

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN AYAM PEDAGING KOTA PALU

Factors Affecting the Demand for Broilers in the Palu City

Apriyanti Eka.R¹⁾, Marhawati M²⁾, Alimudin Laapo²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako
E-mail : eka.ratulangihoo@gmail.com

²⁾Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako
E-mail : wati_chairil@hotmail.com, E-mail : alimudin_73@gmail .com

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence the demand for broilers in Palu City. The study was conducted in May 2019 to July 2019. Determination of respondents was carried out using accidental sampling with a total sample of 30 broiler consumers. The analysis used in this study is Multiple Linear Regression using the F test (Simultaneous) and T test (Partial). The results showed that: The results of the F test showed that the calculated F-value (75,927) > F-table (2,940) meant that all variables together, namely variable prices for broilers, price of chicken eggs, income, and the number of family dependents, had an influence the real demand for broilers in Palu City. While partially (t test) all variable prices of broilers, chicken egg prices, income, and the number of dependents, with a significance value smaller than an error rate of 5% has a significant effect on demand for broilers in Palu City.

Keywords: Price, Revenue, Total Amount, Age, Demand.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi permintaan ayam pedaging di Kota Palu. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2019 hingga Juli 2019. Penentuan responden dilakukan menggunakan sampling aksidental dengan jumlah sampel sebanyak 30 konsumen ayam pedaging. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda dengan menggunakan uji F (Simultan) dan uji T (Parsial). Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F-hitung (75,927) > F-tabel (2,940) berarti secara bersama-sama semua variabel yaitu variabel harga ayam pedaging, harga telur ayam, pendapatan, dan jumlah tanggungan keluarga, memberikan pengaruh nyata terhadap permintaan ayam pedaging di Kota Palu. Sedangkan secara parsial (uji t) semua variabel harga ayam pedaging, harga telur ayam, pendapatan, dan jumlah tanggungan, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat kesalahan sebesar 5% memberikan pengaruh nyata terhadap permintaan ayam pedaging di Kota Palu.

Kata Kunci : Harga, Pendapatan, Jumlah Tanggungan, Umur, Permintaan.

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi di Indonesia merupakan suatu proses untuk dapat meningkatkan kesejahteraan rakyatnya melalui pemanfaatan sumber daya yang tersedia, proses tersebut bertujuan untuk mencapai kemajuan dalam mewujudkan suatu Negara yang adil dan makmur, yang dinikmati secara merata di seluruh Indonesia. Kemajuan pembangunan di Indonesia telah banyak dicapai meskipun tidak dapat dipungkiri masih banyak terdapat masalah-masalah yang menjadi tantangan bagi bangsa Indonesia. tiga tujuan pembangunan pertanian di Indonesia yang dimuat di dalam rencana pembangunan pertanian adalah pencapaian ketahanan pangan, pengembangan agribisnis dan peningkatan kesejahteraan petani, nelayan dan peternak (Kementrian Pertanian, 2005).

Sektor pertanian tidak hanya identik dengan usaha dalam hal bercocok tanam, dalam arti luas pertanian mencakup 5 sub sektor yaitu subsektor tanaman pangan, perkebunan, kehutanan, peternakan dan perikanan. Salah satu sub sektor pertanian yang mempunyai peranan cukup penting adalah sub sektor peternakan karena sektor peternakan menunjang pertumbuhan ekonomi Indonesia baik saat ini maupun di masa yang akan datang. Pembangunan di sektor peternakan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan gizi masyarakat, yang bersumber dari protein hewani berupa daging, telur, dan susu yang sangat diperlukan untuk dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan kesejahteraan hidup masyarakat (Pranata et al., 2013).

Pemerintah selalu berupaya untuk dapat menyediakan kebutuhan pangan bagi masyarakat, upaya tersebut tidak lepas dari kemampuan pemerintah dalam menyediakan dan meningkatkan daya beli masyarakat terhadap produk-produk peternakan, sehingga ketersediaan produk-produk peternakan dapat memberikan jaminan kepada masyarakat bahwa kebutuhan pangan akan terpenuhi, tercukupi

jumlah maupun mutunya, aman, merata, dan terjangkau salah satunya ialah Daging ayam, daging ayam merupakan sumber bahan pangan hewani yang mengandung gizi cukup tinggi berupa protein dan energy. Usaha ayam pedaging cukup prospektif karena selera masyarakat terhadap cita rasa ayam sangat tinggi di semua kalangan. Nilai keuntungan yang di peroleh juga cukup tinggi jika di kelola dengan efisien (Setyono dan Ulfa, 2011).

Kota Palu merupakan salah satu wilayah peternakan unggas di Sulawesi Tengah yang mempunyai cukup banyak usaha peternakan unggas mulai dari skala kecil sampai dengan skala besar yakni ayam pedaging, hal tersebut dapat dilihat dengan populasi ayam pedaging sebesar 6.012.704 ekor dan jumlah produksi 5.494.203 Kg.

Produksi ayam pedaging sangat berkaitan dengan jumlah populasi ternak ayam pedaging, hal tersebut tidak dapat diragukan lagi karena ayam pedaging dternak dengan tujuan utama untuk dapat memenuhi selera konsumen atau masyarakat, atas dasar tersebut, diharapkan para peternak dapat memelihara ayam pedaging yang cukup banyak, sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan pangan hewani.

Ayam pedaging sebagai salah satu produk ternak unggas memiliki protein yang sangat berperan penting dan strategis dalam pemenuhan gizi masyarakat dalam tubuh manusia, karena protein berfungsi sebagai zat pembangun jaringan baru yang mengatur berbagai sistem di dalam tubuh manusia, oleh karena itu kebanyakan masyarakat memilih ayam sebagai sumber protein yang mudah didapat untuk memenuhi kebutuhan protein hewani masyarakat. Ayam pedaging merupakan pilihan utama yang paling banyak di konsumsi oleh setiap lapisan masyarakat, hal tersebut karena harga ayam pedaging tergolong lebih murah dibandingkan dengan daging unggas lainnya (Rosyidi, 2009).

Daging ayam pedaging merupakan bahan pangan yang mengandung gizi yang

tinggi, memiliki rasa dan aroma yang enak, tekstur yang lunak dan harga yang relative murah, sehingga banyak masyarakat yang mengkonsumsi. Satu ekor ayam pedaging berukuran besar memiliki kadar air 78.68%, protein 23,20%, lemak 1,65%, mineral 0,98%, kalori 114 kkal, dan kandungan vitamin A, D, dan E yang terdapat dalam daging (Rosyidi, 2009) Berikut Tingkat konsumsi ayam pedaging di Kota Palu pada Tahun 2013 sampai 2017.

Berdasarkan Tabel 1, diperoleh data bahwa konsumsi ayam pedaging dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017, cenderung berfluktuasi dengan tingkat konsumsi terendah terjadi pada tahun 2014 yaitu 1,6 Kg/Kapita/Tahun dan tertinggi terjadi pada tahun 2017, yaitu 3,6 Kg/Kapita/Tahun. Hal ini tidak sesuai dengan permintaan ayam pedaging yang diharapkan mengalami peningkatan setiap tahun.

Naik turunnya jumlah konsumsi ayam pedaging di Kota Palu tersebut, tidak sesuai dengan harapan pemerintah untuk dapat mencapai jumlah konsumsi pangan hewani melalui program Pola Pangan Harapan (PPH) yang dianjurkan untuk memenuhi kebutuhan zat gizi berdasarkan kontribusi zat gizi energi pangan hewani sebesar 12% kg/kapita/tahun untuk mencukupi kebutuhan gizi seimbang. (Susenas, 2017).

Permintaan masyarakat terhadap ayam pedaging cukup berfluktuasi, sedangkan pada saat-saat tertentu permintaan masyarakat terhadap ayam pedaging sangat tinggi, misalnya untuk kebutuhan hari raya, ditambah lagi dengan jumlah penduduk yang selalu bertambah dari waktu ke waktu, maka permintaan bahan pangan asal ternak, termaksud ayam pedaging semakin meningkat.

Harga ayam pedaging akan mempengaruhi banyak sedikitnya jumlah pembelian terhadap ayam pedaging. Berdasarkan informasi yang didapatkan media sulteng.antaranews.com per kilo ayam pedaging Rp.28.000,00 jika dibandingkan dengan daging unggas ayam

kampung per kilo Rp.35.000,00 sedangkan pada saat menjelang hari raya dan setelah hari raya harga ayam pedaging mengalami kenaikan cukup tajam dari harga normal yaitu Rp.35.000,00/Kg, sehingga beberapa orang beralih pada telur ayam yang lebih murah.

Permintaan masyarakat terhadap ayam pedaging cukup berfluktuasi dikarenakan harga ayam pedaging kadang melonjak naik apalagi hari hari besar sedangkan konsumen menginginkan harga yang stabil. Jadi, apa yang memengaruhi konsumen mengambil keputusan untuk membeli ayam pedaging, apakah factor harga, barang substitusi, pendapatan, dan tanggungan keluarga memengaruhi permintaan konsumen untuk membeli ayam pedaging di Kota Palu.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dikemukakan pada penelitian ini yaitu seberapa besarkah pengaruh faktor harga, faktor pendapatan ,faktor jumlah tanggungan, faktor umur dan faktor selera memengaruhi permintaan konsumen terhadap cabai merah keriting di Kota Palu.

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh variabel harga ayam pedaging, barang substitusi (telur ayam), pendapatan dan jumlah tanggungan keluarga terhadap permintaan ayam pedaging di Kota Palu.

Tabel 1. Tingkat konsumsi ayam pedaging di Kota Palu.

No	Tahun	Konsumsi Ayam Pedaging (Kg/Kapita/Tahun)
1	2013	2,7
2	2014	1,6
3	2015	2,7
4	2016	2,6
5	2017	3,6

Sumber : Susenas, Dinas Pangan Provinsi Sulawesi Tengah, 2018.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu. Penelitian ini dilaksanakan di dua pasar tradisional yang berbeda yakni di Pasar Manonda yang bertempat di Jl. Kemiri dan Pasar Masomba yang bertempat di Jl. Tanjung Manimbaya. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*Purposive*), dengan pertimbangan bahwa kedua pasar tersebut merupakan pasar tradisional yang menyediakan ayam pedaging di Kota Palu, penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan bulan Juli 2019.

Penentuan Responden. Tehnik pengambilan sampel atau responden yang akan dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *sampling aksidental*. Menurut Ruslan (2003), *Sampling aksidental* merupakan tehnik pengambilan sampel berdasarkan faktor spontanitas artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden). yakni konsumen yang membeli ayam pedaging di Pasar Tradisional Masomba dan Pasar Tradisional Inpres Manonda dengan tujuan untuk dikonsumsi dengan pembelian minimal satu bulan sekali, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sample (responden). hal ini dilakukan dengan pertimbangan konsumen tersebut dapat memberikan informasi, sehingga diharapkan bisa diperoleh data dan informasi yang akurat dengan tujuan yang di harapkan dalam penelitian ini.

Menurut Cohen, dkk, (2007) semakin besar sample dari besarnya populasi yang ada adalah semakin baik, akan tetapi ada jumlah batas minimal yang harus diambil oleh peneliti yaitu sebanyak 30 sampel. Sebagaimana dikemukakan oleh Baley (2011) yang menyatakan bahwa untuk penelitian yang menggunakan analisis data statistik, ukuran sampel paling minimum adalah 30. Jadi pada penelitian ini menggunakan 30 responden.

Metode Analisis Data. Pengujian hipotesis diuji dengan menggunakan analisis regresi

linier berganda (*Multiple Linear Regression*). Data yang dibutuhkan adalah harga ayam pedaging, harga telur ayam, pendapatan konsumen dan jumlah tanggungan. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \mu$$

Keterangan:

- Y = Permintaan ayam pedaging (Kg/bln)
- b0 = Intersep/ kontanta
- b1-b4 = Koefisien regresi berganda
- X1 = Harga ayam pedaging (Rp/kg)
- X2 = Harga ayam pedaging (Rp/kg)
- X3 = Pendapatan Konsumen (Rp/bln)
- X4 = Jumlah tanggungan Konsumen (jiwa)
- X5 = Umur Konsumen (tahun)
- μ = standart error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar Manonda. merupakan pasar tradisional yang bertempat di Jalan Kemiri Kelurahan Balaroa Kecamatan Palu Barat Kota Palu Sulawesi Tengah. Pasar Inpres merupakan salah satu pasar tertua untuk kota palu dengan area luas lahan yang cukup besar pula, Pasar Inpres menyediakan berbagai keperluan rumah tangga. Mulai dari kebutuhan pangan, sayur-sayuran, buah-buahan, peralatan rumah tangga dan lain sebagainya).

Pasar Masomba. merupakan pasar tradisional yang bertempat di jalan tanjung manimbaya No 135 Kelurahan Tatura Utara Kecamatan Palu Selatan Kota Palu Sulawesi Tengah. Pasar masomba berdiri pada tahun 1983 merupakan salah satu pasar tertua untuk kota palu dengan area luas lahan yang cukup besar pula, pasar masomba menyediakan berbagai keperluan rumah tangga. Mulai dari kebutuhan pangan, sayur-sayuran, buah-buahan, peralatan rumah tangga dan lain sebagainya. Jumlah pedagang pada pasar masomba sebanyak kurang lebih 300 pedagang pasca kebakaran yang terjadi pada tanggal 8 agustus 2017 dan tanggal 26 agustus 2017.

Tabel 2. Karakteristik Umur Responden

No	kelompok Umur (tahun)	jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	<40	10	33,33
2	>40	20	66,67
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2019

Tabel 3. Karakteristik tingkat pendidikan Responden

No	Status Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	SMA	14	46,67
2	D3	6	20
3	S1	10	33,33
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2019

Karakteristik Responden. Objek atau responden pada penelitian ini adalah masyarakat yang mengonsumsi Ayam pedaging yang mengambil keputusan atas pembelian ayam pedaging pada pasar manonda dan pasar masomba. yang merupakan pasar-pasar yang menyediakan ayam pedaging di Kota Palu. Mayoritas responden yang mengonsumsi ayam pedaging adalah ibu rumah tangga, dimana responden di klasifikasikan berdasarkan umur, tingkat pendidikan dan tanggungan keluarga.

Umur Responden. umur responden ayam pedaging berada pada tingkat usia produktif Adapun klasifikasi umur responden ayam pedaging di Kota Palu terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah responden yang dominan mengonsumsi dan membeli ayam pedaging di pasar manonda dan masomba di Kota Palu berusia >40 tahun dengan jumlah 20 orang dengan persentase sebesar 66,67%. sedangkan jumlah responden yang sedikit mengonsumsi ayam pedaging berusia <40 tahun dengan jumlah 10 orang dengan

presentase 33,33%. Keadaan ini menunjukkan bahwa usia dapat mempengaruhi pola pikir dan tindakan untuk melakukan pembelian ayam pedaging dipasar manonda dan pasar masomba di kota palu.

Tingkat Pendidikan Responden. Tingkat pendidikan menentukan seseorang dalam menerima pengetahuan dan informasi. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka pengetahuan serta informasi yang dimiliki orang tersebut semakin besar. Data tingkat pendidikan responden ayam pedaging dapat dilihat pada tabel .

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden ayam pedaging memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi yaitu tingkat pendidikan SMA yang meminta ayam pedaging sebanyak 14 jiwa dengan presentase sebesar 46,67% dan jumlah permintaan ayam pedaging sebanyak 105 Kg. sedangkan yang melakukan pembelian paling sedikit yaitu yang memiliki pendidikan D3 sebanyak 6 jiwa dengan presentase sebesar 20% dan jumlah permintaan ayam pedaging sebanyak 52 Kg.

Jumlah Tanggungan Keluarga Responden. Keluarga merupakan lingkungan yang paling dekat konsumen. Anggota keluarga akan memengaruhi konsumen dalam pengetahuan keputusan pembelian ayam pedaging. Adapun jumlah tanggungan konsumen sampel dapat dilihat pada Tabel berikut ini.

Tabel 4. Karakteristik jumlah tanggungan keluarga responden

No	Tanggungan Keluarga (jwa)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	2-3	16	53,33
2	4-5	14	46,66
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yang membeli ayam peaging memiliki jumlah tanggungan keluarga sebanyak 2-3 orang dengan jumlah 16 jiwa dan persentase nilai sebesar 53,33%. Hal ini menandakan bahwa semakin besar jumlah tanggungan keluarga dalam satu rumah tangga maka semakin besar pula jumlah kebutuhan akan pangan khususnya cabai merah keriting dalam rumah tangga tersebut.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan ayam pedaging. Analisis regresi linear berganda digunakan para peneliti untuk menaksir atau meramalkan nilai variable dependen bila nilai variable independen dinaikkan atau diturunkan. Analisis ini di dasarkan pada hubungan satu variable dependen dengan dua atau lebih variable independen. Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independennya minimal dua (Priyatno Duwi,2013).

Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan ayam pedaging di kota palu dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda yang pengolahan datanya menggunakan *software* SPSS 21. Analisis dilakukan secara bertahap untuk mendapatkan persamaan dugaan yang baik sesuai, dengan variable terikatnya (*dependent variabel*) adalah permintaan ayam pedaging (Y) dan variabel bebas (*independent variabel*) terdiri dari variabel harga (X1), variabel substitusi (X2), variabel

pendapatan (X3), dan variable tanggungan keluarga (X4). Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen yaitu variabel harga ayam, variable substitusi, variable pendapatan, dan variabel tanggungan keluarga, terhadap permintaan ayam.

Hasil regresi faktor-faktor yang memengaruhi permintaan ayam pedaging di Kota Palu dengan menggunakan aplikasi *software* SPSS 21 disajikan pada Tabel 5.

$$Y = 6333.940 - 0,065 X1 + 0,037 X2 + 0,001 X3 + 709,533 X4$$

Uji Kesesuaian Model (Koefisien Determinasi = R²). Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar variabel independen (bebas) dalam menjelaskan varians dari variabel dependen (terikat). Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh diperoleh hasil perhitungan bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) adalah sebesar 0,912 atau 91,2% yang menjelaskan variabel independen (bebas menunjukkan bahwa variabel ayam pedaging, harga telur ayam, pendapatan konsumen, dan jumlah tanggungan keluarga, yang dimasukan dalam model yang diamati sebesar 0,912 atau 91,2% mampu memengaruhi variasi permintaan ayam pedaging di Kota Palu sedangkan sisanya 8,8% dipengaruhi oleh variable lain diluar model penelian yang digunakan.

Table 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda pembelian cabai merah keriting di Kota Palu.

Variabel	Koefisien regresi	std. eror	t _{hitung}	sig.
(Constant)	6333.9	1153.9	5,489	0,000
X ₁ _harga ayam pedaging	-,065	0,168	-5,209	0,000
X ₂ _harga telur ayam	.037	0,184	2,595	0,016
X ₃ _pendapatan konsuen	.001	0,067	2,363	0,026
X ₄ _tanggungan keluarga	709.533	0,035	3,383	0,002

Keterangan
 $F_{hitung} = 75,927$ $F_{tabel} = 2,940$
 $t_{tabel} = 2,060$
 $R^2 = 0,912$
Tingkat kesalahan (α) = 5%

Sumber: Output SPSS setelah diolah, 2019.

Uji F (Simultan). berdasarkan uji F bahwa nilai signifikan $F_{hitung} (75,927) > F_{tabel} (2,940)$ signifikansi ($\alpha 5\% = 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh harga ayam pedaging, harga telur ayam, pendapatan konsumen, dan jumlah tanggungan keluarga terhadap permintaan ayam pedaging secara simultan atau secara bersama-sama. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti variabel harga ayam pedaging (X_1), harga telur ayam (X_2), pendapatan konsumen (X_3), dan jumlah tanggungan keluarga (X_4), secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan ayam pedaging.

Uji t (parsial). pengujian ini dilakukan untuk melihat variabel-variabel bebas yang digunakan secara parsial berpengaruh nyata terhadap permintaan konsumen terhadap ayam pedaging di Kota Palu. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dan melihat perbandingan probabilitasnya ($sig < \alpha$) jika:

H_0 : Variabel bebas secara individu tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat

H_1 : Variabel bebas secara individu berpengaruh terhadap variabel terikat.

Secara lengkap uraian mengenai pengaruh masing-masing faktor yang mempengaruhi pembelian ayam pedaging di Kota Palu diuraikan sebagai berikut:

Harga Ayam Pedaging. Berdasarkan tabel hasil uji t untuk variable harga ayam pedaging (X_1) menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} -4.209 \leq t_{tabel} 2,060$ dan menunjukkan nilai signifikan $0,000 < 0,050$ pada taraf kesalahan (α) = 5%, sehingga H_0 ditolak H_1 diterima, ini berarti menunjukkan bahwa variable harga ayam pedaging (X_1) secara individu (parsial) berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam pedaging (Y) di Kota Palu. Nilai koefisien regresi harga ayam pedaging (X_1) sebesar $-0,128$ berarti

bahwa setiap kenaikan harga sebesar 1 Rupiah harga akan menurunkan jumlah permintaan ayam pedaging sebesar $-0,065$ Kg dengan asumsi bahwa factor lain dianggap konstan. Hasil penelitian ini ditunjang dengan penelitian yang dilakukan oleh Jahrona Lina (2018), mengemukakan bahwa harga ayam broiler berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam broiler di Provinsi Sumatra Utara. Hasil uji t harga ayam broiler menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} -2.340 \leq t_{tabel} 2,066$ dengan nilai signifikan $0,038 < 0,050$ pada tingkat kepercayaan (α) = 5%.

Harga Barang Substitusi. Berdasarkan Hasil uji t untuk variable harga telur ayam (X_2) menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 2,595 \geq t_{tabel} 2,060$ dan menunjukkan nilai signifikan $0,016 < 0,050$ pada taraf kesalahan (α) = 5%, sehingga H_0 diterima H_1 ditolak, ini berarti menunjukkan bahwa variable harga telur ayam (X_2) secara individu (parsial) berpengaruh tidak nyata terhadap permintaan ayam pedaging (Y) di Kota Palu. Nilai koefisien regresi harga telur ayam (X_2) sebesar $0,004$ yang berarti bahwa meningkatnya harga telur ayam sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan permintaan daging ayam pedaging sebesar $0,037$ Kg di Kota Palu. Hasil penelitian ini ditunjang dengan penelitian yang dilakukan oleh Ridha Ahmad (2015), mengemukakan bahwa harga telur ayam tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam broiler di Kecamatan Ide Rayeuk. Hasil uji t pendapatan konsumen menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $< 0,050$ pada tingkat kepercayaan (α) = 5%.

Pendapatan. Berdasarkan tabel hasil uji t untuk variable pendapatan (X_3) menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 2,363 \geq t_{tabel} 2,060$ dan menunjukkan nilai signifikan $0,026 < 0,050$ pada taraf kesalahan (α) = 5%, sehingga H_0 ditolak H_1 diterima, ini berarti menunjukkan bahwa variable pendapatan konsumen (X_3) secara individu (parsial) berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam pedaging (Y) di Kota

Palu. Nilai koefisien regresi pendapatan konsumen (X3) sebesar 0,002 yang berarti bahwa setiap peningkatan pendapatan sebesar 1 rupiah akan meningkatkan jumlah permintaan ayam pedaging sebesar 0,001 Kg dengan asumsi bahwa factor lain dianggap konstan. Hasil penelitian ini ditunjang dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh mawaddah helmi (2013), mengemukakan bahwa pendapatan konsumen berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam broiler di Kota Medan. hasil uji t pendapatan konsumen menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 2.933 \geq t_{tabel} 2,060$ dengan nilai signifikan $0,033 < 0,050$ pada tingkat kepercayaan $(\alpha) = 5\%$.

Tanggung Keluarga. Berdasarkan hasil uji t untuk variable tanggungan keluarga (X4) menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 3,383 \geq t_{tabel} 2,060$ dan menunjukkan nilai signifikan $0,002 \leq 0,050$ pada taraf kesalahan $(\alpha) = 5\%$, sehingga H_0 ditolak H_1 diterima, ini berarti menunjukkan bahwa variable tanggungan keluarga (X4) secara individu (persial) berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam pedaging (Y) di Kota Palu. Nilai koefisien regresi tanggungan keluarga (X4) sebesar 709,533 berarti bahwa setiap penambahan 1 tanggungan keluarga akan meningkatkan jumlah permintaan ayam pedaging (Y) sebesar 709,533 Kg dengan asumsi bahwa factor lain dianggap konstan. Hasil penelitian ini ditunjang dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh rahmadani,et.al (2018), mengemukakan bahwa tanggungan keluarga berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam broiler di Kabupaten Demak. Hasil uji t tanggungan keluarga menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 3,662 \geq t_{tabel} 2,066$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,050$ pada tingkat kepercayaan $(\alpha) = 5\%$.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan.

Berdasarkan hasil dan pembahasa yang telah dikemukakan, adapun faktor-

faktor yang memengaruhi permintaan ayam pedaging di Kota Palu secara simultan (uji F) semua variabel secara bersama-sama yaitu harga ayam pedaging, harga telur ayam, pendapatan, dan tanggungan keluarga memberikan pengaruh secara nyata terhadap permintaan ayam pedaging. Hasil perhitungan analisis data menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} (75,927) > F_{tabel} (2,940)$. Berdasarkan hasil uji statistik parsial (uji t), variabel harga ayam pedaging, harga barang substitusi (telur ayam), pendapatan konsumen dan tanggungan keluarga, dengan hasil analisis menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada masing-masing variabel menunjukkan pengaruh nyata terhadap permintaan ayam pedaging di Kota Palu.

Saran.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari factor-faktor yang memengaruhi permintaan ayam pedaging adalah harga, pendapatan, dan tanggungan . Peneliti berharap kepada penjual atau pedagang ayam pedaging bisa memperhatikan apa yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam meminta atau membeli ayam pedaging agar tidak mengalami kerugian. Adapun saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih dalam mengenai perilaku konsumen dalam mengonsumsi Ayam Pedaging.

DAFTAR PUSTAKA

- Baley, 2011. *Methods of Social Research*. Sumberhttp://repository.upi.edu/11380/6/T_A_DP_1202111_Chapter3.pdf. Diakses pada tanggal 14 April 2019.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. 2007. *Research Methods In Education*. London, New York: Routledge Falmer
- Fausayana, Ine.2011.Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras Di Kota Kendari Dan Hubungannya Dengan Keberdayaan Peternak . Jurnal Sosio Agribisnis 1(1).
- Febrianti, Y.N, 2014. Permintaan Dalam Ekonomi Mikro. Jurnal Ekonomi. Vol2, No 1 (2014).

- Kementrian Pertanian. 2005. *Rencana pembangunan pertanian tahun 2005*.
- Mawaddah, Helmi. 2013. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Broiler Di Kota Medan. *Jurnal Agribisnis*. Vol2, No 8(2013).
- Pranata, E., Salmiah dan Hutajulu. 2013. Analisis permintaan ayam broiler/pedaging di Kota Medan. *Jurnal Agribisnis*. 2 (9) : 2.
- Priyatno, Duwi. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*, Yogyakarta : GAVA MEDIA
- Rahmadani, Febrianti. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Broiler Pada Rumah Tangga Di Kabupaten Demak. *Jurnal ilmu-ilmu pertanian* vol.2, No.1, 2018
- Ridha, Ahmad. 2015. Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Broiler Pada Rumah Tangga Di Kecamatan Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur. *Jurnal Ekonomi*. Vol.17, No 1(2017).
- Ruslan, Rosady. 2003. *“Metode Penelitian : Public Relations & komunikasi”*. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Rosyidi. 2009. *Gizi dan Pangan*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Setyono, D.J dan Ulfah, M. 2011. *7 Jurus Sukses Menjadi Peternak Ayam Ras Pedaging*. Penebar Swadaya, Jakarta.