

**SIKAP DAN PERMINTAAN KONSUMEN RUMAH TANGGA TERHADAP
DAGING AYAM RAS SEGAR DAN DAGING AYAM RAS BEKU DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

*(Household Consumer's Attitude and the Demand of Fresh Broilers and Frozen Broilers
in Bandar Lampung)*

Mutiara Fadhila Sari, Dyah Aring Hepiana Lestari, Rabiatul Adawiyah

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 1
Bandar Lampung 35145, e-mail: dyah.aring@fp.unila.ac.id

ABSTRACT

Along with the development of science and technology, broilers are not only sold in fresh but also in frozen condition. This study aims to determine consumers' attitudes and the factors that influence their demand of fresh broilers and frozen broilers in Bandar Lampung City. This research was conducted at three markets namely Pasir Gintung, Koga, Way Kandis, and in three supermarkets namely Chandra Tanjung Karang, Chandra Teluk Betung, and Transmart. The number of consumer respondents was 60 people, recruited accidentally. Research data were analyzed using multiattribute Fishbein and Seemingly Unrelated Regression. Consumers' attitude showed that the color and the scent of fresh broilers and frozen broilers got the highest scores. The demand of fresh broilers was influenced by the price of fish, the price of cooking oil, the price of tempeh, and the number of household members. The demand of frozen broilers was influenced by the price of fresh broilers, the price of frozen broilers, the price of cooking oil, the price of tempeh, household total income, and the number of household members.

Key words: attitudes, consumer, demand, fresh broilers, frozen broilers

Received: 18 August 2020 Revised: 14 September 2020 Accepted: 20 October 2020 DOI: <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v10i1.5685>

PENDAHULUAN

Sektor peternakan merupakan sektor yang cukup penting dalam proses pemenuhan kebutuhan pangan bagi masyarakat. Peternakan memiliki peranan sebagai penyedia protein hewani untuk mencukupi atau melengkapi kebutuhan gizi masyarakat. Menurut Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan (2018), populasi ternak di Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2018 dan ternak ayam ras pedaging merupakan jumlah populasi ternak terbesar dengan jumlah 1.891.435 ekor.

Provinsi Lampung merupakan produsen daging ayam ras terbesar se-Sumatera bagian selatan. Produksi daging ayam ras di Provinsi Lampung mencapai 39.772 kg di tahun 2018. Namun, jumlah produksi tersebut hanya dapat memenuhi 0,005 kg konsumsi masyarakat Provinsi Lampung per kapita per tahun. Hasil tersebut menunjukkan bahwa jumlah produksi yang dihasilkan belum dapat memenuhi kebutuhan konsumsi daging ayam ras oleh masyarakat di Provinsi Lampung yang mencapai 3 kg per kapita per tahun (BPS 2018b).

Kota Bandar Lampung merupakan ibukota Provinsi Lampung yang dijadikan sebagai pusat

kegiatan perekonomian dengan jumlah penduduk sebanyak 1.015.910 jiwa pada tahun 2017 (BPS 2018a). Jumlah penduduk yang banyak menjadikan Kota Bandar Lampung sebagai wilayah perdagangan yang potensial. Salah satunya adalah pemasaran produk daging ayam ras.

Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, daging ayam ras tidak hanya dijual dalam keadaan segar (*fresh commodity*) melainkan dijual dalam keadaan beku juga. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam mendorong para *stakeholders* agribisnis ternak ayam ras agar menerapkan sistem rantai dingin (*cold chain system*) dalam penyediaan produk hewan secara berkelanjutan yang aman, sehat, utuh, dan halal (Kementan 2018). Penerapan sistem rantai dingin sebagai penanganan pasca panen daging ayam ras telah diatur pada Peraturan Menteri Pertanian Nomor 32 Tahun 2017 tentang Penyediaan, Peredaran, dan Pengawasan Daging dan Telur Ayam Ras.

Daging ayam ras biasanya diperjualbelikan di pasar tradisional maupun pasar moderen. Rumah tangga merupakan salah satu konsumen yang banyak membeli dan mengonsumsi daging ayam ras untuk memenuhi kebutuhan gizi keluarganya.

Selain itu, daging ayam ras juga mudah ditemukan dan harganya cukup terjangkau.

Pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap suatu produk tidak terlepas dari berbagai faktor penting yang akan memengaruhi keputusannya disebut dengan sikap konsumen. Sikap merupakan sebuah refleksi perasaan konsumen mengenai suatu objek atau produk apakah ia menyukainya atau tidak. Sikap suka dan tidak suka yang dirasakan oleh konsumen dijadikan pula sebagai ukuran penentuan selera konsumen dalam faktor-faktor yang dapat memengaruhi permintaan daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku di Kota Bandar Lampung. Menurut Suherman (2005), faktor-faktor yang dapat memengaruhi permintaan barang adalah harga barang itu sendiri, harga barang lain yang berkaitan, pendapatan, jumlah penduduk, perkiraan mengenai masa mendatang dan selera. Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap dan faktor-faktor yang memengaruhi permintaan konsumen rumah tangga terhadap daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku di Kota Bandar Lampung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Pasar Pasir Gintung, Pasar Koga, Pasar Way Kandis, Chandra Tanjung Karang, Chandra Teluk Betung, dan Transmart menggunakan metode survei. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik *simple random sampling* dengan pertimbangan bahwa seluruh pasar tradisional dan moderen di Kota Bandar Lampung mempunyai kesempatan yang sama untuk diseleksi sebagai sampel.

Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan (Sugiyono 2013). Kriteria konsumen yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah ibu rumah tangga, usia minimal 18 tahun dan sudah menikah, serta sudah pernah membeli dan mengkonsumsi daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang diambil sebanyak 60 responden. Menurut Sugiyono (2013) bahwa sampel penelitian yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.

Pengumpulan data penelitian dilaksanakan pada bulan Januari – Februari 2020. Data yang

digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan responden seperti tingkat kepentingan daging ayam ras, tingkat kepercayaan daging ayam ras segar dan beku, serta variabel terikat dan bebas yang memengaruhi permintaan. Data sekunder diperoleh dari literatur, instansi atau lembaga terkait seperti Badan Pusat Statistik, Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan, dan Kementerian Pertanian Republik Indonesia

Sikap konsumen dianalisis dengan menggunakan model *Multiatribut Fishbein* dengan mengevaluasi berbagai atribut yang dimiliki oleh daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku tersebut. Model sikap multiatribut Fishbein menurut Engel, Blackwell dan Miniard (2006) diformulasikan:

$$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i e_i \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

- A₀ : Sikap terhadap suatu objek
- b_i : Kekuatan kepercayaan bahwa objek tersebut memiliki atribut i
- e_i : Evaluasi terhadap atribut i
- n : Jumlah atribut yang dimiliki objek

Pengukuran tingkat kepentingan atribut daging ayam ras dan tingkat kepercayaan atribut daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku menggunakan skala Likert dengan rentang skala yang terdiri dari 1 sampai 5 sehingga penelitian ini perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner penelitian. Atribut pada penelitian ini adalah harga, warna, daya tahan, bobot, kebersihan, kesegaran, aroma, dan kemudahan memperoleh produk.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji sejauh mana pertanyaan dalam kuesioner dapat dimengerti oleh responden. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap 30 responden dari seluruh responden penelitian. Sufren dan Natanel (2013) menyatakan bahwa nilai validitas dapat dikatakan baik jika nilai *corrected item* dari *total correlation* bernilai di atas 0,2. Pengujian reliabilitas dikatakan reliabel dengan standar dapat diterima jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,7 (Ghozali 2011). Hasil uji validitas dan reliabilitas untuk tingkat kepentingan atribut daging ayam ras dan tingkat kepercayaan atribut daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil uji validitas dan reliabilitas untuk tingkat kepentingan atribut daging ayam ras dan tingkat kepercayaan atribut daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku

No.	Variabel indikator	Tingkat kepentingan		Tingkat kepercayaan			
		Daging ayam ras		Daging ayam ras segar		Daging ayam ras beku	
		<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
1	Harga	0,50	0,80	0,30	0,85	0,74	0,88
2	Warna	0,46		0,38		0,72	
3	Daya tahan	0,61		0,66		0,67	
4	Bobot	0,56		0,43		0,71	
5	Kebersihan	0,67		0,81		0,46	
6	Kesegaran	0,48		0,80		0,78	
7	Aroma	0,44		0,74		0,79	
8	Kemudahan memperoleh produk	0,44		0,61		0,34	

Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku dijawab dengan analisis model *Seemingly Unrelated Regression* (SUR). Penelitian Anggiasari, Indriani, dan Endaryanto (2016) menggunakan analisis SUR untuk mengetahui pengambilan keputusan pembelian sayuran organik oleh konsumen di Kota Bandar Lampung. Penelitian Febrina, Lestari, dan Nurmayasari (2019) juga menggunakan analisis SUR untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi tingkat partisipasi anggota koperasi. Andarwangi, Indriani, dan Prasmatiwi (2016) menggunakan analisis SUR untuk mengetahui gaya hidup rumah tangga dalam mengonsumsi buah-buahan di Bandar Lampung. Penelitian Sasmaya, Indriani, dan Gultom (2019) menggunakan analisis SUR untuk mengetahui perilaku konsumen dalam pembelian sayuran di pasar tradisional di Kota Metro. Berikut merupakan model persamaan yang digunakan dalam penelitian ini.

Model persamaan 1 :

$$\begin{aligned} \ln Y_1 = & \ln \alpha + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 \ln X_2 + \beta_3 \ln X_3 + \beta_4 \ln X_4 \\ & + \beta_5 \ln X_5 + \beta_6 \ln X_6 + \beta_7 \ln X_7 + \beta_8 \ln X_8 \\ & + \beta_9 \ln X_9 + \beta_{10} \ln X_{10} + \beta_{11} \ln X_{11} + \beta_{12} \ln D_1 \\ & + \beta_{13} \ln D_2 + e \dots\dots\dots(2) \end{aligned}$$

Model persamaan 2 :

$$\begin{aligned} \ln Y_2 = & \ln \alpha + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 \ln X_2 + \beta_3 \ln X_3 + \beta_4 \ln X_4 \\ & + \beta_5 \ln X_5 + \beta_6 \ln X_6 + \beta_7 \ln X_7 + \beta_8 \ln X_8 \\ & + \beta_9 \ln X_9 + \beta_{10} \ln X_{10} + \beta_{11} \ln X_{11} + \beta_{12} \ln D_1 \\ & + \beta_{13} \ln D_2 + e \dots\dots\dots(3) \end{aligned}$$

Keterangan:

- Y₁ = Permintaan daging ayam ras segar
- Y₂ = Permintaan daging ayam ras beku
- α = Intersep
- β_{ui} = Koefisien regresi (i = 1 - 13)

- X₁ = Harga daging ayam ras segar (Rp/kg)
- X₂ = Harga daging ayam ras beku (Rp/kg)
- X₃ = Harga daging ayam kampung (Rp/kg)
- X₄ = Harga ikan (Rp/kg)
- X₅ = Harga telur ayam (Rp/kg)
- X₆ = Harga beras (Rp/kg)
- X₇ = Harga minyak goreng (Rp/kg)
- X₈ = Harga tempe (Rp/kg)
- X₉ = Harga tahu (Rp/kg)
- X₁₀ = Tingkat pendapatan (Rp/bulan)
- X₁₁ = Jumlah anggota rumah tangga (jiwa)
- D₁ = Selera terhadap daging ayam ras segar
D₁ : 1 (suka)
D₁ : 0 (tidak suka)
- D₂ = Selera terhadap daging ayam ras beku
D₂ : 1 (suka)
D₂ : 0 (tidak suka)
- U = Error

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan uji t dan uji F pada taraf kepercayaan 90 persen (α lebih besar sama dengan 0,10).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Seluruh responden dalam penelitian ini adalah perempuan karena pada umumnya kegiatan belanja keperluan rumah tangga dilakukan oleh perempuan atau ibu rumah tangga yang menjadi penentu keputusan dalam keluarga. Umur responden penelitian ini berkisar antara 23-57 tahun, termasuk ke dalam golongan umur produktif yang biasanya lebih memperhatikan pola makanan dan asupan gizi untuk menjaga kesehatan dan memenuhi kebutuhan gizi tubuh yang seimbang. Berdasarkan tingkat pendidikan, responden telah menempuh pendidikan SMA hingga perguruan tinggi. Mayoritas tingkat pendidikan terakhir

responden SMA (55%). Tingkat pendidikan yang tinggi mengindikasikan bahwa responden telah sadar akan pentingnya pemenuhan konsumsi yang bergizi dan bermutu untuk anggota keluarga. Pekerjaan responden bervariasi mulai dari pegawai negeri sipil, pegawai swasta, wiraswasta, pedagang, karyawan toko, dan ibu rumah tangga. Pekerjaan responden yang paling banyak adalah ibu rumah tangga (48,33%). Pendapatan berkisar Rp2.200.000,00 - Rp8.500.000,00 per rumah tangga dengan rata-rata sebesar Rp4.853.333,33 per bulan per rumah tangga.

Sikap Konsumen

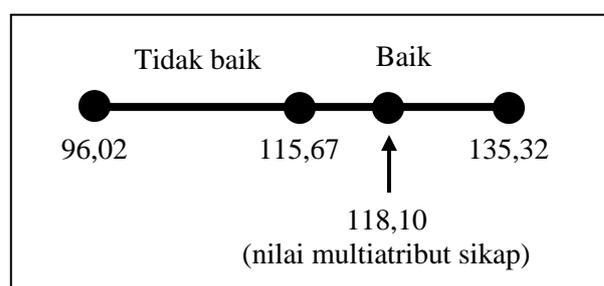
Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen terhadap suatu objek apakah disukai atau tidak dan juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari suatu objek (Sumarwan 2015). Sikap konsumen terhadap daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku di Kota Bandar Lampung diukur dengan menggunakan model multiatribut *Fishbein* dapat dilihat pada Tabel 2. Hasil penilaian evaluasi kepentingan responden (ei) menunjukkan bahwa atribut aroma dinilai paling penting yaitu 3,98, diikuti oleh harga sebesar 3,87, dan warna sebesar 3,78. Menurut Ismanto, Julainda, dan Mursidah (2018), aroma mengindikasikan baik atau tidaknya kualitas daging tersebut, jika beraroma menyengat atau busuk berarti daging tersebut sudah tidak layak dikonsumsi.

Hasil penilaian tingkat kepercayaan responden (bi) daging ayam ras segar diperoleh skor tertinggi yaitu atribut warna sebesar 4,25, sedangkan penilaian bi tertinggi daging ayam ras beku yaitu atribut kemudahan memperoleh produk sebesar 4,05. Skor sikap keseluruhan atribut (Ao) daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku yaitu

sebesar 118,10 dan 109,46 dapat diartikan bahwa konsumen lebih menyukai daging ayam ras segar dibandingkan dengan daging ayam ras beku.

Dalam penelitian ini, skor sikap konsumen dikelompokkan kedalam dua kategori sikap yaitu baik dan tidak baik. Skor minimum ditentukan dengan cara mengalikan skor kepentingan (ei) terendah dan skor kepercayaan (bi) terendah, sedangkan skor maksimum ditentukan dengan cara mengalikan skor kepentingan (ei) tertinggi dan skor kepercayaan (bi) tertinggi. Penentuan skala sikap konsumen dirujuk berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Marbun, Priyono, dan Suryanti (2015) yang menganalisis sikap terhadap pancake durian produksi Celebrity Pancake di Kota Bengkulu.

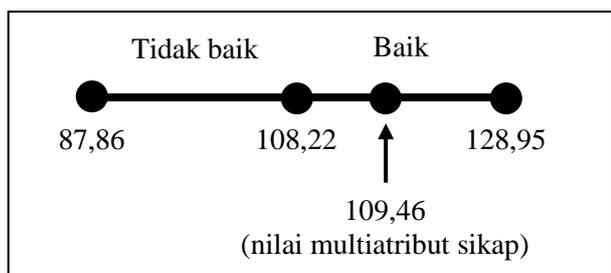
Sikap konsumen terhadap daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku berada pada kategori baik. Ningrum (2011) menyatakan bahwa nilai sikap konsumen terhadap atribut daging ayam ras berada pada nilai positif atau kategori baik. Skala sikap konsumen terhadap daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku berada pada kategori baik telah disajikan pada Gambar 1 dan Gambar 2.



Gambar 1. Skala multiatribut sikap konsumen terhadap daging ayam ras segar di Kota Bandar Lampung

Tabel 2. Skor evaluasi (ei), kepercayaan (bi) dan sikap (Ao) hasil penilaian responden terhadap daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku di Kota Bandar Lampung

No	Atribut	Evaluasi (ei)	Daging ayam ras segar		Daging ayam ras beku	
			(bi)	(Ao)	(bi)	(Ao)
1	Harga	3,87	4,12	15,92	3,23	12,50
2	Warna	3,78	4,25	16,08	3,52	13,30
3	Daya tahan	3,68	4,12	15,16	3,80	14,00
4	Bobot	3,77	3,57	13,43	3,35	12,62
5	Kebersihan	3,75	3,53	13,25	3,92	14,69
6	Kesegaran	3,40	4,12	14,00	3,50	11,90
7	Aroma	3,98	3,83	15,27	3,87	15,40
8	Kemudahan memperoleh produk	3,72	4,03	14,99	4,05	15,05
Jumlah (Ao)				118,10		109,46



Gambar 2. Skala multiatribut sikap konsumen terhadap daging ayam ras beku di Kota Bandar Lampung

Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Rumah Tangga terhadap Daging Ayam Ras Segar dan Daging Ayam Ras Beku

Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan rumah tangga terhadap daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku dianalisis dengan menggunakan model *Seemingly Unrelated Regression* (SUR). Sebelum melakukan uji silang *error* dilakukan analisis dengan model *Ordinary Least Square* (OLS). Uji *error* persamaan menghasilkan nilai residual yang nyata dengan tingkat kepercayaan 90, artinya model *Seemingly Unrelated Regression* (SUR) tepat digunakan dalam penelitian ini. Hasil analisis regresi faktor-faktor yang memengaruhi permintaan rumah tangga terhadap daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil analisis regresi faktor-faktor yang memengaruhi permintaan rumah tangga terhadap daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku di Kota Bandar Lampung

Variabel	Daging ayam ras segar		Daging ayam ras beku	
	Koefisien	Prob.	Koefisien	Prob.
C (konstanta)	60,18**	0,04	-41,26°	0,13
Harga daging ayam ras segar (X1)	-3,76°	0,13	4,87**	0,03
Harga daging ayam ras beku (X2)	-0,39	0,47	-1,89***	0,00
Harga daging ayam kampung (X3)	-0,28	0,69	0,25	0,69
Harga telur ayam ras (X4)	-1,29	0,25	-0,04	0,96
Harga ikan (X5)	0,54*	0,07	-0,12	0,65
Harga beras (X6)	0,61	0,52	-0,66	0,45
Harga minyak goreng (X7)	-1,49*	0,08	1,32*	0,09
Harga tempe (X8)	0,57*	0,06	-0,56*	0,05
Harga tahu (X9)	-0,32	0,55	-0,08	0,86
Pendapatan rumah tangga (X10)	-0,00	0,99	0,71***	0,00
Jumlah anggota rumah tangga (X11)	0,54***	0,00	0,19*	0,05
Selera terhadap daging ayam ras segar (D1)	-0,07	0,41	-0,02	0,78
Selera terhadap daging ayam ras beku (D2)	0,11°	0,12	-0,00	0,99
R-squared	0,39		0,68	
Adjusted R-squared	0,22		0,59	
F hitung	2,33	0,01	7,77	0,00

*** : nyata pada tingkat kepercayaan 99%
 ** : nyata pada tingkat kepercayaan 95%
 * : nyata pada tingkat kepercayaan 90%
 ° : nyata pada tingkat kepercayaan 85%

Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Rumah Tangga terhadap Daging Ayam Ras Segar

Berdasarkan Tabel 3, nilai *R-Square* permintaan rumah tangga terhadap daging ayam ras segar sebesar 0,39 artinya sebesar 39 persen variasi permintaan rumah tangga terhadap daging ayam ras segar dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas yang telah dimasukkan ke dalam model, sedangkan sisanya sebesar 61 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model. Nilai F hitung permintaan rumah tangga terhadap daging ayam ras segar sebesar 2,33 dengan tingkat kepercayaan 95 persen artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap permintaan daging ayam ras segar.

Faktor-faktor yang berpengaruh nyata positif terhadap permintaan daging ayam ras segar adalah harga ikan, harga tempe, dan jumlah anggota rumah tangga sedangkan harga minyak goreng berpengaruh nyata negatif. Apabila harga ikan dan harga tempe mengalami kenaikan maka permintaan terhadap daging ayam ras segar akan meningkat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ikan dan tempe merupakan barang substitusi daging ayam ras segar. Saat jumlah anggota rumah tangga mengalami kenaikan maka permintaan terhadap daging ayam ras segar akan meningkat.

Minyak goreng merupakan barang komplementer daging ayam ras segar sehingga permintaan terhadap daging ayam ras segar akan menurun apabila harga minyak goreng mengalami kenaikan. Sitorus, Hasyim dan Jufri (2015) menyatakan bahwa variabel harga tempe dan jumlah anggota rumah tangga berpengaruh nyata positif terhadap permintaan telur ayam ras. Dapat dikatakan bahwa tempe merupakan barang substitusi telur ayam ras. Fitriana, Sutrisno, dan Ani (2019) menyatakan bahwa minyak goreng berpengaruh nyata negatif dan merupakan barang komplementer terhadap permintaan daging ayam ras.

Harga daging ayam ras segar memiliki nilai koefisien negatif yang artinya apabila terjadi kenaikan sebesar satu persen maka akan menurunkan permintaan daging ayam ras segar sebesar 3,76 persen. Sejalan dengan penelitian Rahmadani, Budiraharjo, dan Setiyawan (2018) yang membuktikan bahwa harga daging ayam broiler berpengaruh nyata negatif dengan tingkat kepercayaan di bawah 90 persen. Konsumen menganggap bahwa daging ayam ras segar merupakan jenis komoditas ayam yang memiliki harga relatif murah dibandingkan jenis lainnya, seperti daging ayam ras beku dan daging ayam kampung sehingga menyebabkan hasil probabilitas tinggi.

Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Rumah Tangga terhadap Daging Ayam Ras Beku

Hasil analisis regresi permintaan rumah tangga terhadap daging ayam ras beku menunjukkan nilai *R-Square* sebesar 0,68 artinya sebesar 68 persen variasi permintaan rumah tangga terhadap daging ayam ras segar dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas yang telah dimasukkan ke dalam model, sedangkan sisanya sebesar 32 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model. Nilai F hitung permintaan rumah tangga terhadap daging ayam ras beku sebesar 7,77 dengan tingkat kepercayaan 99 persen. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh nyata terhadap permintaan daging ayam ras beku.

Faktor-faktor yang berpengaruh nyata positif terhadap permintaan daging ayam ras beku adalah harga daging ayam ras segar, harga minyak goreng, pendapatan rumah tangga, dan jumlah anggota rumah tangga sedangkan harga daging ayam ras beku dan harga tempe berpengaruh nyata negatif. Apabila harga daging ayam ras

segar dan harga minyak goreng mengalami kenaikan maka permintaan terhadap daging ayam ras beku akan meningkat, artinya daging ayam ras segar dan minyak goreng merupakan barang substitusi daging ayam ras beku. Permintaan terhadap daging ayam ras beku akan mengalami peningkatan apabila pendapatan rumah tangga dan jumlah anggota rumah tangga mengalami kenaikan.

Permintaan daging ayam ras beku akan menurun apabila harga daging ayam ras beku mengalami kenaikan. Hasil tersebut sejalan dengan teori permintaan, dimana terdapat hubungan negatif antara harga barang itu sendiri terhadap permintaannya. Daging ayam ras beku bersifat elastis karena nilai koefisien lebih dari 1. Tempe merupakan barang komplementer daging ayam ras beku, sehingga bila harga tempe mengalami kenaikan maka permintaan terhadap daging ayam ras beku akan menurun.

Nurdayati, Wiguna dan Arinto (2003) menyatakan bahwa harga daging sapi, pendapatan rumah tangga, dan jumlah anggota rumah tangga berpengaruh nyata positif terhadap permintaan daging ayam ras di Kota Magelang sedangkan harga daging ayam ras berpengaruh negatif. Sejalan dengan penelitian Agustin, Suryadi, dan Firman (2015) yang menjelaskan bahwa tahu merupakan barang substitusi telur ayam ras di Jawa Barat sebagai bahan pangan sumber protein.

KESIMPULAN

Sikap konsumen terhadap daging ayam ras segar dan daging ayam ras beku berada pada kategori baik. Sikap konsumen lebih menyukai daging ayam ras segar dibandingkan dengan daging ayam ras beku. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan rumah tangga terhadap daging ayam ras segar adalah harga ikan, harga minyak goreng, harga tempe, dan jumlah anggota rumah tangga. Ikan dan tempe merupakan barang substitusi, sedangkan minyak goreng merupakan barang komplementer terhadap daging ayam ras segar. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan rumah tangga terhadap daging ayam ras beku adalah daging ayam ras segar, harga daging ayam ras beku, harga minyak goreng, harga tempe, pendapatan rumah tangga, dan jumlah anggota rumah tangga. Daging ayam ras beku bersifat elastis. Daging ayam ras segar dan minyak goreng merupakan barang substitusi, sedangkan tempe merupakan barang komplementer terhadap daging ayam ras beku.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin HF, Suryadi D, dan Firman A. 2015. Elastisitas harga telur ayam ras di Jawa Barat. *Students E-Journals Unpad*, 4 (2). <http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/6297/3199> [1 Mei 2020].
- Andarwangi T, Indriani Y, dan Prasmatiwi FE. 2016. Gaya hidup rumah tangga dalam mengonsumsi buah-buahan di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 4 (1): 94-103. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/121> [30 Oktober 2019].
- Anggiasari NM, Indriani Y, dan Endaryanto T. 2016. Sikap dan pengambilan keputusan pembelian sayuran organik oleh konsumen di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 4 (4): 391-397. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1521> [30 Oktober 2019].
- BPS [Badan Pusat Statistik]. 2018a. *Kota Bandar Lampung dalam Angka 2018*. BPS Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung. <https://bandarlampungkota.bps.go.id/publication/2018/08/16/faf88dfb8e10769e3678fd9b/kota-bandar-lampung-dalam-angka-2018>. html [15 Oktober 2019].
- BPS [Badan Pusat Statistik]. 2018b. *Pola Konsumsi Penduduk Provinsi Lampung 2018*. BPS Provinsi Lampung. Lampung. <https://lampung.bps.go.id/publication/2019/04/29/5ffb5f7cb3479db127f132d4/pola-konsumsi-penduduk-provinsi-lampung-2018>. html [15 Oktober 2019].
- Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan. 2018. *Produksi Daging Ayam Ras menurut Provinsi Tahun 2009-2018*. BPS Pusat. Jakarta. <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1064> [15 Oktober 2019].
- Engel JF, Blackwell RD, dan Miniard PW. 2006. *Perilaku Konsumen* (Alih Bahasa Budi Janto), Jilid II, Edisi Keenam. Binarpa Aksara. Jakarta.
- Febrina D, Lestari DAH, dan Nurmayasari I. 2019. Analisis manfaat koperasi dan tingkat partisipasi anggota Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Subur Makmur Sejahtera Kecamatan Seputih Banyak Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 1 (1): 91-98. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3336/2557> [20 Oktober 2019].
- Fitriana FN, Sutrisno J, dan Ani SW. 2019 Analisis Permintaan Daging Ayam Ras di Kabupaten Kudus. *Jurnal SEPA*, 6 (1): 36-41. <https://jurnal.uns.ac.id/sepa/article/view/22592> [16 Maret 2020].
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ismanto AT, Julianda, dan Mursidah. 2018. Analisis sikap dan kepuasan konsumen terhadap atribut produk karkas ayam pedaging segar di pasar tradisional Kota Samarinda. *JIPVET*, 8 (2): 71 – 82. <https://journal.fapetunipa.ac.id/index.php/JIPVET/article/view/34/26> [30 Oktober 2019].
- Kementan [Kementerian Pertanian Republik Indonesia]. 2018. *Kementan Prioritaskan Protein Hewani*. Jakarta. <https://www.pertanian.go.id/home/?show=news&act=view&id=1686> [15 Maret 2020].
- Marbun D, Priyono BS, dan Suryanti M. 2015. Analisis persepsi, sikap dan perilaku konsumen terhadap pancake durian (Studi kasus : Pancake durian produksi Celebrity Pancake). *AGRISEP*, (15) 2: 215-226. <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/agrisep/article/view/839/734> [1 Juli 2020].
- Ningrum SS. 2011. Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Ayam Ras di Pasar Tradisional Kabupaten Karanganyar. *Skripsi*. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Nurdayati MA, Wiguna, dan Arinto. 2003. Analisis permintaan daging ayam ras di Kota Magelang. *Buletin Peternakan*, 27(4): 177-185. <https://journal.ugm.ac.id/buletinpeternakan/article/view/1483/1281> [1 November 2019].
- Rahmadani F, Budiraharjo K, dan Setiyawan H. 2018. Analisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan daging ayam broiler pada rumah tangga di Kabupaten Demak. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 2 (1): 73-78. <http://journal.univetbantara.ac.id/index.php/agrisaintifika/article/view/220> [29 Juni 2020].
- Sasmaya I, Indriani Y, dan Gultom DT. 2019. Perilaku konsumen dalam pembelian sayuran di pasar tradisional Kota Metro. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 7 (3): 330-337. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3770/2771> [10 Juli 2020].
- Sitorus SA, Hasyim H, dan Jufri M. 2015. Analisis Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan dan penawaran telur ayam ras (Studi kasus: Pasar Petisah, Kecamatan Medan Petisah). *Journal on Social Economic*

of Agriculture and Agribusiness, 2 (10): 1-15.
[https://jurnal.usu.ac.id/index
php/ceress/article/view/14423/6337](https://jurnal.usu.ac.id/index.php/ceress/article/view/14423/6337) [10 Juli
2020].

Sufren dan Natanael Y. 2013. *Mahir
Menggunakan SPSS Secara Otodidak*.
Kompas Gramedia. Jakarta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*

Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.
Alfabet. Bandung.

Suherman R. 2005. *Pengantar Teori Ekonomi,
Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan
Makro*. PT Raja Grafindo Persada. Surabaya.

Sumarwan U. 2015. *Perilaku Konsumen: Teori
dan Penerapannya dalam Pemasaran*. PT
Ghalia Indonesia. Bogor.