

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pertumbuhan jumlah penduduk, peningkatan pendapatan, dan kesadaran akan pentingnya gizi menyebabkan permintaan terhadap ayam ras pedaging sebagai sumber protein hewani terus meningkat. Seiring dengan meningkatnya pendapatan per kapita, kebutuhan masyarakat akan protein hewani juga bertambah. Ayam pedaging adalah salah satu komoditas unggas yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan protein hewani di Indonesia. Konsumsi ayam pedaging meningkat setiap tahun karena harganya yang terjangkau oleh berbagai lapisan masyarakat (Wibowo, 2021).

Konsumsi merupakan pengeluaran yang dilakukan oleh rumah tangga untuk barang dan jasa dengan tujuan memenuhi kebutuhan individu yang melakukan pengeluaran tersebut. Pengeluaran masyarakat untuk makanan, pakaian, dan barang kebutuhan lainnya termasuk dalam kategori konsumsi. Barang-barang yang diproduksi untuk digunakan oleh masyarakat dalam rangka memenuhi kebutuhannya disebut sebagai barang konsumsi. Secara umum, konsumsi diartikan sebagai penggunaan barang dan jasa yang secara langsung bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia (Elvina, 2018).

Ayam Pedaging adalah jenis ayam yang dikembangkan untuk memproduksi daging secara cepat. Ayam ini memiliki pertumbuhan yang sangat pesat, dengan target panen kurang dari 5 minggu dan berat badan sekitar 1,7 kg per ekor. Keunggulan ayam pedaging berasal dari seleksi ketat yang menghasilkan genetik unggul, serta pemeliharaan yang terkontrol, mencakup pakan, suhu lingkungan, dan manajemen pemeliharaan. Penampilan optimal ayam pedaging sebagai ayam pedaging berkualitas dapat dicapai melalui sistem pemeliharaan intensif modern, yang ditandai dengan penggunaan bibit unggul, pakan berkualitas, dan pengendalian lingkungan kandang secara penuh (Darwati dan Mui'z, 2019).

Desa Talle merupakan suatu desa yang ada di Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai, Sulawesi Selatan dengan jumlah penduduk yaitu 4.967 jiwa. Menurut Heriyon (2008) yang menyatakan bahwa jumlah penduduk suatu wilayah akan mempengaruhi tingkat konsumsi ayam pedaging. Semakin tinggi kepadatan penduduk, semakin tinggi pula konsumsi ayam pedaging, karena harganya relatif lebih murah dibandingkan dengan daging ayam kampung atau daging ternak lainnya, seperti sapi, kerbau, kambing, dan domba. Konsumsi masyarakat terhadap produk peternakan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat adalah pendapatan, harga barang dan jasa, selera konsumen, ekspektasi, barang pengganti, jumlah penduduk, dan kekayaan.

Data BPS (Badan Pusat Statistik) Kabupaten Sinjai, total penduduk di Desa Talle tahun 2024 yaitu sebanyak 4.967 jiwa. Total konsumsi ayam pedaging di Desa Talle pada tahun 2024 yaitu 0,012 kg/kapita/minggu. Sedangkan menurut Hajrawati dkk (2016) yang menyatakan bahwa konsumsi masyarakat terhadap ayam pedaging di Indonesia mengalami peningkatan seiring berjalannya waktu. Berdasarkan data statistik tahun 2012-2014 rata-rata konsumsi ayam pedaging di Indonesia mencapai 0,078 kg/kapita/minggu.

Kondisi konsumsi masyarakat terhadap ayam pedaging di Desa Talle cukup bervariasi. Rumah tangga dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi cenderung membeli ayam pedaging dalam jumlah yang lebih besar untuk memenuhi kebutuhan protein hewani. Demikian pula rumah tangga yang memiliki jumlah anggota keluarga yang lebih banyak akan membeli ayam pedaging dalam jumlah lebih banyak juga untuk mencukupi asupan gizi anggota keluarga. Sehingga kemungkinan rumah tangga dengan pendapatan rendah dan rumah tangga yang memiliki anggota keluarga yang sedikit akan mempengaruhi jumlah konsumsi ayam pedaging yang lebih rendah. Tetapi beberapa masyarakat dengan pendapatan tinggi dan anggota keluarga yang lebih banyak justru memiliki tingkat konsumsi ayam pedaging yang rendah. Adapun alasan dari hal tersebut yaitu karena adanya pantangan penyakit yang dialami masyarakat terhadap konsumsi ayam pedaging. Selain hal tersebut, juga bisa disebabkan karena kurangnya tingkat kesukaan atau selera masyarakat terhadap konsumsi ayam pedaging. Hal ini sesuai dengan pendapat Zubaidah (2015) yang menyatakan bahwa tingkat kesukaan atau selera konsumen turut memengaruhi tingkat permintaan ayam pedaging. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait topik tersebut khususnya di Desa Talle. Hal inilah yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian mengenai “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Mengonsumsi Ayam Pedaging di Desa Talle, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai”.

1.2 Landasan teori

1.2.1 Ayam Pedaging

Pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia yang terus meningkat setiap tahun secara otomatis berpengaruh pada kesadaran masyarakat akan pentingnya gizi. Hal ini berdampak pada peningkatan permintaan terhadap kebutuhan protein, baik protein hewani maupun nabati. Peternakan menjadi subsektor penting dalam penyediaan protein hewani. Salah satu produk peternakan yang berperan besar dalam memenuhi kebutuhan tersebut adalah daging ayam ras, atau yang dikenal dengan ayam pedaging (Murti dkk., 2020).

Ayam pedaging adalah salah satu komoditi unggas yang memberikan kontribusi signifikan dalam memenuhi kebutuhan protein hewani masyarakat Indonesia. Permintaan daging ayam terus meningkat setiap tahunnya karena harganya yang terjangkau oleh berbagai lapisan masyarakat. Ayam pedaging dikenal sebagai unggas dengan pertumbuhan yang sangat cepat, yang bisa dipanen

dalam waktu 5 minggu. Keunggulan ayam pedaging ini didukung oleh faktor genetik yang unggul serta kondisi lingkungan mencakup pakan, suhu, dan pemeliharaan (Prayogi, 2014).

Ayam pedaging merupakan jenis ayam ras unggul yang memiliki keunggulan genetik, terutama dalam hal pertumbuhan. Peternakan ayam pedaging terus berkembang pesat karena selain pertumbuhannya yang cepat, dagingnya juga lezat dan empuk, serta harganya terjangkau bagi masyarakat. Pertumbuhan pesat ayam pedaging ini juga merupakan upaya untuk memenuhi meningkatnya permintaan masyarakat terhadap daging ayam (Tumbal dan Simanjuntak, 2020).

1.2.2 Konsumsi Masyarakat Terhadap Ayam Pedaging

Konsumsi dapat diartikan sebagai bagian dari pendapatan rumah tangga yang dialokasikan untuk membeli berbagai barang dan kebutuhan lainnya. Secara umum, konsumsi adalah penggunaan barang dan jasa yang secara langsung memenuhi kebutuhan manusia. Konsumsi juga dapat diartikan sebagai pengeluaran seseorang untuk barang dan jasa dengan tujuan memenuhi kebutuhannya sendiri sebagai hasil dari aktivitas yang dilakukannya (Takahindangen dkk., 2021).

Menurut Badan Ketahanan Pangan (2014), konsumsi pangan adalah jumlah makanan dan minuman yang dikonsumsi oleh individu, kelompok, atau populasi untuk memenuhi kebutuhan gizi mereka. Pangan yang dikonsumsi oleh rumah tangga idealnya harus memenuhi prinsip bergizi, beragam, sehat, dan aman (B2SA), sebagaimana ditetapkan oleh pemerintah, agar tercipta pola pangan sehat. Di Indonesia, salah satu metode untuk mengukur kecukupan dan kesehatan makanan yang dikonsumsi oleh masyarakat di suatu wilayah adalah dengan melihat nilai Pola Pangan Harapan (PPH) (Ermawati dan Sarana, 2017).

Kebutuhan akan pangan yang bergizi dan berkualitas, sebagai kebutuhan dasar paling penting bagi manusia untuk mempertahankan hidup yang lebih sehat dan sejahtera sepanjang siklus kehidupan. Pola konsumsi makanan rumah tangga juga secara bertahap berubah dengan meningkatnya konsumsi protein hewani, termasuk produk peternakan unggas. Ayam pedaging lebih digemari oleh berbagai lapisan masyarakat karena memiliki keunggulan dibandingkan sumber pangan hewani lainnya, sehingga menjadi alternatif sumber protein hewani pengganti daging sapi (Adi dan Nurliza, 2017).

1.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Mengonsumsi Ayam Pedaging

1. Pendapatan

Pendapatan adalah segala bentuk penerimaan, baik dalam bentuk uang maupun barang, yang berasal dari pihak lain atau hasil industri yang dihitung berdasarkan nilai uang yang berlaku saat itu. Pendapatan menjadi sumber penghasilan bagi seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan

memiliki peranan penting dalam keberlangsungan hidup seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung (Madji dkk., 2019).

Pendapatan keluarga mencakup penghasilan suami dan istri serta anggota keluarga lainnya dari aktivitas utama maupun tambahan. Pendapatan sering digunakan sebagai indikator tingkat kemakmuran yang telah dicapai oleh individu atau keluarga, dan dalam beberapa kasus merupakan faktor dominan yang memengaruhi keputusan seseorang atau keluarga mengenai suatu hal. Pendapatan keluarga memiliki peran penting karena kesejahteraan keluarga pada dasarnya sangat bergantung pada besarnya pendapatan yang diperoleh (Astuti dkk., 2022).

Menurut Rorimpandev dkk (2014) menjelaskan bahwa Peningkatan konsumsi daging cenderung dipengaruhi oleh tingkat pendapatan masyarakat di suatu wilayah. Semakin tinggi pendapatan maka semakin besar kecenderungan untuk mengonsumsi daging. Pendapatan seseorang memiliki dampak signifikan terhadap pilihan makanan yang akan dikonsumsi. Pendapatan yang lebih tinggi memungkinkan seseorang untuk membuat pilihan pangan yang lebih baik. Selain itu, dengan meningkatnya pendapatan, seseorang cenderung memilih makanan yang lebih beragam dan berkualitas.

2. Umur

Umur adalah jumlah tahun yang telah dilalui seseorang sejak kelahirannya, diukur dari tanggal lahir hingga waktu sekarang sebagai penanda tingkat sosial (Wirosari, 2014). Umur merupakan salah satu faktor yang berpengaruh signifikan terhadap pembelian daging. Umur produktif cenderung lebih responsive terhadap informasi yang diterima, termasuk informasi mengenai pentingnya konsumsi protein hewani dari ternak yang bermanfaat bagi Kesehatan tubuh manusia (Utiah dkk., 2021).

Sudut pandang kepercayaan masyarakat, seseorang yang lebih dewasa akan lebih dianggap dapat dipercaya dibandingkan dengan mereka yang belum mencapai kedewasaan yang cukup. Suwaryo dan Wuyono (2017) juga menyatakan bahwa usia seseorang juga berdampak pada kemampuan menangkap informasi dan pola pikir. Seiring bertambahnya usia, kemampuan daya tangkap dan pola pikir akan semakin berkembang, sehingga pengetahuan yang diperoleh semakin meningkat.

3. Harga

Harga produk menjadi penentu dalam keputusan pembelian oleh konsumen. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukar konsumen sebagai imbalan atas manfaat dari memiliki atau menggunakan produk tersebut. Harga juga menggambarkan nilai suatu barang yang diukur dalam bentuk uang (Suroto dkk., 2023).

Harga memiliki peran yang sangat penting dalam memengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli produk atau jasa, sehingga berpengaruh besar terhadap kesuksesan pemasaran produk atau jasa tersebut. Rahayu dan Dewanti (2018) menjelaskan bahwa harga ayam pedaging mempengaruhi jumlah

permintaan konsumen. Semakin rendah harga barang, semakin tinggi permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, jika harga barang naik, permintaan akan cenderung menurun.

4. Jumlah Anggota Keluarga

Keluarga merupakan lingkungan mikro, yaitu lingkungan terdekat bagi konsumen. Keluarga adalah tempat dimana Sebagian besar konsumen hidup dan berinteraksi dengan anggota keluarga lainnya. Keluarga memiliki daya Tarik bagi konsumen karena berpengaruh dalam proses pengambilan Keputusan pembelian produk dan jasa (Sularso, 2018).

Jumlah anggota keluarga adalah salah satu faktor yang selalu dipertimbangkan ketika seseorang akan menggunakan uangnya untuk kebutuhan keluarga. Jumlah ini akan berdampak pada total pengeluaran sebuah rumah tangga secara keseluruhan (Rahayu dkk., 2018).

Handayani dan Yulistiyono (2023) menjelaskan bahwa Jumlah konsumsi rumah tangga dipengaruhi oleh banyaknya anggota keluarga yang berakibat pada meningkatnya tingkat pengeluaran. Kebutuhan yang lebih besar seiring bertambahnya jumlah anggota keluarga dapat menjadi beban bagi rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, jumlah anggota keluarga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pola konsumsi rumah tangga.

5. Pendidikan

Pendidikan adalah elemen penting dalam menilai perilaku konsumsi seseorang. Semakin tinggi tingkat pendidikan semakin luas pengetahuan seseorang dalam mengambil keputusan. Pendidikan yang lebih tinggi memperkaya pertimbangan seseorang dalam mengonsumsi barang atau jasa. Kematangan berpikir dalam menilai kualitas suatu barang atau komoditas sangat berkaitan dengan tingkat pengetahuan dan pendidikan individu tersebut (Yahya dkk., 2022).

Tingkat pendidikan mempengaruhi konsumsi rumah tangga. Pendidikan merupakan upaya sadar untuk mencapai kehidupan yang lebih baik. Dampaknya terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat sangat besar. Dengan pendidikan yang lebih tinggi, seseorang lebih mudah menerima perkembangan di sekitarnya. Sebaliknya, pendidikan yang rendah dapat menyebabkan kesulitan dalam mengikuti perkembangan tersebut. Oleh karena itu, tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang memainkan peran penting dalam pembangunan sosial ekonomi Masyarakat (Yanti dan Murtala, 2019).

Tingkat Pendidikan dapat memengaruhi perubahan perilaku melalui perubahan pola pikir dan pengalaman yang dimiliki. Orang dengan tingkat pengetahuan yang lebih tinggi cenderung memilih makanan berkualitas lebih baik dibandingkan mereka yang memiliki pendidikan lebih rendah. Menurut Herlinae dan Yemima (2015) yang menyatakan bahwa konsumen dengan pengetahuan dan pendidikan yang lebih tinggi cenderung memilih pangan yang lebih berkualitas. Konsumsi pangan dari hasil ternak merupakan sumber nutrisi

penting yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan otak serta kecerdasan manusia.

6. Selera

Selera merupakan ketertarikan seseorang terhadap sesuatu. Selera adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kebijakan atau keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Selera memengaruhi keputusan pembelian karena melibatkan berbagai aspek, seperti kesan konsumen, daya tahan produk, nilai guna, bentuk produk, dan tampilan desain produk (Putri dkk., 2022).

Secara sederhana, selera konsumen adalah pilihan individu yang didasarkan pada persepsinya terhadap suatu produk. Selera ini menjadi langkah awal dalam membentuk perilaku konsumen terhadap produk tersebut. Pada dasarnya, selera konsumen muncul secara pribadi dan cenderung stabil sehingga dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan konsumen terhadap suatu produk (Sirait dkk., 2020).

Selera konsumen adalah langkah-langkah pertama mencari cara praktis untuk menggambarkan alasan seseorang memilih suatu produk dibanding produk lain. Ekonom mengasumsikan bahwa selera sebagai sesuatu yang ada begitu saja relatif stabil, sehingga setiap orang mungkin saja mempunyai selernya sendiri, selera individual tidak dalam keadaan berubah yang terus-menerus (Musa dkk., 2019).

7. Barang Pengganti (Substitusi)

Barang substitusi adalah barang yang dapat saling menggantikan fungsi dalam memenuhi kebutuhan manusia. Artinya, jika salah satu barang tidak tersedia, barang lainnya dapat menjadi penggantinya. Contohnya, ikan dan daging ayam. Jika ikan tidak ada, kita bisa mengonsumsi daging ayam untuk memenuhi kebutuhan dengan fungsi serupa. Dengan demikian, daging ayam dapat dianggap sebagai barang substitusi bagi ikan. Astati dan Pali (2018) menyatakan bahwa adanya barang substitusi memberikan alternatif pilihan bagi manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Selain itu, keberadaan barang substitusi juga membantu mengurangi kekhawatiran akan kekurangan barang dan jasa, karena selalu tersedia barang pengganti yang memiliki fungsi yang hampir sama.

Harga barang terkait, seperti barang substitusi atau pengganti, turut mempengaruhi tingkat konsumsi suatu barang. Secara umum, harga, pendapatan masyarakat, jumlah penduduk, dan harga barang lain akan menentukan jumlah konsumsi. masyarakat biasanya akan memilih untuk mengonsumsi barang dengan harga yang lebih rendah (Mahendra dkk., 2022).

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh faktor variabel pendapatan, umur, harga, jumlah anggota keluarga, pendidikan, selera dan barang pengganti (substitusi) terhadap konsumsi ayam pedaging di Desa Talle, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai.

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai bahan informasi dan tambahan ilmu bagi peneliti dan pembaca mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat mengkonsumsi ayam pedaging di Desa Talle, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai.

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Mengonsumsi Ayam Pedaging di Desa Talle, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai dilaksanakan selama kurang lebih 1 bulan pada Februari -Maret 2025. Lokasi penelitian akan dilaksanakan di Desa Talle, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai, Provinsi Sulawesi Selatan.

2.2 Materi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatori yang bertujuan menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dalam hal ini melihat pengaruh pendapatan, umur, harga, jumlah anggota keluarga, pendidikan, selera, dan barang pengganti (substitusi) terhadap konsumsi ayam pedaging di Desa Talle, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai.

2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka yang diperoleh dari hasil kuisioner dari masyarakat di Desa Talle, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai yang meliputi pendapatan, umur, harga, jumlah anggota keluarga, Pendidikan, selera, dan barang pengganti (substitusi).

2.3.1 Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari masyarakat atau wawancara langsung kepada responden guna memperoleh informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat mengonsumsi ayam pedaging di Desa Talle, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai.

2.3.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui buku dan instansi terkait yang berhubungan dengan penelitian ini. Data sekunder digunakan untuk memperoleh informasi tambahan, memperkuat temuan penelitian, atau sebagai basis untuk melakukan analisis lebih lanjut.

2.4 Metode Pengumpulan Data

2.4.1 Observasi

Observasi yaitu teknik pengambilan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti di Desa Talle, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai.

2.4.2 Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pewawancara dengan responden atau narasumber dengan menggunakan kuisioner yang telah disiapkan oleh peneliti.

2.4.3 Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu referensi yang digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat mengkonsumsi ayam pedaging di Desa Talle, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai dengan mengumpulkan informasi dari jurnal, buku-buku ilmiah, tesis serta sumber lainnya.

2.5 Populasi dan Sampel

Populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan elemen yang menjadi fokus penelitian, mencakup objek dan subjek yang memiliki ciri dan karakteristik tertentu. Secara umum, populasi mencakup semua anggota kelompok, baik manusia, hewan, peristiwa, atau benda yang berada di suatu tempat dengan tujuan menjadi sasaran kesimpulan dari hasil penelitian (Amin dkk., 2023). Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu setiap Rumah Tangga (RT) di Desa Talle, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai yang berjumlah sebanyak 1.467 rumah tangga.

Sampel adalah bagian dari keseluruhan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan sejumlah individu yang dipilih dari populasi dan berfungsi mewakili keseluruhan anggota populasi. Jika ukuran populasi terlalu besar dan peneliti tidak memungkinkan untuk mempelajari seluruh populasinya, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Suriani dan Jailani, 2023). Metode penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus slovin menurut Nalendra dkk (2021). Cara pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Dimana; n = Jumlah sampel
 N = Jumlah Populasi
 e = Tingkat Kelonggaran (10%)

Sehingga diperoleh jumlah sampel:

$$n = \frac{1467}{1 + 1467 (10 \%)^2}$$

$$n = \frac{1467}{1 + 1467 (0,01)}$$

$$n = \frac{1467}{15,67}$$

$$n = 93,62$$

$$n = 94 \text{ responden}$$

Sehingga jumlah responden yang diambil untuk setiap dusun adalah sebagai berikut:

$$ni = Ni / N.n$$

Dimana : ni = jumlah sampel menurut stratum
 n = jumlah sampel seluruhnya
 Ni = jumlah populasi menurut stratum
 N = jumlah populasi seluruhnya

$$1. \text{ RT di Dusun Jekka} \quad = \frac{298}{1467} \times 94 = 19,09 = 19 \text{ responden}$$

$$2. \text{ RT di Dusun Campaga} \quad = \frac{104}{1467} \times 94 = 6,66 = 7 \text{ responden}$$

$$3. \text{ RT di Dusun Lempong Cellae} \quad = \frac{118}{1467} \times 94 = 7,56 = 8 \text{ responden}$$

$$4. \text{ RT di Dusun Batu Leppa} \quad = \frac{230}{1467} \times 94 = 14,74 = 14 \text{ responden}$$

5. RT di Dusun Sengkang $= \frac{202}{1467} \times 94 = 12,94 = 13$ responden
6. RT di Dusun Pangisoreng $= \frac{154}{1467} \times 94 = 9,87 = 10$ responden
7. RT di Dusun Gareccing $= \frac{160}{1467} \times 94 = 10,25 = 10$ responden
8. RT di Dusun Leppang $= \frac{201}{1467} \times 94 = 12,88 = 13$ responden

Berdasarkan hasil perhitungan maka jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 94 responden. Teknik pengambilan sampel setiap dusun dilakukan secara random sampling, yaitu pengambilan sampel dilakukan secara acak sederhana.

2.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah serangkaian proses mengelompokkan data yang telah dikumpulkan dalam penelitian berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasikan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data untuk tiap variabel yang diteliti, serta melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Analisis data yang dilakukan untuk menjawab rumusan masalah yaitu:

2.6.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan pengujian statistik yang dilakukan untuk mengetahui adanya normalitas residual, heterokedastisitas, dan multikolinearitas. Uji asumsi klasik harus terpenuhi untuk memperoleh model regresi yang normal dan dapat dipercaya.

2.6.1.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk menganalisis sebaran data apakah data berdistribusi normal atau tidaknya. Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah suatu kumpulan data memenuhi asumsi distribusi normal yang sering menjadi syarat dalam berbagai analisis statistik lanjutan (Haryono dkk., 2023). Uji normalitas dapat dilakukan menggunakan SPSS pada komputer. Normalitas terpenuhi apabila P-value yang dihasilkan dari uji normalitas lebih besar dari 0,05 (Siyoto dan Sodik, 2015).

2.6.1.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual dalam model regresi antar pengamatan. Jika varians residual konsisten atau sama pada setiap pengamatan, maka kondisi tersebut disebut homokedastisitas. Namun, apabila varians bervariasi atau berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Salah satu metode yang umum digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) dan nilai residualnya. Kriteria uji heteroskedastisitas yaitu nilai p (p -value) kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas. (Santoso, 2015).

2.6.1.3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka hal tersebut menunjukkan adanya masalah multikolinearitas. Model regresi yang baik idealnya tidak menunjukkan adanya korelasi antara variabel independen. Dalam penelitian ini, uji multikolinieritas dilakukan dengan pengujian matriks korelasi. Keberadaan gejala multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan Tolerance-nya. Apabila nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,10$ maka dapat dikatakan disimpulkan data tersebut bebas dari multikolinearitas (Santoso, 2015).

2.6.2 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah metode yang digunakan untuk mengukur atau mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Hartati dkk., 2016). Dengan analisis regresi berganda dapat diketahui seberapa besar pendapatan, umur, harga, jumlah anggota keluarga, pendidikan, selera, dan barang pengganti (substitusi) yang merupakan variabel bebas berpengaruh terhadap jumlah konsumsi ayam pedaging sebagai variabel terikat.

Analisis regresi berganda dengan bantuan software SPSS. Adapun persamaan regresi pada penelitian ini yaitu:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6 + b_7x_7 + e$$

Keterangan:

Y = Jumlah konsumsi ayam pedaging (Kg/Bulan)

a = Nilai konstanta (constant)

b = Nilai koefisien untuk $x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6$ dan x_7

x_1 = Pendapatan (Rp/Bulan)

x_2 = Umur (Tahun)

x_3 = Harga (Rp/Kg)
 x_4 = Jumlah Anggota Keluarga (Jiwa)
 x_5 = Pendidikan
 x_6 = Selera Konsumen (Suka)
 x_7 = Barang Pengganti
 e = Standard Error (%)

2.7 Pengujian Hipotesis

2.7.1 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis penelitian terkait pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dalam uji t, variabel disebut signifikan jika nilai p-value (Sig.) < 0,05 pada tingkat signifikansi 5% dan nilai t-hitung > t-tabel dengan derajat kebebasan tertentu (Akbar dkk., 2023). Untuk membuktikan pengaruh masing-masing variabel pendapatan, umur, harga, jumlah anggota keluarga, pendidikan, selera, dan barang pengganti (substitusi) digunakan uji t.

2.7.2 Uji F

Uji F merupakan pengujian signifikansi model regresi yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Amelia dkk., 2021). Untuk membuktikan pengaruh variabel pendapatan, umur, harga, jumlah anggota keluarga, pendidikan, selera, dan barang pengganti (substitusi) secara bersama-sama (simultan) digunakan uji f.

2.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk menilai sejauh mana model regresi mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada dalam rentang nol hingga satu (0-1). Semakin kecil nilai R^2 , semakin rendah kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilainya mendekati 1, berarti variabel independen hampir sepenuhnya mampu menjelaskan variabel dependen (Ardiyan dkk., 2018).

2.8 Variabel dan Indikator Penelitian

Untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi Masyarakat mengkonsumsi ayam pedaging di Desa Talle, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian.

Variabel	Indikator Pengukuran	Skala Pengukuran	Jenis Variabel
Pendapatan	Total pendapatan bulanan rumah tangga	Rp/bulan	Variabel Independen (X1)
Umur	Usia responden	Tahun	Variabel Independen (X2)
Harga	Harga ayam pedaging	Rp/bulan	Variabel Independen (X3)
Jumlah anggota keluarga	Jumlah anggota keluarga dalam rumah tangga	Orang	Variabel Independen (X4)
Pendidikan	Durasi pendidikan formal responden	Tingkat Pendidikan	Variabel Independen (X5)
Selera	Kesukaan atau tidak suka mengkonsumsi ayam pedaging	(Jumlah keluarga yang suka/jumlah keluarga)x100%)	Variabel Independen (X6)
Barang Substitusi	Barang pengganti	Ya/Tidak	Variabel Independen (X7)
Jumlah konsumsi ayam pedaging	Jumlah ayam pedaging yang dikonsumsi dalam rumah tangga per bulan	Kilogram (Kg/bulan)	Variabel Dependen (Y)

2.9 Konsep Operasional

Adapun konsep operasional dalam penelitian ini yaitu:

1. Masyarakat adalah keluarga atau rumah tangga yang mengkonsumsi ayam pedaging di Desa Talle, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai.
2. Ayam pedaging adalah ayam yang dibeli kemudian diolah sendiri lalu dikonsumsi oleh rumah tangga Desa Talle, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai.

3. Pendapatan adalah total uang yang diterima rumah tangga dalam satu bulan dari berbagai sumber pekerjaan, digunakan untuk kebutuhan termasuk konsumsi ayam pedaging.
4. Umur adalah jangka waktu hidup responden dari lahir hingga pengisian kuisioner yang dinyatakan dalam hitungan tahun.
5. Harga merupakan biaya yang dikeluarkan oleh masyarakat untuk membeli ayam pedaging dalam satuan kilogram guna untuk konsumsi rumah tangga.
6. Jumlah anggota keluarga adalah total jumlah individu yang tinggal dalam satu rumah tangga yang menjadi tanggungan dalam keluarga yang dihitung dalam satuan jiwa atau orang.
7. Pendidikan adalah jenjang pendidikan terakhir yang telah diselesaikan masyarakat melalui jalur pendidikan formal.
8. Selera masyarakat adalah persentase kesukaan dan tidak suka dalam satu keluarga dalam mengkonsumsi ayam pedaging ($(\text{Jumlah keluarga yang suka} / \text{jumlah keluarga}) \times 100\%$). (Maisaroh dan Nurani, 2023).
9. Persentase kesukaan adalah jumlah anggota keluarga yang suka ayam pedaging dibagi dengan jumlah anggota keluarga di kali 100%. Tingkat kesukaan adalah suka dan tidak suka, suka yaitu konsumen mengkonsumsi ayam pedaging dan tidak suka yaitu konsumen tidak mengkonsumsi ayam pedaging.
10. Barang Pengganti (Substitusi) adalah barang yang dapat menggantikan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, seperti jika ayam pedaging tidak ada, masyarakat bisa mengkonsumsi ikan untuk memenuhi kebutuhan dengan fungsi serupa.
11. Jumlah konsumsi ayam pedaging adalah total berat ayam pedaging yang dikonsumsi oleh seluruh anggota keluarga dalam satu rumah tangga dalam satu bulan. Indikator penilaian yaitu total berat ayam pedaging yang dikonsumsi dalam kilogram (kg) per bulan.