

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN TELUR AYAM RAS DI KOTA PALANGKA RAYA

Kurnyawan<sup>1</sup>, Evi Feronika<sup>2</sup>, Yuni Erlina<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Alumnus Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Palangka Raya

<sup>2,3</sup>Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Palangka Raya

E-mail: erlinayuni@agb.upr.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras di Kota Palangka Raya. Lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Jekan Raya dan Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya. Pengambilan sampel dengan cara *Purposive sampling*, dan metode *Incidental Sampling*. Analisis data diolah menggunakan *Statistical Package for social Science (SPSS)* Versi 16.0. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa variabel Harga Telur Ayam Ras, Harga Barang Lain (Tempe), Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga, dan Selera berpengaruh secara Simultan atau bersama-sama terhadap Permintaan Telur Ayam Ras di Kota Palangka Raya. Hasil pengujian secara parsial variabel Harga Telur Ayam Ras, Harga Barang Lain (Tempe), dan Jumlah Anggota Keluarga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Permintaan Telur Ayam Ras di Kota Palangka Raya, sedangkan untuk pendapatan dan selera tidak berpengaruh secara parsial dan tidak signifikan terhadap Permintaan Telur Ayam Ras di Kota Palangka Raya.

**Kata Kunci:** Permintaan Telur, Harga Telur Ayam Ras, Harga Barang Lain, Pendapatan, Jumlah anggota Keluarga, dan Selera

### ABSTRACT

*This study was conducted to determine factors influence the demand for broiler eggs in Palangka Raya City. This research was conducted in Palangka Raya City, precisely in Jekan Raya District and Pahandut District. Sampling in this study by means of purposive sampling, and the method of Incidental Sampling. Then it was processed using the Statistical Package for Social Science (SPSS) Version 16.0. Based on the research conducted, it is known that the variable price of chicken eggs, prices of other goods (tempe), income, number of family members, and tastes have a simultaneous or joint effect on the demand for chicken eggs in the city of Palangka Raya. The results of the partial test of the variable Price of Raised Chicken Eggs, Prices of Other Goods (Tempe), and Number of Family Members have a partial and significant effect on the Demand for Raised Chicken Eggs in the city of Palangka Raya, while income and taste have no partial and insignificant effect on the Demand for Eggs Chickens in the City of Palangka Raya.*

**Keywords :** Demand for Eggs, Price of Chicken Eggs, Prices of Other Goods (Tempe), Income, Number of Family Members, and Tastes.

## PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Sub sektor bidang peternakan dalam pembangunan nasional Indonesia, memiliki peran sangat strategis dalam kehidupan perekonomian dan pembangunan sumber daya manusia Indonesia. Peranan tersebut dapat dilihat dari fungsi produksi peternakan yang berperan sebagai penyedia protein hewani yang penting bagi pertumbuhan dan perkembangan tubuh manusia. Oleh karena itu tidak mengherankan bila produk-produk peternakan disebut sebagai bahan “pembangun” dalam kehidupan manusia.

Masalah utama dalam ekonomi adalah tenggang waktu yang cukup lebar dalam proses produksi, biaya produksi, tekanan jumlah penduduk, sistem usahatani, tetapi ada masalah juga yang sangat penting yang menyangkut kepada semua masalah utama tersebut yaitu pemasaran hasil produksi.

Usaha ternak ayam ras petelur lebih banyak dilakukan masyarakat sebagai usaha sampingan, dan masih belum banyak dilakukan atau diusahakan sebagai usaha peternakan. Dengan demikian usaha berternak masih berpeluang dan cukup cerah dimana ditunjang dengan pendapatan penduduk dari tahun ke tahunnya semakin meningkat. Menurut (Hurianto, 2002) semakin bertambahnya jumlah penduduk maka konsumsi akan telur ayam ras semakin meningkat dan dengan meningkatnya jumlah pendapatan penduduk maka di masa depan masyarakat akan tinggi.

Menurut (Rasyaf, 2002) pasar tradisional dan pasar swalayan merupakan tempat yang dipilih oleh konsumen untuk membeli telur produk unggas. Pemasaran pada telur di pasar

tradisional dapat langsung dibeli melalui pengecer telur. Telur yang dari kandang bisa langsung dijual dan di distribusikan ke pasar serta dijual kepada konsumen akhir. Konsumen dapat memilih kualitas telur unggas yang beraneka ragam dan harga yang relatif murah, tempat yang nyaman, sejuk, teratur, dan aman.

Konsumen biasanya akan bersedia membeli banyak jika harga lebih murah. Maka dari itu, jumlah barang yang akan dibeli oleh konsumen dapat bergantung kepada hal-hal lainnya disamping harga. Menurut (Pindyck dan Rubinfeld, 2001) pendapatan adalah salah satu hal yang penting. Dengan pendapatan yang semakin tinggi, konsumen dapat membelanjakan uangnya lebih banyak untuk membeli barang-barang yang diinginkan dan beberapa konsumen akan melakukan hal itu terhadap kebanyakan barang.

Kota Palangka Raya merupakan salah satu wilayah yang memproduksi telur ayam ras, hal ini dapat dilihat pada Tabel 1. Produksi telur ayam ras di Kota Palangka Raya berfluktuasi mengalami penurunan dan kenaikan.

**Tabel 1. Produksi Telur Ayam Ras di Kota Palangka Raya Tahun 2015-2019**

Tahun	Produksi (Kg)	Selisih (-/+)	Persentase (%)
2015	1.616.942	704.988	43%
2016	1.825.000	28.058	15%
2017	2.016.625	191.625	95%
2018	1.884.818	-131.807	-70%
2019	2.785.628	90.081	32%

Sumber: Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kota Palangka Raya, 2020

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa produksi paling rendah berada

pada tahun 2018 dengan persentase -70%. Ini disebabkan oleh sejumlah faktor seperti cuaca ekstrem yang terjadi sehingga membuat daya tahan ayam petelur melemah dan meningkatkan jumlah kematian pada ayam. Pada tahun 2019 produksi telur ayam ras bertambah dari tahun sebelumnya 2018 yakni sebanyak 90.810 butir. Perbedaan angka kenaikan produksi yang demikian besar memberikan gambaran masih terbukanya peluang untuk memacu peningkatan produksi telur ayam ras di Kota Palangka Raya.

Apabila dibandingkan produksi dengan perkembangan konsumsi telur ayam ras di Kota Palangka Raya Tahun 2016-2019 tercatat konsumsi telur perkapita adalah sebesar 1.398.788.118 butir/kapita/ Tahun. Sedangkan pada tahun 2019 telah menurun menjadi 1.326.465.777 butir/kapita/ tahun.

Sedangkan perkembangan konsumsi telur ayam ras di Kota Palangka Raya Tahun 2015-2019, tercatat konsumsi telur perkapita adalah sebesar 1.398.788.118 butir/kapita/ Tahun. Sedangkan pada tahun 2019 telah menurun menjadi 1.326.465.777 butir/kapita/ tahun. Banyaknya konsumsi terhadap telur ayam ras merupakan cerminan yang memperlihatkan kondisi permintaan masyarakat terhadap telur ayam ras.

Selanjutnya pada Tabel 2 disajikan perkembangan harga rata-rata telur ayam ras di Kota Palangka Raya dari Tahun 2015-2019. Berdasarkan data pada Tabel 2 tersebut, tampak terjadi kenaikan harga telur ayam ras yang disebabkan oleh kenaikan harga pangan itu sendiri yang secara tidak langsung dapat memicu kenaikan harga telur ayam ras di pasaran.

**Tabel 2. Harga Rata-Rata Telur Ayam Ras di Kota Palangka Raya (Rp/Butir) Tahun 2015 – 2019**

Tahun	Harga Telur Ayam Ras (Rp/Butir)	
	Besar	Sedang
2015	1.564	1.398
2016	1.466	1.570
2017	1.629	1.423
2018	1.738	1.535
2019	1.746	1.560

Sumber: Badan Pusat Statistik 2020

Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Menurut (Sugiarto, 2002) permintaan pada dasarnya dapat diartikan sebagai jumlah barang atau jasa yang diminta oleh pasar. Hal ini berasal dari asumsi bahwa setiap manusia memiliki kebutuhan. Tetapi, apabila ditinjau dari sisi ilmu ekonomi, permintaan itu sendiri didefinisikan sebagai sebuah fungsi yang menunjukkan kepada tingkat pembelian yang direncanakan. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang yaitu harga barang itu sendiri, harga barang lain yang terkait, tingkat pendapatan per kapita (daya beli), selera atau kebiasaan, jumlah penduduk, perkiraan harga di masa mendatang, distribusi pendapatan dan usaha-usaha produsen meningkatkan penjualan.

Kota Palangka Raya memiliki permintaan akan telur ayam ras sebagai pemenuhan kebutuhan akan protein hewani yang murah tetapi memiliki kandungan gizi yang komplit. Berdasarkan perihal diatas, peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras di Kota Palangka Raya, yang sekaligus sebagai tujuan penelitian.

## METODE PENELITIAN

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada dua Kecamatan yaitu di Kecamatan Jekan Raya dan Kecamatan Pahandut Kota Palangka Raya dengan pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa masyarakat yang menjadi objek dalam penelitian ini merupakan konsumen telur ayam ras. Selain pertimbangan data menunjukkan banyaknya permintaan terhadap telur ayam ras tidak diimbangi dengan produksi telur itu sendiri, sehingga untuk memenuhi permintaan telur ayam ras itu sendiri harus mengambil dari luar Kota Palangka Raya.

### Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive*, yaitu secara sengaja pada konsumen yang membeli ataupun yang mengkonsumsi telur ayam ras di Kota Palangka Raya. Menurut (Sugiyono, 2017) Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan metode *incidental sampling* yaitu penentuan sampel yang secara kebetulan ditemui peneliti yang cocok sebagai sumber data. Penentuan besarnya sampel menurut Ferdinand (2005), membutuhkan paling sedikit 5-10 jumlah sampel minimum dikali jumlah indikator.

Rumus :

$$n = k \times 10$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

K = Jumlah Variabel Independen

10 = Ukuran sampel Minimum yang digunakan

Dari perhitungan statistik di atas dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu

sebanyak 50 orang responden.

### Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data yang diperoleh berupa data sekunder dan juga data primer. Data Sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan dari lembaga ataupun instansi yang telah dipublikasikan terkait dengan penelitian ini, seperti Badan Pusat Statistik Kalimantan Tengah, Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura dan Peternakan, Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kota Palangka Raya. Sedangkan Data Primer merupakan data yang diperoleh atau yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dari responden melalui observasi, wawancara maupun penyebaran kuesioner.

### Metode Pengolahan dan Analisis Data

Pada metode ini data yang telah dikumpulkan selanjutnya diolah secara manual kedalam bentuk tabel (tabulasi) sederhana yang disesuaikan dengan tujuan penelitian ini. Pada pengolahan data kuantitatif dilakukan dengan alat bantu berupa program dari komputer, lalu perhitungannya disesuaikan dengan alat analisis yang peneliti gunakan. Data Kuantitatif dijelaskan yang artinya data yang sudah diolah lalu diuraikan dengan kalimat untuk memberikan gambaran yang jelas tentang penelitian ini.

Analisis data yang digunakan yaitu untuk menjawab tujuan yaitu untuk mengetahui faktor harga telur ayam ras, harga barang lain (tempe), pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan selera apakah mempengaruhi permintaan telur ayam ras di Kota Palangka Raya dilakukan dengan analisis Regresi Linier Berganda

untuk mengetahui faktor harga telur ayam ras, harga barang lain, pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan selera apakah mempengaruhi permintaan telur ayam ras dikota Palangka Raya. Alat bantu statistik yang digunakan dalam analisis ini yaitu program aplikasi SPSS versi 16.0. Dengan metode sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + Ds + e$$

Keterangan:

Y = Permintaan

a = Konstanta

$b_1$ – $b_4$  = Koefisien Regresi Variabel Independen 1-4

$X_1$  = Harga Telur Ayam Ras

$X_2$  = Harga Barang Lain (Tempe)

$X_3$  = Pendapatan

$X_4$  = Jumlah Anggota Keluarga

Ds = *Dummy* Selera: 0=Tidak Suka;

1=Suka

e = *error item*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi linier digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2013). Selain itu analisis regresi juga digunakan untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel Harga Telur Ayam Ras, Harga Barang Lain, Pendapatan, selera, dan Jumlah Anggota Keluarga terhadap variabel Permintaan Telur Ayam Ras.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui berapa persen pengaruh variabel bebas (Harga Telur Ayam Ras, Harga Barang Lain (Tempe), Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga, dan Selera)

terhadap variabel terikat (Permintaan Telur Ayam Ras). Maka dapat dilihat pada Tabel 2, bahwa besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 0,551 atau 55,1%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel Harga Telur Ayam Ras, Harga Barang lain (Tempe), Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga, dan Selera secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Permintaan Telur Ayam Ras sebesar 55,1% variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh model regresi. Sedangkan sisanya 44,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini.

### Uji F

Uji F ini digunakan untuk menguji besarnya pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Maka dapat dilihat pada Tabel 2, bahwa hasil olah data Uji F menunjukkan  $F_{hitung}$  adalah 10.786 dan  $F_{tabel}$  berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus  $df_1 = k-1$  dan  $df_2 = n-k$  dapat diketahui hasil dari F tabel adalah sebesar 2,427, maka dari itu dapat dibandingkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $10.786 > 2,427$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Artinya dapat dikatakan secara simultan atau bersama-sama antara variabel bebas (Harga Telur Ayam, Harga Barang lain, Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga, dan Selera) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Permintaan Telur Ayam Ras).

### Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Maka dapat dilihat pada Tabel 2, bahwa berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus  $df = N-2$  maka

ditemukan  $t$  tabel adalah 1,67722. Uji  $t$  dilakukan untuk membandingkan nilai  $t$  hitung yang sudah diperoleh pada tabel. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  artinya variabel bebas secara parsial mempengaruhi variabel terikat secara signifikan. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka artinya variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat secara signifikan.

Hasil yang diperoleh dari analisis regresi yang telah dilakukan lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

No.	Variabel	Coefficients	T-Hitung	Sig
		B		
1.	Harga Telur Ayam Ras (X1)	-0.28	-2.934***	0.005
2.	Harga Barang Lain (Tempe) (X2)	4.970	2.574**	0.013
3.	Pendapatan (X3)	-7.594	-1.189	0.241
4.	Jumlah Anggota Keluarga (X4)	4.082	5.416***	0.000
5.	Selera (Ds)	1.132	1.838	0.073
	Konstanta		38.151	
	R <sup>2</sup>			0.551
	F-Hitung		10.786	
	F-Tabel		2.427	

Keterangan :

\*\*\* Signifikan pada tingkat kepercayaan 99% = 2,704

\*\* Signifikan pada tingkat kepercayaan 95% = 2,021

\* Signifikan pada tingkat kepercayaan 90% = 1,884

Sumber : Data Primer yang diolah, (2022)

Berdasarkan hasil analisis uji  $t$  pada Variabel Harga Telur Ayam Ras (X<sub>1</sub>) dengan perbandingan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-2.934 > 2,704$  dengan nilai signifikansi  $0,005 < 0,01$  yang artinya H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari hasil pengujian secara parsial variabel Harga Telur Ayam Ras berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Permintaan Telur Ayam Ras di Kota Palangka Raya, yang artinya bahwa apabila harga telur ayam ras naik maka jumlah permintaan telur ayam ras akan turun dan apabila harga telur ayam ras turun, maka jumlah permintaan

telur ayam ras akan naik. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga telur ayam ras dan jumlah permintaan telur ayam ras berbanding terbalik. Hal ini dapat dijelaskan bahwa harga barang akan mempengaruhi jumlah permintaan barang itu sendiri. Apabila harga naik, maka jumlah permintaan akan menurun, begitu juga sebaliknya. Saat hari-hari besar seperti Idul Fitri, Natal, dan Tahun Baru terjadi kenaikan harga telur ayam ras yang ukuran kecil awalnya Rp. 1.600 menjadi harga Rp. 1.800 dan juga untuk ukuran besar dari harga Rp. 1.800 menjadi harga Rp. 2.000, itu terjadi karena distribusi telur yang kurang merata ditambah dengan kondisi cuaca yang saat itu tidak mendukung mengakibatkan permintaan akan telur ayam ras itu sendiri meningkat yang mengakibatkan naiknya harga telur ayam ras itu sendiri. Maka dari itu disaat harga telur ayam ras naik sebagian masyarakat beralih ke barang pengganti yang nilai dan kandungan gizinya hampir sama dengan telur ayam ras.

Sedangkan pada hasil analisis uji  $t$  pada variabel Harga Barang Lain/Tempe (X<sub>2</sub>) dengan perbandingan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $2.574 > 2,021$  dengan nilai signifikansi  $0,013 < 0,05$  yang artinya H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari hasil pengujian secara parsial variabel Harga Barang Lain (Tempe) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Permintaan Telur Ayam Ras di Kota Palangka Raya, yang artinya bahwa jika harga barang lain (Tempe) mengalami kenaikan maka akan menyebabkan jumlah permintaan telur ayam ras mengalami peningkatan, hal ini terjadi karena konsumen beralih mencari barang pengganti jika suatu barang itu naik. Sesuai dengan teori ekonomi bahwa

permintaan akan barang tidak hanya dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri akan tetapi dapat dipengaruhi oleh barang lainnya.

Sedangkan pada hasil analisis uji t pada variabel Pendapatan ( $X_3$ ) dengan perbandingan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-1,189 < 1,884$  dengan nilai signifikansi  $0,241 > 0,10$  yang artinya  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari hasil pengujian secara parsial variabel Pendapatan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Permintaan Telur Ayam Ras di Kota Palangka Raya, yang artinya bahwa pendapatan tidak memiliki pengaruh terhadap jumlah permintaan telur ayam ras, hal ini disebabkan telur ayam ras merupakan bahan makanan yang menjadi alternatif utama untuk memenuhi kebutuhan protein hewani karena harganya lebih murah dibandingkan dengan telur hewani lainnya. Sehingga perubahan pendapatan tidak berpengaruh terhadap permintaan telur ayam ras di Kota Palangka Raya.

Berdasarkan hasil analisis Regresi Linier Berganda diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 38.151 - 0,028X_1 + 4.970X_2 - 7.594X_3 + 4.082X_4 + 1.132Ds$$

Persamaan Regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Koefisien regresi variabel Harga Telur Ayam Ras ( $X_1$ ) sebesar  $-0.028$  yang artinya apabila Harga Telur Ayam Ras mengalami kenaikan sebesar 1%, maka Permintaan Telur Ayam Ras akan mengalami penurunan sebesar  $0,028$  atau  $0,28\%$ . Koefisien bernilai negatif yang artinya terjadi hubungan negatif antara Harga Telur Ayam Ras dengan Permintaan Telur Ayam Ras, semakin naik Harga Telur Ayam Ras maka semakin turun Permintaan Telur Ayam

Ras.

2. Koefisien regresi variabel Harga Barang Lain/Tempe ( $X_2$ ) sebesar  $4.970$  yang artinya apabila harga barang lain (Tempe) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka Permintaan Telur Ayam Ras akan mengalami peningkatan sebesar  $4.970$  atau  $49.7\%$ . Koefisien bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara Harga Barang Lain dengan Permintaan Telur Ayam Ras, semakin naik Harga Barang Lain maka semakin naik Permintaan Telur Ayam Ras.
3. Koefisien regresi variabel Pendapatan ( $X_3$ ) sebesar  $-7.594$  yang artinya apabila Pendapatan mengalami kenaikan sebesar 1%, maka Permintaan Telur Ayam Ras akan mengalami penurunan sebesar  $7.594$  atau  $75.9\%$ . Koefisien bernilai negatif yang artinya terjadi hubungan negatif antara Pendapatan dengan Permintaan Telur Ayam Ras.
4. Koefisien regresi variabel Jumlah Anggota Keluarga ( $X_4$ ) sebesar  $4.082$  yang artinya apabila Jumlah Anggota Keluarga mengalami kenaikan sebesar 1%, maka Permintaan Telur Ayam Ras akan mengalami peningkatan sebesar  $4.082$  atau  $40.8\%$ . Koefisien bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara Jumlah Anggota Keluarga dengan Permintaan Telur Ayam Ras, semakin naik Jumlah Anggota Keluarga maka semakin naik Permintaan Telur Ayam Ras.
5. Koefisien regresi variabel *Dummy* Selera ( $Ds$ ) sebesar  $1.132$  yang artinya apabila variabel selera mengalami kenaikan sebesar 1%, maka Permintaan Telur Ayam Ras akan mengalami peningkatan sebesar  $1.132$  atau  $11.3\%$ . Koefisien bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara variabel

selera dengan Permintaan Telur Ayam Ras, semakin naik Selera maka semakin naik Permintaan Telur Ayam Ras.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan uji kesesuaian model maka dapat dilihat bahwa koefisien determinasi  $R^2$  yaitu sebesar 0,551 atau 55,1% secara simultan mampu dijelaskan oleh model, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor diluar model. Hasil uji  $F_{hitung}$  10.786 dengan nilai signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa Harga Telur Ayam Ras ( $X_1$ ), Harga Barang Lain (Tempe) ( $X_2$ ), dan Jumlah Anggota Keluarga ( $X_4$ ) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Permintaan Telur Ayam Ras ( $Y$ ) di Kota Palangka Raya. Sedangkan untuk variabel pendapatan ( $X_3$ ) dan variabel selera ( $D_s$ ) tidak berpengaruh secara parsial dan tidak signifikan terhadap Permintaan Telur Ayam Ras di Kota Palangka Raya. Pendapatan tidak berpengaruh secara parsial dan tidak signifikan terhadap permintaan telur ayam ras disebabkan karena meski pendapatan naik sedangkan harga telur ayam ras yang tetap lebih murah dari jenis telur lainnya, maka dari itu naik turunnya harga telur ayam ras tidak memiliki pengaruh terhadap permintaan telur ayam ras itu sendiri. Pada selera itu juga tidak berpengaruh secara parsial dan tidak signifikan terhadap permintaan telur ayam ras disebabkan karena berkaitan dengan adanya barang pengganti yaitu tempe yang lebih memiliki nilai gizi yang hampir sama seperti telur ayam ras sehingga konsumsi masyarakat dapat beralih ke tempe sebagai substitusi lauk pauk.

Untuk variabel Harga Telur Ayam Ras ( $X_1$ ), Harga Barang Lain (tempe) ( $X_2$ ), Pendapatan ( $X_3$ ), Jumlah Anggota Keluarga ( $X_4$ ), dan Selera ( $D_s$ ) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Permintaan Telur Ayam Ras di kota Palangka Raya. Artinya bahwa konsumsi masyarakat terhadap telur ayam ras merupakan cerminan dari kondisi permintaan masyarakat terhadap telur ayam ras itu sendiri. Namun sebagian masyarakat memilih barang lain (Tempe) sebagai lauk pauknya.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan diharapkan bagi pemerintah mampu menjaga stabilitas pendistribusian telur ayam ras karena jika distribusi telur ayam ras terus dalam keadaan stabil maka diperkirakan harga telur ayam ras akan turun atau stabil disaat hari-hari besar dan akan meningkatkan permintaan jumlah telur ayam ras di Kota Palangka Raya. Kemudian dari sisi akademik, mengingat hasil koefisien determinasi sebesar 44,9% dipengaruhi faktor lain maka disarankan kepada kalangan akademik untuk meneliti variabel lainnya di luar model.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agus Pusparini, Bambang Ali Nugroho, dan Budi Hartono, (2013). Perilaku Konsumen dalam Pembelian Telur Ayam Kampung di Malang (Studi Kasus Wilayah Perdesaan Dan Perkotaan). Fakultas Peternakan. Universitas Brawijaya.
- Bappenas, (2010). Ayam Ras. Kanisius, Yogyakarta.
- Bima Oskar, Mozart B Darius, Iskandarini, (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

- Dalam Mengonsumsi Daging Ayam Kampung di Kota Medan (Studi Kasus: Pasar Sambas, Medan). Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara.
- Christa Taruli, (2018). Perilaku Konsumen dalam Pembelian Daging Ayam Broiler di Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Palangka Raya. Fakultas Pertanian. Universitas Palangka Raya.
- Ghozali, Imam., (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21-7/E*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurianto, (2002). Analisis Permintaan Telur Unggas di Kota Palangka Raya. Fakultas Ekonomi. Universitas Palangka Raya.
- Jazil, N. Hintono, S. dan Mulyani, (2013). Penurunan Kualitas Telur Ayam Ras dengan Intensitas Warna Coklat Kerabang Berbeda Selama Penyimpanan. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan* 2(1):43-47.
- Mangkunegara, P.A., (2002). Perilaku Konsumen. Refika Aditama. Bandung
- Mariyah, (2010). Analisis Finansial Budidaya Ayam Petelur di Kalimantan Timur. Skripsi. Jurusan/Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mulawarman, Samarinda.
- Nugroho, (2003). Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Kencana. Jakarta.
- Pindyck, R.S dan Rubinfeld, D.L., (2001). Mikro Ekonomi. PT. Indeks. Jakarta.
- Pracoyo, Tri Kunawangsih, (2006). Aspek Dasar Ekonomi Mikro. Grasiando. Jakarta.
- Prathama, Rahardja, (2010). Teori Ekonomi Mikro. BPFE. UGM. Yogyakarta.
- Prathama, Rahardja & Mandala Manurung, (2001). Teori Ekonomi Makro. Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia.
- Rasyaf, M., (1995). Pengelolaan Produksi Telur. Lembaga Penelitian Ekonomi UI. Jakarta.
- Raysaf, M., (2002). Beternak Ayam Petelur. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rustam, (2002). Analisis Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras Pada Rumah Tangga Di Kelurahan Lette, Kecamatan Mariso, Makassar. Fakultas Peternakan. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Samosir, Hotmaida Veronika, (2008). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Telur Ayam Kampung (Studi Kasus: Kota Medan Provinsi Sumatra Utara). Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatra Utara.
- Sardianti, Andi Lelanovita, Sisfin Ngabito, (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Telur Ayam Petelur di Desa Lamu Kecamatan Tilmuta Kabupaten Boalemo. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Ichsan Gorontalo. Seminar Nasional Teknologi, Sains dan Humaniora (*Semantech* 2019).
- Setiadi, Nugroho J., (2003). Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Prenada Media. Jakarta.
- Siregar. Rudiansyah, (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Telur Ayam Ras UD. Rival H. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Padang sidimpuan.

- Sudaryani. T., (2003). Kualitas telur. Cetakan ke-4. Penebar Swadaya. Jakarta
- Sugiarto, Endar, (2002). Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono, (2019). Statistika untuk penelitian. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Suhara, A., (2004). Kualitas Telur Itik yang Beredar di Pasar Tradisional dan Swalayan di Jakarta Selatan. Skripsi. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor.
- Sukirno. S., (2005). Ekonomi Mikro:Teori Pengantar, PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sukirno, S., (2012). Pengantar Teori Mikro Ekonomi. Edisi 2, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sumarsono, (2007). Pengantar Semantik. Penerbit Pustaka Pelajar. Yogyakarta.