan jumlah 698 buah

atau 1,78 %, gerobak/cikar berjumlah 45 buah atau 1,86 %, Becak berjumlah 34 buah atau 1,41 %, mikrolet/umum berjumlah 504 buah atau 20,93 %, sepeda motor dengan jumlah 314 buah, mobil dinas dan pribadi berjumlah 9 buah atau 0,37 %, truk dengan jumlah 185 buah atau 7,86 %, dan sarana pengangkutan jalur air yaitu perahu dayung/sampan berjumlah 18 atau 0,84 %. Keberadaaan sarana transportasi tersebut dapat menjadi alat penghubung antara daerah yang satu dengan yang lainnya yang berada di Kecamatan Bantimurung.

Sarana komunikasi sangat penting karena dalam kehidupan sehari-hari masyarakat senantiasa berinteraksi antara sesamanya, sehingga aktivitasnya dapat berjalan lancar. Sarana komunikasi memberikan kemudahan dalam menyampaikan informasi maupun menerima informasi penting yang dibutuhkan oleh masyarakat kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros. Adapun sarana komunikasi yang terdapat di kecamatan Bantimurung kabupaten Maros ini dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut.

Tabel 5. Jumlah dan Jenis Sarana Komunikasi di Kecamatan Bantimurung, 1997.

No.	Jenis Komunikasi	Jumlah	Persentase (%)
1	Telepon Umum	3	27,27
2	Kantor Pos/Kantor Pos Pembantu	1	9,10
3	Orari/KRAP	7	63,63
J u m l a h		11	100

Sumber : Kantor Kecamatan Bantimurung, 1997.

Mengenai sarana komunikasi pada tabel 5 terlihat bahwa keberadaannyapun sudah baik dan lancar. Sarana komunikasi di kecamatan Bantimurung yaitu telepon umum 3 buah, kantor pos 1 buah dan pesawat radio Orari sebanyak 7 buah. Dengan adanya sarana komunikasi tersebut maka hubungan serta informasi dari luar dapat diketahui dan diterima dengan lancar. Misalnya informasi mengenai pemasaran hasil peternakan.

Sarana Pendidikan

Sarana pendidikan sangat besar peranannya dalam rangka memajukan masyarakat. Terutama adanya bangunan-bangunan sekolah dan tenaga pengajar, baik yang berstatus negeri maupun swasta, karena dengan sarana pendidikan yang cukup maka peningkatan pengetahuan masyarakat akan cepat pula. Sarana ini dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Jenis dan Jumlah Sarana Pendidikan di Kecamatan Bantimurung, Kabupaten maros, 1997.

No.	Sarana Pendidikan	Jumlah Sekolah	Jumlah Murid	Jumlah Tenaga Pengajar
1	TK	13	269	18
2	SD Negeri	21	3.068	152
3	SD Inpres	25	3.730	160
4	Madrasah Iftida'iyah	4	167	18
5	SMTN Negeri	5	1.675	97
6	Madrasah Tsanawiyah	2	152	9
7	SMTN Swasta	3	193	38
8	SMU Negeri	1	668	36
9	Madrasah Aliyah	2	86	17
T o t a l		76	10.008	545

Sumber : Kantor Kecamatan Bantimurung, 1997.

Dalam Tabel 6 diatas, maka dapat dikatakan bahwa jumlah sarana pendidikan dari TK sampai SMU cukup memadai yang ditunjang oleh banyaknya jumlah murid disertai dengan tenaga pengajar yang ada. Hal ini akan memberi peluang secara bebas kepada masyarakat untuk menyekolahkan anaknya pada sekolah yang diinginkannya. Selanjutnya pada tabel 6 terlihat bahwa jumlah murid yang

masuk pada sekolah dasar sangat besar jumlahnya yaitu 6.965 orang, disusul oleh tingkat SMTP atau sederajat berjumlah 2.020 orang kemudian tingkat SMU dan sederajat berjumlah 754 orang. Pada data tersebut terlihat bahwa jumlah murid SMTP ke SMU di Kecamatan Bantimurung mengalami penurunan yang sangat drastis. hal ini disebabkan karena sebagian besar murid yang tamat dari SMTP di Kecamatan Bantimurung melanjutkan sekolahnya pada SMU di Ibukota Kabupaten, dan sebagian pula melanjutkan sekolahnya ke SMU atau sekolah kejuruan yang berada di Ibukota Propinsi.

Faktor lain yakni terdapatnya sebagian masyarakat yang tidak mampu melanjutkan sekolah karena keadaan ekonomi yang terbatas. Melihat dari uraian sebelumnya, maka dapat dikatakan bahwa masyarakat di Kecamatan Bantimurung umumnya sudah mengerti tentang arti pendidikan.

Sarana Perekonomian

Adapun sarana perekonomian yang terdapat di kecamatan Bantimurung kabupaten Maros dapat dilihat pada tabel 7 sebagai berikut :

Tabel 7. Jenis dan Jumlah Sarana Perekonomian di Kecamatan Bantimurung, Kabupaten Maros, 1997.

No	Jenis Sarana	Jumlah	Persentase (%)
1	Koperasi Simpan Pinjam	5	10,20
2	Koperasi Unit Desa (KUD)	2	4,08
3	Jumlah Pasar	41	83,68
4	B a n k	1	2,04
T o t a l		49	100

Sumber : Kantor kecamatan Bantimurung, 1997.

Dalam tabel 7 diketahui bahwa keadaan sarana perekonomian sudah cukup memadai, dimana memperlihatkan jumlah koperasi 5 unit dan 3 unit Koperasi Unit Desa (KUD). Keberadaan koperasi ini sangat penting artinya bagi masyarakat di kecamatan Bantimurung karena sebagai sarana simpan pinjam modal untuk kelancaran usahanya, disamping itu merupakan tempat untuk menjual hasil-hasil produksinya, misalnya hasil pertanian, peternakan, sehingga masyarakat di kecamatan Bantimurung terhindar dari beberapa tengkulak yang dapat menyebabkan kehidupan mereka menjadi memprihatinkan.

Pada beberapa sarana perekonomian lainnya yaitu pasar sebanyak 41 unit yang terdiri dari Pasar Umum, Pasar Ikan, Pasar Bangunan Semi Permanen dan Pasar tanpa Bangunan Permanen serta bangunan Bank 1 unit. Keberadaan sarana perekonomian tersebut memungkinkan masyarakat dalam segala lapisan untuk membeli, menjual, mengangkut, menyimpan dan memproses barang-barang ekonomi mereka, juga untuk memperlancar dan mengembangkan segala bentuk usaha yang ada.

Jenis dan Populasi Ternak

Penduduk di kecamatan Bantimurung selain berusaha di bidang pertanian juga berusaha di bidang Peternakan. Usaha pemeliharaan ternak ini ada yang merupakan usaha pokok dan ada pula sebagai usaha sampingan. Ternak tersebut diusahakan selain untuk memperoleh hasil produksi juga digunakan sebagai tenaga kerja misalnya sapi dan kerbau yang dipakai sarana pengangkutan hasil produksi itu sendiri, serta dikonsumsi dalam rumah tangga sendiri. Adapun data mengenai jenis dan populasi ternak dapat dilihat pada tabel 8 dibawah ini.

Tabel 8. Jenis dan Jumlah Ternak di Kecamatan Bantimurung, Kabupaten Maros, 1997.

No.	Jenis Ternak	Jumlah (ekor) Tahun 1996	Jumlah (ekor) Tahun 1997
1	Sapi	7.816	8.374
2	Kerbau	5.210	3.996
3	Kambing	638	241
4	Kuda	392	409
5	Ayam Ras	40.000	18.106
6	Ayam Buras	160.244	182.788
7	Angsa	*	73
8	Itik	69.067	56.181
T o t a l		283.367	270.168

Sumber : Kantor Kecamatan Bantimurung, 1997

Pada tabel diatas terlihat bahwa populasi ternak yang terbesar dan mengalami pertambahan jumlah dari tahun 1996 sebanyak 160.244 ekor dan tahun 1997 sebanyak 182.788 ekor. Demikian halnya pada ternak sapi dan kuda juga mengalami peningkatan. Lain halnya pada ternak kerbau, kambing dan ayam ras serta itik mengalami penurunan jumlah ternak dari tahun 1996 hingga tahun 1997. Namun ternak ayam raslah yang mengalami penurunan jumlah ternak yang sangat menyolok yaitu pada tahun 1996

berjumlah 40.000 ekor dan tahun 1997 menurun hingga berjumlah 18.106 ekor.

Terjadinya penurunan populasi ternak di kecamatan Bantimurung ini sangat berarti dan berpengaruh dalam mencukupi kebutuhan protein masyarakat setempat, disamping itu ternak kerbau, kuda dan sapi sebagian digunakan untuk tenaga kerja pada kegiatan bertani dan transportasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Khusus Responden

a. Identifikasi Umur Responden

Berdasarkan data primer diperoleh sejumlah responden yang diklasifikasikan menurut tingkatan umur, dapat dilihat pada tabel 9 berikut.

Tabel 9. Klasifikasi Umur Peternak Ayam Pedaging di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros, 1998.

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	20 - 30	10	34,6
2	31 - 40	16	55
3	41 - 50	2	6,9
4	51 keatas	1	3,5
Jumlah		29	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1998.

Dari Tabel 9 terlihat bahwa umur responden yang lebih besar jumlahnya yaitu peternak pada tingkat 31 - 40 tahun dengan jumlah 16 orang (55%) dari 29 jumlah peternak. Pada tingkatan umur 20 - 30 tahun dengan jumlah 10 orang (34,6%) merupakan urutan kedua. Dan umur



41 - 50 tahun hanya terdiri dari 2 orang, sedang umur 51-60 tahun keatas 1 orang peternak ayam pedaging.

Dari data tersebut dijelaskan bahwa tingkatan umur yang dominan tersebut merupakan tingkatan umur yang stabil, karena pada umur tersebut kemampuan fisik dan mental seseorang masih dalam keadaan stabil serta cara berpikir seseorang masih kreatif sehingga tercapai kematangan hidup dibandingkan pada usia tua. Hal ini didukung oleh Mappire (1983) yang menyatakan bahwa semakin tua umur seseorang, kematangan dan produktivitasnya semakin menurun. Pada usia awal (muda) terbentang sejak tercapainya kematangan individu secara hukum sampai kira-kira menjelang usia 50 tahun, dan akhirnya masa tua dimulai sejak berakhirnya masa setengah baya (sedang) sampai seseorang meninggal dunia.

b. Identifikasi Tingkat Pendidikan Responden

Berdasarkan data primer yang diperoleh dari beberapa responden dalam hal ini mengenai keadaan tingkat pendidikan responden yang tidak tamat SD, tamat SD, tamat SMP, tamat SMA sampai sengan sarjana. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 10 berikut.

Tabel 10. Identifikasi Tingkat Pendidikan Responden di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros, 1998.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Tidak Tamat SD	3	10,3
2	Tamat SD	7	24,1
3	Tamat SMP	3	10,3
4	Tamat SMA	11	38
5	Sarjana	5	17,3
Jumlah		29	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1998.

Dari tabel 10 diatas terlihat bahwa tingkat pendidikan yang terbanyak yaitu peternak pada tingkat pendidikan tamat SMA, yang jumlahnya 11 orang (38%) dari 29 peternak. Urutan kedua yang terbanyak yaitu peternak dengan tingkat pendidikan tamat SD sebesar 7 orang (24,1%). Selanjutnya pada tingkat pendidikan Sarjana dan SMP dengan jumlah masing-masing 5 dan 3 orang. Sedang 3 orang lainnya tidak selesaikan di tingkat SD.

Dari data tersebut dapat dijelaskan bahwa keadaan tingkat pendidikan peternak tersebut dipengaruhi oleh

faktor biaya untuk melanjutkan pendidikan terbatas sehingga terdorong untuk menciptakan suatu lapangan kerja yang dapat memperbaiki kehidupan ekonomi mereka. Dalam menjalankan usahanya mereka tidak hanya mengandalkan dari apa yang diperoleh dari bangku sekolah tetapi lebih banyak belajar dari pengalaman di lingkungan sekitarnya misalnya dari orang tua dan mengikuti beberapa penyuluhan yang dapat menambah pengetahuan dan keterampilan mereka, hal ini didukung oleh Mubyarto (1991) yang menyatakan bahwa produktifitas tenaga kerja pertanian dapat ditingkatkan dengan berbagai cara antara lain dengan cara dan latihan untuk meningkatkan mutu dan hasil kerjanya. Sebagian besar dari pengetahuan dan keterampilan peternak yang diperoleh orang tuanya yang membimbing sejak masih anak-anak.

c. Identifikasi Jumlah Tanggungan Responden

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dilihat mengenai jumlah tanggungan keluarga dari masing-masing responden yang telah diklasifikasikan dalam beberapa bentuk tingkatan tanggungan keluarga. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 11 berikut ini.

Tabel 11. Identifikasi Jumlah Tanggungan Keluarga Responden di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros, 1998.

No.	Jumlah Tanggungan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	0 - 2	5	17,3
2	3 - 4	9	31
3	5 keatas	15	51,7
Jumlah		29	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1998.

Dari tabel tersebut diatas bahwa jumlah tanggungan keluarga responden 5 orang keatas adalah yang terbanyak yaitu 15 peternak sebesar 51,7% . Kemudian jumlah tanggungan keluarga 3 - 4 orang yaitu 9 peternak sebesar 31 %. Sedang jumlah tanggungan keluarga 0 - 2 orang adalah yang tersedikit yaitu 5 responden sebesar 17,3%.

Dari data tersebut dapat dijelaskan bahwa tanggungan keluarga yang dominan yaitu 5 orang ke atas sebanyak 15 peternak, sedang untuk tanggungan 3 sampai 4 orang yaitu 9 peternak. Dalam hal ini dapat berpengaruh positif bagi mereka karena anggota keluarga tersebut dapat menjalankan usahanya sehingga mengurangi biaya upah tenaga kerja.

Hal ini didukung oleh Mubyarto (1991) yang menyatakan bahwa dalam usaha tani sebagian besar tenaga kerja berasal dari keluarga petani sendiri yang terdiri atas ayah sebagai kepala keluarga, istri dan anak-anaknya. Tenaga kerja yang berasal dari keluarga petani ini merupakan sumbangan keluarga pada produksi pertanian secara keseluruhan dan tidak pernah dinilai dengan uang. Dengan cara ini tidak ada upah uang yang harus dibayar dan ini dapat menekan ongkos tenaga kerja.

Motif-Motif Pembelian Bibit Ayam Umur Sehari (DOC)

Keadaan yang terjadi dalam diri pribadi seseorang sehingga mendorong keinginan individu untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu untuk mencapai suatu tujuan disebut motif. Motif yang ada pada seseorang akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan. Oleh sebab itu kita dapat mengatakan bahwa sebenarnya perilaku konsumen itu dimulai dengan adanya motif atau motivasi. Secara definitif dapat dikatakan bahwa motif adalah suatu dorongan, kekuatan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh suatu kepuasan (Swastha dan

Handoko, 1987). Selanjutnya dinyatakan pula bahwa motif konsumen dalam melakukan pembelian untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya dapat dibedakan sebagai berikut :

1. Motif primer
2. Motif selektif
3. Motif rasional
4. Motif emosional

Motif-motif pembelian yang mempengaruhi peternak untuk melakukan pembelian bibit ayam pedaging umur sehari (DOC) di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros sangat beraneka ragam. Berdasarkan dari hasil penelitian yang diperoleh bahwa peternak dalam membeli bibit ayam umur sehari (DOC) ada yang dipengaruhi empat motif, tiga motif, dua motif dan satu motif dari 29 peternak yang sedang memlihara ayam pedaging. Untuk lebih jelasnya jumlah dan persentase motif-motif pembelian DOC dapat dilihat pada tabel 12 berikut ini.

Tabel 12. Motif-Motif Pembelian DOC Ayam Pedaging di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros, 1998.

No	Motif Pembelian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	E, R, B, P	6	20,8
2	E, R, B	2	6,9
3	E, R, P	4	13,8
4	E, B, P	2	6,9
5	R, B, P	12	41,3
6	R, B	2	6,9
7	R	1	3,4
Jumlah		29	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1998.

Keterangan : E = Emosional

R = Rasional

B = Barang

P = Patronase

Dari Tabel 12 ditemukan ada 7 (tujuh) macam kelompok motif yang mempengaruhi peternak untuk melakukan pembelian untuk melakukan pembelian DOC. Dari tujuh macam kelompok motif tersebut dijumpai sebanyak 20,8 % peternak yang dipengaruhi oleh empat motif, 68,9 % peternak yang dipengaruhi oleh tiga motif, 6,9 % peternak

yang dipengaruhi oleh dua motif dan 3,4 % konsumen yang dipengaruhi oleh satu motif.

Swastha dan Handoko (1987) mengemukakan bahwa jarang sekali suatu pembelian hanya didorong oleh satu motif. Apabila dalam suatu keadaan yang mana seseorang memiliki beberapa motif, maka motif-motif tersebut dapat saling memperkuat atau justru saling bertentangan. Selain bersifat kompleks, motif pembelian seseorang juga berubah-ubah seiring dengan perjalanan waktu, usia dan faktor lainnya.

Dari tujuh macam kelompok motif yang mempengaruhi peternak untuk melakukan pembelian DOC akan diuraikan sebagai berikut :

a. Pembelian DOC dengan kombinasi motif emosional, rasional, barang dan patronase (E,R,B,P) sebanyak 20,8% dijumpai pada peternak yang membeli DOC praktis untuk ditenakkan karena melihat peternak lain berhasil (emosional), untuk sebagai sumber mata pencaharian yang menguntungkan (rasional), membeli pada penjual/poultry tertentu (patronase), dan lebih menyukai DOC merek SR 707 dibandingkan DOC yang lain

(barang). Hal ini berarti, bahwa peternak dalam berternak dilakukannya untuk memperoleh suatu tujuan.

b. Pembelian DOC dengan kombinasi motif emosional, rasional dan barang (E, R, B) sebanyak 6,9 % dijumpai pada peternak yang membeli DOC karena ingin juga berhasil dalam pemeliharaan (emosional), lebih mementingkan mutu DOC yang akan dipelihara (rasional) dan lebih menyenangkan memelihara DOC merek SR 707 dibanding DOC lainnya (barang). Hal ini berarti bahwa peternak dalam melakukan pembelian DOC tidak tergantung pada penjual/poultry tertentu.

c. Motif pembelian doc dengan motif emosional, rasional dan patronase (E, R, P) sebanyak 13,8 % dijumpai data peternak yang membeli DOC dengan alasan untuk beternak bersama-sama peternak lainnya yang telah berhasil (emosional), untuk memperoleh keuntungan (rasional) dan hanya membeli pada penjual/poultry tertentu karena mendapat pelayanan yang baik (patronase). Ini bermakna, bahwa peternak membeli DOC untuk memperoleh keuntungan dan hanya membeli pada penjual/poultry tertentu.

- d. Kombinasi motif emosional, barang dan patronase (E, B, P) sebanyak 6,9 % terjadi pada peternak yang membeli DOC untuk berhasil karena peternak lainnya juga memelihara DOC tersebut (emosional), lebih menyukai DOC merek daripada DOC lainnya (barang) dan membeli pada penjual/poultry tertentu (patronase). Ini bermakna bahwa peternak dengan dorongan emosi dalam membeli DOC yang sama karena ingin juga berhasil.
- e. Berternak DOC pedaging dengan motif rasional, barang serta patronase (R, B, P) sebanyak 41,3 % dijumpai pada konsumen yang berternak ayam sebagai peternak yang membeli DOC berdasarkan mutu atau kelebihan DOC yang dibelinya (rasional), lebih menyukai DOC tertentu dibanding DOC lainnya (barang) dan melakukan pembelian pada penjual/poultry tertentu yang memberikan pelayanan yang lebih baik (patronase). Ini berarti, bahwa peternak adalah peternak dalam memelihara ayam yang secara sadar mengetahui mutu DOC tertentu yang sering dipelihara serta membelinya pada poultry yang memberikan pelayanan yang baik.

f. Membeli DOC pedaging dengan kombinasi motif rasional dan barang (R, B) sebanyak 6,9 % dijumpai pada peternak yang membeli DOC pedaging dengan alasan mutu dan kelebihan doc tertentu tidak mengecewakan (rasional) serta lebih menyukai DOC pedaging tertentu (favorit) dibanding doc lainnya (barang). Ini berarti bahwa peternak membeli DOC pedaging karena adanya dorongan yang timbul secara sadar dan hanya menyukai DOC tertentu saja.

g. Motif pembeli rasional (R) sebanyak 3,4 % dijumpai pada peternak yang membeli DOC pedaging tidak mengecewakan bila ditenakkan. Ini berarti bahwa peternak membeli atau memilih DOC pedaging karena dorongan yang timbul secara sadar.

Motif-motif pembelian dengan motif emosional cenderung bersumber dari keinginan peternak dalam membeli DOC pedaging merek yang sama bertujuan untuk memperoleh keuntungan karena melihat peternak lainnya juga berhasil karena memelihara DOC yang serupa. Sedangkan motif rasional cenderung bersumber dari peternak yang membeli DOC karena melihat atau menilai mutu dan kelebihan DOC

tertentu. Peternak yang membeli DOC pada penjual/produsen tertentu cenderung disebabkan karena peternak mendapatkan pelayanan yang baik serta reputasi penjual/poultry yang baik, sehingga peternak belajar dari pengalaman-pengalaman pada waktu membeli sebelumnya dan letaknya mudah dijangkau. Peternak lebih menyukai DOC ayam pedaging merek SR 707 dibandingkan DOC merek lainnya yang cenderung dijumpai pada peternak yang hanya beternak pada DOC merek tersebut (lampiran 4).

Beberapa faktor yang Mempengaruhi Pembelian DOC

Berdasarkan hasil penelitian terhadap faktor-faktor yang diduga mempengaruhi terhadap pembelian DOC pedaging meliputi sistem pembayaran, harga, jarak tempat pembelian, purna jual (pelayanan produsen/ poultry), dan pendapatan peternak pada periode pemeliharaan yang lalu.

Penjelasan mengenai sejauh mana faktor tersebut mempengaruhi peternak dalam melakukan pembelian DOC berturut-turut dikemukakan sebagai berikut :

a. Sistem Pembayaran

Klasifikasi pembelian DOC pedaging peternak terhadap sistem pembayaran dapat dilihat pada tabel 13.

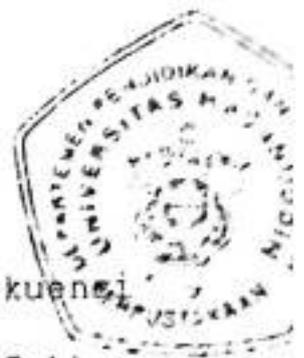
Tabel 13. Klasifikasi Pembelian DOC dan Persentase Sistem Pembayaran Terhadap Peternak di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros.

Pembelian DOC (ekor)	Sistem Pembayaran					
	Tunai	%	Kredit	%	Jumlah	%
≤ 500	15	51,72	5	17,24	20	68,97
> 500	5	17,24	4	13,79	9	31,03
Jumlah	20	68,97	9	31,03	29	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1998.

Berdasarkan tabel 13 dapat diketahui bahwa dari 20 peternak yang membeli DOC dengan jumlah kurang atau sama dengan 500, ada 15 peternak atau 51,72% yang membeli secara tunai dan 5 peternak atau 17,24% yang mendapat keringanan melakukan pembelian secara kredit. Demikian halnya pada jumlah pembelian DOC yang lebih dari 500 ekor, ada 5 peternak atau 17,24% yang membeli secara tunai dan 4 peternak atau 13,79% yang diberikan secara kredit namun menyertakan jaminan kepercayaan kepada penjual.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisis Uji Chi Kuadrat (χ^2) memperlihatkan bahwa χ^2 hitung lebih kecil dari nilai χ^2 tabel pada taraf koreksi 5% maka H_0 diterima, jadi tidak terdapat hubungan atau pengaruh yang berarti antara kedua variabel tersebut. Pada tabel 18



terdapat nilai frekuensi pengamatan dan nilai frekuensi yang diharapkan (teoritis), dimana nilai kedua faktor tersebut tidak berbeda jauh. Sehingga mengakibatkan nilai-nilai keduanya bersesuaian atau sepadan dan dapat dikatakan bahwa perbedaan sistem pembayaran dengan tingkat pembelian DOC oleh peternak tidak memberi pengaruh yang nyata. Ini sesuai dengan yang dikemukakan (Walpole, 1995) bahwa bila frekuensi yang teramati sangat dekat dengan frekuensi harapannya, nilai χ^2 akan kecil, menunjukkan adanya kesesuaian yang baik. Kesesuaian yang baik akan membawa pada penerimaan H_0 .

Apabila dilihat dari jumlah responden yang membeli DOC dengan tunai (cash) ada 20 peternak atau 68,97% dan 9 peternak atau 31,03% yang membeli DOC secara kredit. Ini menunjukkan bahwa pada saat ini pembelian DOC lebih banyak dilakukan dengan sistem pembayaran secara tunai (cash) dibanding pembelian DOC secara kredit.

b. Harga DOC

Faktor harga DOC diklasifikasikan terhadap pembelian DOC oleh peternak dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 14. Klasifikasi Pembelian DOC dan Persentase Harga DOC Terhadap Peternak di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros.

Pembelian DOC (ekor)	Harga DOC (Rp.)					
	≤ 1000	%	> 1000	%	Jumlah	%
≤ 500	1	3,45	19	65,52	20	68,97
> 500	4	13,79	5	17,24	9	31,03
Jumlah	5	17,24	24	82,76	29	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1998.

Berdasarkan data pada tabel diatas memeperlihatkan bahwa dari 20 peternak yang membeli kurang atau sama dengan 500 ekor, ada 1 peternak atau 3,45% yang hanya membeli harga DOC kurang atau sama dengan 1000 rupiah per ekor dan 19 peternak atau 65,52% yang membeli DOC dengan harga lebih dari 1000 rupiah per ekor. Selanjutnya dari 9 Peternak yang membeli doc lebih dari 500 ekor, ada 4 peternak atau 13,79% yang membeli dengan harga kurang atau sama dengan 1000 rupiah per ekor dan 5 peternak atau 17,24% yang membeli dengan harga lebih dari 1000 rupiah per ekor. Kemudian dari 29 peternak diperoleh 17,24% dikategorikan peternak yang membeli DOC dengan harga kurang atau sama dengan 1000 rupiah per ekor dan 82,76% peternak yang membeli DOC dengan harga lebih dari 1000 rupiah per ekor.

Dari Hasil Analisis Chi Kuadrat memperlihatkan bahwa χ^2 hitung lebih besar dari χ^2 tabel dengan taraf signifikansi 5% dan 1%. Dengan demikian maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, maka dapatlah dikatakan terdapat hubungan atau pengaruh yang nyata antara jumlah pembelian DOC peternak dengan harga DOC. Ini dapat dilihat adanya perbedaan nilai frekuensi yang teramati dengan frekuensi yang diharapkan berbeda jauh, sehingga nilai χ^2 yang diperoleh cukup besar yang mengakibatkan H_1 diterima.

Adapun derajat kontigensinya atau derajat hubungan harga doc dengan pembelian DOC (koefisien kontigensi C) dibandingkan dengan koefisien kontigensi maksimum. Terbukti dari perhitungan yang menunjukkan nilai $C = 0,435$ dan $C_{maks} = 0,7071$ dengan derajat berkaitan sebesar 61,52%. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa ada hubungan yang erat antara jumlah tingkat pembelian DOC dengan perbedaan harga DOC perekor oleh penjual/poultry. Sesuai yang dikemukakan (Iwardono, 1990) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang adalah harga barang itu sendiri, pendapatan konsumen, harga barang lain, selera konsumen serta faktor lainnya.

Dilihat dari jumlah responden yang membeli DOC, 5 peternak yang membeli dengan harga kurang atau sama dengan 1000 rupiah per ekor terdiri dari 1 peternak yang membeli DOC kurang atau sama dengan 500 ekor, sementara 4 peternak yang membeli lebih dari 500 ekor. Selanjutnya dari 24 peternak yang membeli dengan harga lebih dari 1000 rupiah per ekor ada 19 peternak yang membeli DOC kurang atau sama dengan 500 ekor dan 5 peternak yang membeli lebih dari 500 ekor.

Keadaan tersebut menunjukkan bahwa mahalnya harga DOC ($> \text{Rp.}1000/\text{ekor}$) peternak lebih banyak dibeli dalam jumlah yang rendah (≤ 500 ekor) dibanding peternak yang membeli DOC lebih dari 500 ekor.

C. Jarak Pembelian

Perbedaan jarak pembelian DOC di Kotamadya Ujung Pandang dan di Kabupaten Maros sendiri terhadap tinggi rendahnya pembelian DOC oleh peternak yang ada di Kecamatan Bantimurung kabupaten Maros. Hal ini dapat dilihat pada tabel 15 sebagai berikut :

Tabel 15. Perbedaan Jarak dan Klasifikasi Pembelian DOC oleh Peternak di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros.

Pembelian DOC (ekor)	Jarak Pembelian					
	Maros	%	U.P.	%	Jumlah	%
≤ 500	16	55,17	4	13,79	20	68,97
> 500	7	24,14	2	6,10	9	31,03
Jumlah	23	79,31	6	20,69	29	100

Sumber : Data Primer setelah Diolah, 1998.

Berdasarkan data tabel 15 diatas terlihat bahwa Tingkat pembelian DOC peternak dan variabel jarak menunjukkan dari 20 peternak yang membeli doc yang kurang atau sama dengan 500 ekor, ada 16 peternak (55,17%) yang membeli DOC di daerah kabupaten Maros dan 4 peternak (13,79%) yang membeli di kotamadya Ujung Pandang. Sedang dari 9 peternak yang membeli lebih dari 500 ekor, terdapat 7 peternak (24,14%) yang membeli di daerah kabupaten Maros dan 2 peternak (6,10%) yang membeli di kotamadya Ujung Pandang.

Bila dilihat dari jumlah peternak yang membeli doc, dari 29 peternak yang membeli ada 23 peternak yang membeli DOC di daerah kabupaten Maros dan 6 peternak yang membeli di Ujung Pandang.

Keadaan ini menunjukkan pembelian DOC ayam pedaging oleh peternak lebih banyak di daerah sendiri melalui Poultry atau perusahaan Breeding Farm terdekat (PT. Satwa Utama Raya).

Berdasarkan analisa Chi Kuadrat dapat diketahui bahwa χ^2 hitung lebih kecil dari χ^2 tabel. Hal tersebut dapat diartikan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, dengan kata lain tidak adanya pengaruh yang nyata antara perbedaan jarak pembelian dengan jumlah pembelian DOC oleh peternak.

Gambaran keadaan tersebut menunjukkan perbedaan jarak antara Kabupaten Maros dan Kotamadya Ujung Pandang tidak memberikan kontribusi yang berarti bagi peternak dalam melakukan pembelian DOC baik itu dalam jumlah kurang atau sama dengan 500 ekor maupun lebih dari 500 ekor.

d. Purna Jual

Purna jual (After Sales Service) diberikan kepada peternak merupakan pelayanan bagi setiap peternak yang melakukan pembelian DOC pada perusahaan atau Poultry.

Tabel 16. Perbedaan Purna Jual dan Klasifikasi Pembelian DOC Oleh Peternak di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros.

Pembelian DOC (ekor)	Purna Jual					
	Tidak Lengkap	%	Lengkap	%	Jumlah	%
≤ 500	15	51,72	5	17,24	20	68,97
> 500	5	17,24	4	13,97	9	31,03
Jumlah	20	79,31	9	20,69	29	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1998.

Berdasarkan tabel tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa dari 20 peternak yang membeli doc yang kurang atau sama dengan 500 ekor, ada 15 peternak (51,72%) yang memperoleh pelayanan penjual (purna jual) tidak lengkap dan 5 peternak (17,24%) yang memperoleh purna jual lengkap. Sedang dari 9 peternak yang membeli lebih dari 500 ekor, ada 5 peternak (17,24%) yang memperoleh purna jual tidak lengkap dan 4 peternak (13,97%) yang memperoleh purna jual lengkap. Selanjutnya dari 29 peternak ayam pedaging, ada 20 peternak (79,31%) yang memperoleh pelayanan penjual tidak lengkap dan 9 peternak atau 20,69% yang memperoleh pelayanan yang lengkap.

Keadaan ini bersesuaian dengan kondisi sistem pembayaran yang dilakukan oleh peternak baik itu secara

kontan maupun kredit. Dimana Penjual atau poultry memberikan pelayanan secara lengkap terhadap peternak yang ia berikan secara kredit dibanding pembayaran pembelian DOC secara keseluruhan secara tunai, baik itu pembelian DOC yang kurang atau sama dengan 500 ekor dan lebih dari 500 ekor.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisis Uji Chi Kuadrat (χ^2) memperlihatkan bahwa χ^2 hitungnya lebih kecil dari nilai χ^2 tabel pada taraf signifikan 5% dan 1% sehingga H_0 diterima, jadi dapatlah dikatakan bahwa tidak terdapat hubungan atau pengaruh yang berarti antara kedua faktor tersebut.

Pendapatan yang berbeda akan memberikan corak atau beragamnya pembelian atau pemeliharaan ternak ayam pedaging yang diperoleh dari hasil panen periode pemeliharaan yang lalu. Hal ini memberikan informasi tentang keadaan peternak secara umum. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada tabel mengenai hubungan dan persentase pendapatan peternak sebagai berikut :

Tabel 17. Perbedaan Pendapatan dan Klasifikasi Pembelian DOC Oleh Peternak di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros.



Pembelian Doc (ekor)	Pendapatan					
	≤ Rp. 750.000	%	>Rp. 750.000	%	Jumlah	%
≤ 500	19	65,52	1	3,45	20	68,97
> 500	1	3,45	8	27,59	9	31,03
Jumlah	20	68,97	9	31,03	29	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1998.

Berdasarkan data-data pada tabel 17 di atas memperlihatkan bahwa dari 20 peternak yang membeli kurang atau sama dengan 500 ekor, ada 19 peternak (65,52%) yang memperoleh pendapatan periode pemeliharaan yang lalu yakni kurang atau sama dengan 750.000 rupiah dan 1 peternak (3,455%) yang memperoleh pendapatan sebesar lebih dari 750.000 rupiah. Selanjutnya dari 9 Peternak yang membeli DOC lebih dari 500 ekor, ada 1 peternak (3,45%) yang memperoleh pendapatan periode yang lalu sebesar kurang atau sama dengan 750.000 rupiah dan 8 peternak (27,59%) yang memperoleh pendapatan sebesar lebih dari 750.000 rupiah . Kemudian dari 29 peternak diperoleh 20 peternak (17,24%) dikategorikan peternak yang memperoleh pendapatan periode yang lalu sebesar kurang atau sama dengan 750.000 rupiah dan 9 peternak (82,76%) peternak

yang memperoleh pendapatan sebesar lebih dari 750.000 rupiah.

Dari Hasil Analisis Chi Kuadrat memperlihatkan bahwa χ^2 hitung lebih besar dari χ^2 tabel dengan taraf koreksi 5% dan 1%. Dengan demikian maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, maka dapatlah dikatakan terdapat hubungan atau pengaruh yang nyata antara besarnya pendapatan yang telah diperoleh pada periode pemeliharaan yang lalu terhadap jumlah pembelian DOC oleh peternak. Ini dapat dilihat adanya perbedaan nilai frekuensi yang teramati dengan frekuensi yang diharapkan berbeda jauh, sehingga nilai χ^2 yang diperoleh cukup besar yang mengakibatkan H_1 diterima.

Adapun derajat kontigensinya atau derajat hubungan harga doc dengan pembelian DOC (koefisien kontigensi C) dibandingkan dengan koefisien kontigensi maksimum. Terbukti dari perhitungan (tabel 22) yang menunjukkan nilai $C = 0,6428$ dan $C_{maks} = 0,7071$ dengan derajat keterkaitan sebesar 90,91%. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa ada hubungan yang sangat erat antara besarnya pendapatan (keuntungan) pada periode

pemeliharaan yang lalu terhadap jumlah pembelian DOC oleh peternak.

Keadaan tersebut menunjukkan bahwa peternak yang pendapatan kurang atau sama dengan 750.000 rupiah lebih banyak membeli DOC dalam jumlah yang rendah yakni 500 ekor dibanding peternak yang membeli doc lebih dari 500 ekor. Lain halnya dengan peternak yang berpendapatan lebih dari 750.000 rupiah lebih banyak membeli doc dalam jumlah kategori tinggi yakni lebih dari 500 ekor dibanding pembelian DOC oleh peternak yang kurang atau sama dengan 500 ekor. Ini sesuai yang dikemukakan (Iswardono, 1990) bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang adalah pendapatan konsumen. Selanjutnya juga dikemukakan (Soekartawi, 1993) yang menyatakan, bahwa permintaan suatu komoditi pertanian adalah banyaknya komoditi petanian yang dibutuhkan oleh konsumen. Besar kecilnya komoditi pertanian yang diminta umumnya dipengaruhi oleh harga-harga substitusi atau harga komplemennya, selera dan keinginannya, jumlah konsumsi serta pendapatan konsumen yang bersangkutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Motif-motif pembelian bibit ayam pedaging umur sehari (DOC) oleh peternak di kecamatan Bantimurung kabupaten Maros yaitu motif Rasional-Barang-Patronase (41,3%), motif Emosional-Rasional-Barang-Patronase (20,8%), motif Emosional-Rasional-Patronase (13,8%), motif Emosional-Rasional-Barang (6,9%), motif Emosional-Barang-Patronase (6,9%), motif Rasional-Barang (6,9%), dan motif Rasional (3,4%).
2. Dari beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian bibit ayam pedaging umur sehari (DOC) oleh peternak hanya faktor harga beli DOC dan pendapatan atau keuntungan yang diperoleh peternak pada periode pemeliharaan yang lalu menunjukkan adanya hubungan atau pengaruh yang sangat nyata. Sedang faktor lainnya seperti sistem pembayaran, jarak dan purna jual terhadap pembelian doc tidak memberikan hubungan

yang sangat berarti, karena diperoleh nilai frekuensi yang teramati dan nilai frekuensi yang diharapkan mengalami kesesuaian atau nilainya tidak berbeda jauh, sehingga nilai χ^2 menjadi kecil dan mengakibatkan H_0 diterima. Ini berarti dari ketiga faktor yang tidak berpengaruh tersebut memberikan makna bahwa perbedaan dalam sistem pembayaran, perbedaan jarak pembelian DOC, serta pelayanan yang diberikan oleh produsen/poultry tidak memberikan pengaruh terhadap tingkat pembelian DOC yang dilakukan oleh peternak.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka :

1. Diharapkan produsen atau poultry lebih nyata dalam memberikan pelayanan kepada peternak baik itu pembelian yang dilakukan secara kontan maupun kredit sehingga peternak lebih senang menanamkan biaya operasional produksi/pemeliharaan pada perusahaan anda. Selain itu pemberian informasi atau penyuluhan tentang bagaimana penanganan pemeliharaan yang

efisien dalam menghadapi kendala naiknya biaya produksi sedangkan harga jual produksi tidak memberikan harga yang tetap atau berfluktuasi.

2. Bagi perusahaan pembibitan atau breeding farm supaya lebih meningkatkan mutu DOC yang dihasilkan supaya dapat lebih bersaing dengan DOC yang lainnya yang sekarang ini bibit merek SR 707 produksi PT Satwa Utama Raya yang lebih disenangi oleh peternak yang ada di kecamatan Bantimurung kabupaten Maros.

Lampiran 1. Data Hasil Penelitian

No.	Nama Responden	I	II	III	IV	V	Y
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Muhammadong	2	1.100	42	1	499.000	200
2.	M. Djufri, S.Pd.	2	1.125	12	1	497.500	200
3.	M. Basri	2	1.100	42	1	350.000	200
4.	M. Asri	2	1.150	46	1	500.000	200
5.	Makmur	2	1.100	42	1	250.000	200
6.	Syarifuddin	2	1.150	13	1	450.000	300
7.	Abd. Latif	2	1.150	13	1	480.000	300
8.	Drs Abd. Haris	2	1.150	13	1	390.000	200
9.	Muhammdiah	2	1.100	15	1	499.000	400
10.	Ir. Idrus	2	1.150	13	1	200.000	200
11.	Andi palawari	1	1.150	16	2	700.000	400
12.	Syamsuddin	1	1.000	15	2	2.000.000	2.000
13.	Patawari	2	1.100	14	1	451.000	500
14.	H. Jabir	2	1.100	14	1	1.000.000	1.000
15.	Kamaruddin	2	1.000	16	1	2.000.000	2.000
16.	Mappung	2	1.100	16	1	2.000.000	2.000
17.	Thamrin	1	800	16	2	450.000	500
18.	Yusri	1	800	16	2	500.000	600
19.	Hanafiah	1	1.100	16	2	498.000	500
20.	Samsir	1	1.100	16	2	750.000	800
21.	Yakub	1	1.050	16	2	430.000	500
22.	Firman	1	1.100	16	2	450.000	500
23.	H.Lempa	1	800	14	2	498.000	1.000
24.	Darwis	2	1.100	14	1	500.000	500
25.	M. Jupri	2	1.100	46	1	2.000.000	2.000
26.	Kamaluddin	2	1.100	46	1	2.000.000	2.100
27.	Badollahi	2	1.100	14	1	499.000	500
28.	Lurang	2	1.100	14	1	497.000	500
29.	Dg. Taku	2	1.100	14	1	450.000	500
Jumlah		-	-	-	-	21.788.000	20.800

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1998.

Keterangan :- I (Sistem Pembayaran): 2 (Tunai)
 1 (Kredit)
 - II (Harga DOC)
 - III (Jarak)
 - IV (Purna Jual) : 2 (Lengkap)
 1 (Tidak lengkap)
 - V (Pendapatan)

Lampiran 2. Data Hasil Penelitian

No	Motif Rasional	Motif Emosional	Motif Barang	Motif Patronase
1	Tidak mengecewakan	-	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik
2	Tidak mengecewakan	-	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik
3	Tidak mengecewakan	-	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik
4	Tidak mengecewakan	-	Doc (Favorit)	-
5	Tidak mengecewakan	-	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik
6	Tidak mengecewakan	-	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik
7	Tidak mengecewakan	-	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik
8	-	Peternak lain berhasil	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik
9	Tidak mengecewakan	-	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik
10	-	Peternak lain berhasil	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik
11	Tidak mengecewakan	Peternak lain berhasil	Doc (Favorit)	-
12	Tidak mengecewakan	Peternak lain berhasil	Doc (Favorit)	-
13	Tidak mengecewakan	-	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik
14	Tidak mengecewakan	-	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik
15	Tidak mengecewakan	-	Doc (Favorit)	-
16	Tidak mengecewakan	Peternak lain berhasil	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik
17	Tidak mengecewakan	Peternak lain berhasil	-	Pelayanan yg baik
18	Tidak mengecewakan	Peternak lain berhasil	-	Pelayanan yg baik
19	Tidak mengecewakan	-	-	-
20	Tidak mengecewakan	Peternak lain berhasil	-	Pelayanan yg baik

No	Motif Rasional	Motif Emosional	Motif Barang	Motif Patronase
21	Tidak mengecewakan	Peternak lain berhasil	-	Pelayanan yg baik
22	Tidak mengecewakan	Peternak lain berhasil	-	Pelayanan yg baik
23	Tidak mengecewakan	Peternak lain berhasil	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik
24	Tidak mengecewakan	-	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik
25	Tidak mengecewakan	-	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik
26	Tidak mengecewakan	Peternak lain berhasil	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik
27	Tidak mengecewakan	Peternak lain berhasil	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik
28	Tidak mengecewakan	Peternak lain berhasil	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik
28	Tidak mengecewakan	Peternak lain berhasil	Doc (Favorit)	Pelayanan yg baik

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1998.

Lampiran 3.

Tabel 18. Analisis Chi Kuadrat Untuk Mengetahui Pengaruh Faktor Sistem Pembayaran terhadap Pembelian DOC.

Sist. Pembayaran Pembelian DOC (ekor)	Tunai (2)	Kredit (1)	Jumlah
≤ 500	15 13,79	5 6,21	20
> 500	5 6,21	4 2,79	9
Jumlah	20	9	29

e_{ij} (Teoritis) $n_{i0} \times n_{0j} / n$	$O_{ij} - e_{ij}$	$\frac{(O_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$
e_{11} 13,79	1,21	0,106
e_{12} 6,21	-1,21	0,235
e_{21} 6,21	-1,21	0,235
e_{22} 2,79	1,21	0,524
		$\chi^2 = 1,100$

Nilai Kritis :

K = Kolom dan B = Baris

χ^2_{α} ; dk (K-1) (B-1) =

$\chi^2_{(0,01)} ; (1) = 6,635$

$\chi^2_{(0,05)} ; (1) = 3,84$

Kesimpulan :

$\chi^2_{(0,05)} ; (1) > \chi^2_{hitung}$ atau $3,84 > 1,100$

Derajat Hubungan :

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}}$$

$$C = \sqrt{\frac{1,100}{1,100 + 29}} = \sqrt{\frac{1,100}{30,100}} = \sqrt{0,0365} = 0,1912$$

$$C_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$C_{maks} = \sqrt{\frac{2-1}{2}} = \sqrt{\frac{1}{2}} = \sqrt{0,5} = 0,7071$$

$$\frac{0,1912}{0,7071} \times 100\% = 27,04\%$$

Tabel 19. Analisa Chi Kuadrat Untuk Mengetahui Pengaruh Faktor Harga DOC terhadap Pembelian DOC.

Harga DOC (Rp./e) Pembelian DOC (ekor)	≤ Rp.1000	> Rp.1000	Jumlah
≤ 500	1 3,45	19 16,55	20
> 500	4 1,55	5 7,45	9
Jumlah	5	24	29

s_{ij} (Teoritis) $n_{i0} \times n_{0j}/n$	$O_{ij} - s_{ij}$	$\frac{(O_{ij} - s_{ij})^2}{s_{ij}}$
3,45	-2,45	1,74
16,55	2,45	0,36
1,55	2,45	3,87
7,45	-2,45	0,81
		$\chi^2 = 6,78$

Nilai Kritis :

K = Kolom dan B = Baris

χ^2_{α} ; dk (K-1) (B-1)

$\chi^2_{(0,01)}$; (1) = 6,635

$\chi^2_{(0,05)}$; (1) = 3,84

Kesimpulan :

$\chi^2_{(0,01)}$; (1) < χ^2_{hitung} atau 6,635 < 6,78

Derajat Hubungan :

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}} =$$

$$C = \sqrt{\frac{6,78}{35,78}} = \sqrt{0,1895} = 0,435$$

$$C_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$C_{maks} = \sqrt{\frac{2-1}{2}} = \sqrt{\frac{1}{2}} = \sqrt{0,5} = 0,7071$$

$$\frac{0,435}{0,7071} \times 100\% = 61,52\%$$

Tabel 20. Analisa Chi Kuadrat Untuk Mengetahui Pengaruh Faktor Jarak Pembelian terhadap Pembelian DOC.

Jarak Pembelian Pembelian DOC (ekor)	Maros (2)	Ujung Pandang (1)	Jumlah
≤ 500	16 15,86	4 4,14	20
> 500	7 7,14	2 1,86	9
Jumlah	23	6	29

s_{ij} (Teoritis) $n_{i0} \times n_{0j} / n$	$O_{ij} - s_{ij}$	$\frac{(O_{ij} - s_{ij})^2}{s_{ij}}$
15,86	0,14	0,00123
4,14	-0,14	0,00473
7,14	-0,14	0,00274
1,86	0,14	0,01054
		$\chi^2 = 0,01924$

Nilai Kritis :

K = Kolom dan B = Baris

$\chi^2_{\alpha} ; dk (K-1)(B-1) =$

$\chi^2_{(0,01)} ; (1) = 6,635$

$\chi^2_{(0,05)} ; (1) = 3,84$

Kesimpulan :

$\chi^2_{(0,05)} ; (1) > \chi^2_{hitung}$ atau $3,84 > 0,01924$

Derajat Hubungan :

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}} =$$

$$C = \sqrt{\frac{0,01924}{29,01924}} = \sqrt{0,000663} = 0,0257$$

$$C_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$C_{maks} = \sqrt{\frac{2-1}{2}} = \sqrt{\frac{1}{2}} = \sqrt{0,5} = 0,7071$$

$$\frac{0,0257}{0,7071} \times 100\% = 3,635\%$$

Tabel 21. Analisa Chi Kuadrat Untuk Mengetahui Pengaruh Faktor Purna Jual terhadap Pembelian DOC.

Purna Jual Pembelian DOC (ekor)	Tidak Lengkap (1)	Lengkap (2)	Jumlah
≤ 500	15 13,79	5 6,21	20
> 500	5 6,21	4 2,79	9
Jumlah	20	9	29

e_{ij} (Teoritis) $n_{i0} \times n_{0j} / n$	$O_{ij} - e_{ij}$	$\frac{(O_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$
13,79	1,21	0,106
6,21	-1,21	0,235
6,21	-1,21	0,235
2,79	1,21	0,524
		$\chi^2 = 1,100$

Nilai Kritis :

K = Kolom dan B = Baris

$\chi^2_{\alpha} ; dk (K-1) (B-1)$

$\chi^2_{(0,01)} ; (1) = 6,635$

$\chi^2_{(0,05)} ; (1) = 3,84$

Kesimpulan :

$\chi^2_{(0,05)} ; (1) > \chi^2_{hitung}$ atau $3,84 > 1,100$

Derajat Hubungan :

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}} =$$

$$C = \sqrt{\frac{1,100}{30,100}} = \sqrt{0,0365} = 0,1912$$

$$C_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$C_{maks} = \sqrt{\frac{2-1}{2}} = \sqrt{\frac{1}{2}} = \sqrt{0,5} = 0,7071$$

$$\frac{0,1912}{0,7071} \times 100\% = 27,04\%$$

Tabel 22. Analisa Chi Kuadrat Untuk Mengetahui Pengaruh Faktor Pendapatan terhadap Pembelian DOC.

Pembelian DOC(ekor)	Pendapatan		Jumlah
	≤ Rp.750.000 (Rendah)	> Rp.750.000 (Tinggi)	
≤ 500	19 13,79	1 6,21	20
> 500	1 6,21	8 2,79	9
Jumlah	20	9	29

e_{ij} (Teoritis) $n_{i0} \times n_{0j} / n$	$O_{ij} - e_{ij}$	$\frac{(O_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$
13,79	5,21	1,96
6,21	-5,21	4,37
6,21	-5,21	4,37
2,79	5,21	9,73
		$\chi^2 = 20,43$

Nilai Kritis :

K = Kolom dan B = Baris

$$\chi^2_{\alpha} ; dk (K-1) (B-1)$$

$$\chi^2_{(0,01)} ; (1) = 6,635$$

$$\chi^2_{(0,05)} ; (1) = 3,84$$

Kesimpulan :

$$\chi^2_{(0,01)} ; (1) < \chi^2_{hitung} \text{ atau } 6,635 < 20,43$$

Derajat Hubungan :

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}} =$$

$$C = \sqrt{\frac{20,43}{49,43}} = \sqrt{0,4133} = 0,6428$$

$$C_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$C_{maks} = \sqrt{\frac{2-1}{2}} = \sqrt{\frac{1}{2}} = \sqrt{0,5} = 0,7071$$

$$\frac{0,6428}{0,7071} \times 100\% = 90,91\%$$

Lampiran 4. Identitas Responden .

No.	Nama Responden	I	II	III	IV	V
1	2	3	4	5	6	7
1.	Muhammadong	Peternak	32	2		
2.	M. Djufri, S.Pd.	Peternak	35	8	Sarjana	SR 707
3.	M. Basri	Petani	36	4	Sarjana	SR 707
4.	M. Asri	Petani	35	4	SD	SR 707
5.	Makmur	petani	35	4	SMP	SR 707
6.	Syarifuddin	Petani	34	4	SD	SR 707
7.	Abd. Latif	Pengusaha	30	2	SMA	SR 707
8.	Drs Abd. Haris	Peternak	36	2	SD	SR 707
9.	Muhammdiah	Peternak	32	2	Sarjana	SR 707
10.	Ir. Idrus	PNS	32	1	Sarjana	SR 707
11.	Andi palawari	PNS	35	3	Sarjana	SR 707
12.	Syamsuddin	Peternak	27	5	STM	SR 707
13.	Patawari	Peternak	33	5	SD	SR 707
14.	H. Jabir	Pengusaha	51	7	SD	SR 707
15.	Kamaruddin	Peternak	35	6	SD	SR 707
16.	Mappung	Peternak	32	5	SMA	SR 707
17.	Thamrin	Peternak	22	3	SMA	SR 707
18.	Yusri	Peternak	18	4	SMA	SR 707
19.	Hanafiah	Peternak	20	5	SMA	SR 707
20.	Samsir	Peternak	19	5	SMA	SR 707
21.	Yakub	Peternak	18	3	SMA	SR 707
22.	Firman	Peternak	21	3	SMA	SR 707
23.	H. Lempa	Peternak	42	4	SMA	SR 707
24.	Darwis	Peternak	35	4	SD	SR 707
25.	M. Jupri	PNS	30	3	SMP	SR 707
26.	Kamaluddin	Petani	33	4	SMP	SR 707
27.	Badollahi	Petani	27	3	SMA	SR 707
28.	Lurang	Petani	22	6	SD	SR 707
29.	Dg. Taku	Petani	38	7	SD	SR 707

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 1998.

- Keterangan :
- I (Pekerjaan Pokok)
 - II (Umur Responden dalam tahun)
 - III (Lama Beternak dalam bulan/tahun)
 - IV (Pendidikan Akhir)
 - V (Merek Doc yang dipelihara)

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan pada tanggal 18 Juli 1971 di Ujung Pandang, Sulawesi Selatan. Orang Tua bernama Muhammad Akib Aty dan Wafiah. Dan telah mengikuti pendidikan formal sebagai berikut :

- Menyelesaikan Pendidikan TK di Aisyiyah di Ujung Pandang pada tahun 1978
- Mengikuti Pendidikan Dasar di SD Negeri Mangkura hingga kelas 5 dan menyelesaikan Pendidikan Dasar di SD Negeri No.22 di Kabupaten Maros Pada tahun 1984.
- Menyelesaikan Pendidikan SLTP di Pesantren Moderen IMMMI Ujung Pandang pada Tahun 1987.
- Menyelesaikan Pendidikan SLTA di SMA Negeri I Kabupaten Maros pada Tahun 1990.
- Pada tahun 1990 berhasil masuk di Universitas Hasanuddin dan terdaftar sebagai Mahasiswa FISIPOL, Jurusan Komunikasi, yang selanjutnya pindah dan.
- Berhasil masuk pada tahun 1991 di Universitas Hasanuddin Ujung Pandang dan terdaftar sebagai Mahasiswa Peternakan, Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan.