



Analisis Pola Permintaan Ayam Ras Pedaging oleh Pedagang Sate Madura di Kota Bandar Lampung

Demand Pattern Analysis of Broilers by Satay Madura Sellers in Bandar Lampung City

Indah Febrialita Putri^{1*}, Teguh Endaryanto², Lina Marlina²

¹ Department of Agribusiness, Faculty of Agriculture, University of Lampung. Jl. Soemantri Brodjonegoro 1, Bandar Lampung, 35145, Lampung, Indonesia

² Study program of Agribusiness, Faculty of Agriculture, University of Lampung. Jl. Soemantri Brodjonegoro 1, Bandar Lampung, 35145, Lampung, Indonesia

* Corresponding Author. E-mail address: indahfebrilitap@gmail.com

ARTICLE HISTORY:

Submitted: 13 January 2022
Accepted: 22 February 2022

KATA KUNCI:

Ayam ras pedaging
Pedagang
Permintaan
Pola permintaan

KEYWORDS:

Broilers
Sellers
Demand
Pattern of demand

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pola permintaan ayam ras pedaging serta faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ayam ras pedaging oleh pedagang sate madura di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode survei. Sampel diambil menggunakan teknik proporsional random sampling dengan jumlah responden sebanyak 31 pedagang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linear berganda dengan metode Ordinary Least Square (OLS) Regression. Hasil penelitian menunjukkan pola permintaan ayam ras pedaging oleh pedagang sate madura di Kota Bandar Lampung terdiri dari frekuensi pembelian, jumlah rata-rata pembelian dan tempat melakukan pembelian. Frekuensi pembelian yang dilakukan oleh pedagang sate madura adalah 7 kali seminggu dengan rata-rata jumlah pembelian 31 kg per minggu. Tempat biasa melakukan pembelian adalah pedagang ayam yang ada di pasar. Faktor-faktor yang berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam ras pedaging adalah harga ayam, harga kacang, harga arang, dan harga output.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the pattern of demand for broilers and the factors that influence the demand for broilers by Madura satay traders in Bandar Lampung City. This study uses a survey method. The sample is taken using a proportional random sampling technique with the number of respondents being 31 traders. Furthermore, the analytical method used is descriptive analysis and multiple linear regression with the Ordinary Least Square (OLS) Regression method. The result of the research shows that the pattern of demand for broilers by Madura satay traders in Bandar Lampung City consists of the frequency of purchase, the average number of purchases, and the place of purchase. The frequency of purchases made by Madura satay traders is seven times a week with an average number of purchases of 31 kg per week. Then, the usual place to make a purchase is the chicken trader in the market. The factors that significantly affect the demand for broilers are the price of chicken, the price of peanuts, the price of charcoal, and the price of output.

1. Pendahuluan

Sektor pertanian berpengaruh bagi kegiatan ekonomi rakyat dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keberlangsungan hidup warga Indonesia. Kontribusi sektor pertanian terhadap PDB yaitu 12,72% (BPS, 2019). Pembangunan sektor pertanian telah sejak awal difokuskan dalam upaya peningkatan produktivitas hasil produksi pertanian guna pemenuhan pangan untuk masyarakatnya, kebutuhan produksi industri dalam negeri, peningkatan jumlah ekspor, peningkatan pendapatan, selain itu mendorong kesempatan berusaha dan memperluas kesempatan kerja (Soekartawi, 2016).

Subsektor peternakan yaitu salah satu subsektor dengan kontribusi penting bagi kegiatan produksi dan konsumsi masyarakat di Indonesia. Meningkatkan subsektor peternakan menjadi salah satu upaya dalam pemenuhan gizi protein hewani dengan tujuan meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Ayam ras pedaging dipilih oleh masyarakat Indonesia sebagai sumber protein disebabkan oleh harganya yang relatif terjangkau dan mudah diperoleh. Selain rasa yang enak dengan harga yang lebih terjangkau, daging ayam cenderung mengandung kolesterol rendah daripada daging sapi (Setiawan, 2006).

Menurut BPS tahun 2018, Provinsi Lampung berada di urutan 11 konsumsi daging ayam ras pedaging tertinggi di Indonesia yaitu dengan total konsumsi sebesar 85.539 ton pertahun. Jumlah konsumsi ayam ras pedaging di luar rumah tangga cukup tinggi karena hampir sama dengan jumlah konsumsi dalam rumah tangga masyarakat. Banyak jenis olahan dapat diciptakan dari daging ayam ras pedaging sehingga banyak jenis masakan menggunakan daging ayam ras pedaging baik di dalam rumah tangga ataupun rumah makan dengan pertimbangan tekstur daging ayam yang empuk dan tebal. Tingginya jumlah penduduk dan mayoritas penduduk yang menyukai daging ayam di luar rumah tangga menjadi potensi bagi industri hilir makanan olahan, termasuk restoran, rumah makan, dan pedagang makanan olahan lainnya yang menyajikan masakan berbahan dasar ayam.

Permintaan pedagang sate ayam terhadap ayam ras pedaging adalah contoh bentuk permintaan input oleh produsen. Menurut Debertin (1986) dalam Putriasih (2015), permintaan input produksi bisa terpengaruh oleh harga output yang dihasilkan, harga input untuk produksi, input yang bersifat substitusi juga komplementer, serta teknologi dalam proses perubahan input menjadi output. Dalam pemenuhannya, selain dipengaruhi oleh harga dan teknologi, terdapat kendala yang dihadapi yaitu berfluktuatifnya harga

ayam. Harga ayam cenderung naik terutama pada saat waktu-waktu tertentu seperti saat menjelang hari-hari besar dan biasanya akan kembali turun setelahnya. Selain itu, fluktuasi harga juga turut dipengaruhi oleh ketersediaan ayam yang diatas pasokan (*over supply*) sehingga ayam beredar di pasar cukup banyak sedangkan daya beli masyarakat menurun (Santoso, 2013).

Diantara jenis sate yang ada, jenis sate yang menggunakan daging ayam dalam hidangannya diantaranya adalah sate madura dan sate ponorogo, namun sate madura lebih populer di Kota Bandar Lampung dan lebih mudah ditemui. Usaha sate ayam madura cukup menjanjikan bagi pedagang sate dikarenakan permintaan makanan olahan daging ayam yang akibat dari padatnya aktivitas masyarakat sehingga membutuhkan makanan siap saji yang dinilai lebih praktis. Pola permintaan ayam ras pedaging oleh pedagang sate ayam madura juga mampu memberikan informasi tentang bagaimana permintaan ayam ras pedaging oleh pedagang sate ayam madura seperti frekuensi pembelian, tempat pembelian, dan jumlah pembelian ayam (Sari, 2016).

2. Materi dan Metode

2.1. Materi

Penelitian telah dilaksanakan pada bulan Maret hingga April 2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Lokasi untuk penelitian dipilih secara purposive di Kota Bandar Lampung. Pengambilan sampel setiap kecamatan dilakukan dengan metode *proportional random sampling*, atau teknik pemilihan sampel dengan cara mengambil subyek dari setiap strata (proporsi) ditentukan imbang dengan jumlah subyek pada setiap strata yang tersedia (Arikunto, 2006).

2.2. Metode

2.2.1. Penentuan Sampel Penelitian

Populasi yang ada dalam penelitian berikut adalah pedagang sate madura di Kota Bandar Lampung. Jumlah populasi adalah 71 pedagang yang menyebar di 20 kecamatan pada Kota Bandar Lampung. Jumlah tersebut diperoleh dengan menelusuri jalan pada tiap kecamatan yang ada. Menentukan jumlah sampel digunakan rumus menurut Isaac dan Michael (1995) dalam Sugiarto (2003) :

$$n = \frac{NZ^2S^2}{Nd^2 + Z^2S^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
 N = jumlah populasi
 S² = variasi sampel (5%)
 Z = tingkat kepercayaan (90% = 1,645)
 d = derajat penyimpangan (5%)

Jumlah sampel yang diperoleh menggunakan rumus adalah sebanyak 31 pedagang. Jumlah sampel pada masing- masing daerah ditentukan secara proporsional dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil sampel di setiap kecamatan.

No.	Lokasi	Jumlah Sampel
1.	Kec. Enggal	1
2.	Kec. Kedamaian	1
3.	Kec. Kedaton	1
4.	Kec. Kemiling	1
5.	Kec. Way Halim	3
6.	Kec. Langkapura	3
7.	Kec. Rajabasa	1
8.	Kec. Sukabumi	3
9.	Kec. Sukarame	1
10.	Kec. Labuhan Ratu	1
11.	Kec. Tanjung Senang	3
12.	Kec. Tanjung Karang Barat	1
13.	Kec. Tanjung Karang Pusat	3
14.	Kec. Tanjung Karang Timur	3
15.	Kec. Teluk Betung Barat	1
16.	Kec. Teluk Betung Selatan	3
17.	Kec. Teluk Betung Timur	1
Total		31

Sumber : Data diolah, 2021

2.2.2. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis diantaranya analisis deskriptif statistik dan regresi linear berganda menggunakan metode *Ordinary Least Square (OLS) Regression*. Analisis regresi berganda merupakan teknik dalam menganalisis pengaruh yang terjadi antara suatu variabel terikat atau dependen dan beberapa variabel bebas atau

independen (Gujarati, 2003). Fungsi permintaan yang akan digunakan dirumuskan secara matematis sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + dD + e$$

Keterangan :

Y	= Jumlah permintaan ayam ras pedaging (Kg)
α	= Intersep
β_1 - β_5	= Koefisien variabel bebas
X1	= Harga input ayam ras pedaging (Rp/kg)
X2	= Harga kacang (Rp/kg)
X3	= Harga kecap manis (Rp/liter)
X4	= Harga arang (Rp/kg)
X5	= Harga output (Rp)
D	= Skala Usaha
1	= Gerobak/Tenda
0	= Bangunan Tetap
e	= error

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Karakteristik Responden

Usia responden (pedagang sate madura) termasuk ke dalam golongan umur produktif yaitu pada rentang umur 15-65 tahun, sebagian besarnya berjenis kelamin laki-laki. Mayoritas pendidikan terakhir pedagang sate madura adalah SMP. Modal pedagang sate madura didominasi jumlah kisaran Rp.5.000.000 hingga Rp.15.000.000 sebesar 70,1%. Hal ini sesuai dengan gambaran skala usaha yang masih didominasi menggunakan gerobak dan tenda dibandingkan dengan bangunan tetap. Modal yang pedagang sate madura digunakan lebih besar untuk input produksi dibandingkan dengan pengeluaran untuk investasi tempat ataupun biaya-biaya tetap seperti gedung, perlengkapan, peralatan, dan tenaga kerja. Pedagang sate madura umumnya tidak menggunakan tenaga kerja luar melainkan tenaga kerja dalam keluarga.

3.2. Pola Permintaan Ayam Ras Pedaging

Tujuan pertama adalah untuk mengetahui pola permintaan ayam ras pedaging oleh pedagang sate madura. Pola permintaan ayam ras pedaging terbentuk akibat terjadinya pembelian ayam ras pedaging secara terus menerus. Pola permintaan pada penelitian ini

terdiri dari jumlah pembelian ayam ras pedaging, frekuensi pembeliannya, dan tempat dimana pedagang biasa melakukan pembelian ayam ras pedaging.

Tabel 2. Pola pembelian ayam ras pedaging oleh pedagang sate madura.

No.	Pola Pembelian	Jumlah	Persentase (%)
1	Jumlah permintaan (kg/minggu)		
	14-35	26	83,9%
	36-56	3	9,7%
	57-78	1	3,2%
	79-98	1	3,2%
	Total	31	100%
2	Frekuensi pembelian		
	7 kali/minggu	31	100%
	Total	31	100%
3	Tempat pembelian		
	Pasar	30	96,8%
	Rumah potong	1	3,2%
	Total	31	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Pada Tabel 2, jumlah permintaan tertinggi ada pada jumlah pembelian 14-35 kg per minggu yaitu sebesar 83,9% dengan jumlah pembelian terendah yaitu 14 kg per minggu dan jumlah terbanyak 98 kg per minggu. Frekuensi per minggu pembelian ayam ras pedaging pedagang sate madura di Kota Bandar Lampung adalah setiap hari atau 7 kali dalam seminggu. Pedagang sate madura melakukan pembelian setiap hari dikarenakan mereka memilih untuk mengolah daging yang baru dan masih segar setiap harinya. Pedagang memilih untuk menjaga kepercayaan konsumen yang mengonsumsi olahan sate madura yang mereka produksi. Tempat pembelian ayam ras pedaging didominasi oleh pasar yaitu sebesar 96,8%. Alasan mereka membeli ke pasar karena mereka mempertimbangkan lokasi pasar yang dekat dengan rumah tempat mereka mengolah ayam ras pedaging menjadi olahan sate. Selain itu, mereka mempertimbangkan dengan membeli bahan baku ayam ras pedaging di pasar, pedagang sate madura bisa sekaligus berbelanja kebutuhan lain yang berkaitan dengan proses produksi sate madura seperti kacang, cabai, mentimun, kecap dan sebagainya.

3.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ayam Ras Pedaging

Dalam menjawab tujuan kedua digunakan analisis regresi linear berganda, dengan permintaan ayam ras pedaging (Y) sebagai variabel terikat dan variabel bebas yang terdiri dari harga input ayam ras pedaging (X1), harga kacang (X2), harga kecap manis (X3), harga arang (X4), harga output hasil olahan (X5), dan skala usaha (D1). Pada regresi linear berganda, model regresi dinilai sebagai model yang baik apabila tidak terjadi atau tidak adanya penyimpangan seperti multikolinearitas, heteroskedastisitas, serta data terdistribusi secara normal. Untuk memastikan hal tersebut, dilakukan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas dengan hasil sebagai berikut.

3.3.1. Uji Normalitas

Dalam menguji nilai normalitas dilaksanakan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Menghasilkan data yang terdistribusi normal apabila angka signifikansi lebih dari 0,05. Diperoleh angka signifikansi uji normalitas yaitu sebesar 0,2 dimana dikatakan distribusi data adalah normal menurut teori jika nilai signifikansi diatas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini terdistribusi secara normal.

3.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan dalam melihat apakah pada model regresi adanya hubungan yang terjadi antara variabel bebas (*independent*) digunakan uji multikolinearitas. Terdeteksinya multikolinearitas dapat melihat melalui angka *Variance Inflation Factor (VIF)* pada setiap nilai variabel bebas. Dapat dikatakan tidak terdapat multikolinearitas pada data ketika diperoleh angka VIF kurang dari 10, dan apabila nilai VIF pada seluruh variabel lebih besar dari 10, disimpulkan terjadi multikolinearitas pada data yang dimasukkan kedalam model.

3.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Berfungsi dalam menguji apabila pada model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual pengamatan yang satu ke pengamatan lainnya. Penelitian ini menggunakan uji white melalui software eviews dan menghasilkan prob chisquare pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil uji heteroskedastisitas

F-statistic	7.294776	Prob. F(6,24)	0.0002
Obs*R-squared	20.02147	Prob. Chi-Square(6)	0.0027

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 3, terjadi heteroskedastisitas pada data permintaan daging ayam oleh pedagang sate madura di Kota Bandar Lampung. Untuk mengatasinya maka digunakan adjustment dengan metode huber-white sehingga menghasilkan data akhir yang telah diperbaiki pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil regresi variabel yang mempengaruhi permintaan ayam ras pedaging

Variabel	Koefisien	Std. Error	t-Statistik	Prob
C	90.35399	117.4563	0.769256	0.4492
Harga ayam ras pedaging (X1)	-6.236642	2.927876	-2.130091	0.0436**
Harga kacang (X2)	6.787291	2.953294	2.298210	0.0306**
Harga kecap manis (X3)	-0.762440	0.882859	-0.863603	0.3964
Harga arang (X4)	15.77047	8.761812	1.799909	0.0845*
Harga output (X5)	3.077397	1.046825	2.939744	0.0072***
Skala usaha (D)	-0.322476	6.192610	-0.052074	0.9589
R-Squared				0,618864
Adjusted R-Squared				0,523580
F-Statistic				6,494950
Prob (F-Statistic)				0,000360

Keterangan : *Signifikansi diatas 90% ; **Signifikansi diatas 95%; ***Signifikansi diatas 99%

Sumber : Data diolah, 2021

Pada Tabel 4, diperoleh hasil variabel yang berpengaruh diantaranya harga ayam ras pedaging, harga kacang, harga arang, dan harga output. Sedangkan variabel yang tidak mempengaruhi diantaranya harga kecap manis, dan skala usaha dikarenakan nilai signifikansi dibawah 90%.

3.3.3.1. Harga Ayam Ras Pedaging (X1)

Dilihat dari analisis yang diperoleh pada Tabel 19, harga ayam ras pedaging memiliki probabilitas yaitu 0,0436 dengan koefisien -6,236642 yang berarti bahwa harga ayam berpengaruh nyata negatif kepada permintaan ayam ras pedaging oleh pedagang

sate madura dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Berarti, ketika harga ayam ras pedaging naik sebesar 1 satuan, maka akan menurunkan permintaan ayam ras pedaging sebesar 6,236646 satuan. Hasil ini selaras dengan penelitian oleh Sari, Murniati, dan Sayekti (2017) yang memaparkan dalam penelitian mereka bahwa harga lele berpengaruh nyata negatif terhadap permintaan lele oleh pedagang pecel lele. Hal ini selaras dengan teori pada hukum permintaan yang menyatakan ketika terjadi kenaikan harga barang tertentu, maka dapat menurunkan permintaan terhadap barang itu sendiri (Sukirno, 2003). Elastisitas permintaan ayam ras pedaging terhadap harga ayam ras pedaging setelah dihitung menggunakan rumus adalah sebesar 78234 atau $E_i > 1$. Nilai elastisitas harga ayam ras lebih besar dari 1, maka permintaan ayam ras pedaging bersifat elastis terhadap perubahan harga ayam ras pedaging. Jika harga ayam naik sebesar satu satuan maka akan menurunkan permintaan ayam ras pedaging sebesar 78234 satuan.

3.3.3.2. *Harga Kacang (X2)*

Dilihat dari analisis yang diperoleh pada Tabel 19, harga kacang memiliki nilai probabilitas sebesar 0,0306 dengan nilai koefisien 6,787291, berarti bahwa harga kacang berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam ras pedaging oleh pedagang sate madura dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Sehingga disimpulkan, apabila harga kacang naik sebesar 1% maka permintaan ayam ras pedaging juga bertambah sebesar 6,787291%. Kesimpulan ini sesuai dengan penelitian Adelina. Damayanti, dan Elwamendri (2017) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh nyata oleh variabel ragi sebagai bahan komplementer dalam pembuatan tempe. Sesuai dengan teori Sugiarto (2002), barang komplementer merupakan barang penggenap yang dapat melengkapi fungsi barang lainnya. Harga barang komplementer bisa menjadi salah satu faktor dalam memengaruhi jumlah permintaan.

3.3.3.3. *Harga Arang (X4)*

Dilihat dari analisis yang diperoleh pada Tabel 19, harga arang memiliki nilai probabilitas sebesar 0,0845 dengan nilai koefisien 15,77047, berarti bahwa harga arang berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam ras pedaging oleh pedagang sate madura dengan tingkat kepercayaan sebesar 90%. Apabila harga arang naik sebesar 1 satuan maka permintaan ayam ras pedaging akan bertambah sebesar 15,77047 satuan. Kesimpulan ini sejalan dengan penelitian Suparyana (2017) yang memaparkan bahwa

terdapat pengaruh nyata variabel minyak goreng terhadap permintaan buah pisang oleh pedagang gorengan. Pada penelitian ini, variabel harga arang berpengaruh nyata terhadap permintaan daging ayam oleh pedagang sate Madura.

3.3.3.4. *Harga Output (X5)*

Dilihat dari analisis yang diperoleh pada Tabel 19, harga output sate ayam memiliki nilai probabilitas sebesar 0.0072 dengan nilai koefisien 3,077397, sehingga berarti harga output sate ayam berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam ras pedaging oleh pedagang sate madura dengan tingkat kepercayaan sebesar 99%. Apabila harga output naik sebesar 1 satuan maka permintaan ayam ras pedaging akan bertambah sebesar 3,077397 satuan. Kesimpulan ini selaras dengan hasil penelitian oleh Sari, Murniati, dan Sayekti (2017) yang memaparkan bahwa harga output pecel lele berpengaruh nyata terhadap permintaan ikan lele. Pada penelitian ini, diperoleh hasil bahwa harga output sate ayam berpengaruh nyata.

4. Kesimpulan

Pola permintaan ayam ras pedaging oleh pedagang sate madura di Kota Bandarlampung terdiri dari frekuensi pembelian, jumlah rata-rata pembelian dan tempat melakukan pembelian. Frekuensi pembelian yang dilakukan oleh pedagang sate madura adalah 7 kali seminggu, dengan rata-rata jumlah pembelian 31 kg perminggu. Tempat biasa melakukan pembelian adalah pedagang ayam yang ada di pasar. Faktor-faktor yang berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam ras pedaging adalah harga ayam ras pedaging dengan tingkat kepercayaan 95%, harga kacang dengan tingkat kepercayaan 95%, harga arang dengan tingkat kepercayaan 90%, dan harga output dengan tingkat kepercayaan 99%.

Bagi pedagang sate madura, harga masih merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap fluktuasi permintaan ayam ras pedaging, oleh karena itu diharapkan agar kedepannya pemerintah dapat segera menetapkan batas harga atas dan bawah untuk daging ayam, agar harga tetap stabil untuk menghindari fluktuasi harga yang ekstrim akibat tingginya permintaan ayam ras pedaging di beberapa waktu seperti perayaan saat ada hari-hari besar. Bagi peneliti lain yang hendak melakukan penelitian sejenis, diharapkan dapat menganalisis variabel-variabel lain seperti jenis daging lain

sebagai barang substitusi ataupun bahan komplementer seperti cabai dan timun yang mempengaruhi permintaan ayam ras pedaging, atau menganalisis topik lanjutan seperti analisis preferensi, atau kepuasan konsumen.

Daftar Pustaka

- Adelina, H. A., D. Yusma, Elwamendri. 2017. Analisis permintaan kedelai pada agroindustri tempe di Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Sosio Ekonomika Bisnis*, 20(1): 1-11.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Provinsi Indonesia dengan Konsumsi Daging Ayam Tertinggi Tahun 2017*. Badan Pusat Statistik. Indonesia. <https://www.bps.go.id/indicator/24/488/2/produksi-daging-ayam-ras-pedaging-menurut-provinsi.html>. Diakses tanggal 30 Januari 2022.
- Badan Pusat Statistik. 2019. *Jumlah Penduduk Kota Bandar Lampung Tahun 2018-2019*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. Lampung. <https://lampung.bps.go.id/indicator/12/45/1/jumlah-penduduk.html> Diakses tanggal 30 Januari 2022
- Debertin, D.L. 1986. *Agricultural Production Economics*. Macmillan Publishing Company. New York.
- Gujarati, D.N. 2003. *Basic Econometrics*. Mc Graw Hill/Irwin. New York
- Isaac, S., Michael. 1995. *Handbook In research And Evaluation*. EDITS. Michigan
- Putriasih N.W., W.D. Sayekti, R. Adawiyah. 2015. Pola permintaan dan loyalitas pedagang soto terhadap bihun tapioka di Kecamatan Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 3(4) : 426-431.
- Santoso H., F.D. Riana, L. Febri. 2013. Analisis permintaan dan strategi pengembangan agribisnis kopi di Indonesia. *Malang: Agrise*, 13(1) : 69-79.
- Sari, M.A., M. Ktut, D.S. Wuryaningsih. 2017. Analisis permintaan ikan lele (*Clarias sp*) oleh pedagang pecel lele di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. 5(2): 149-155
- Sari, P.M. 2016. Analisis yang mempengaruhi konsumsi kedelai di Indonesia. *Journal Economic and Economic Education*, 4(1): 30-41.
- Setiawan, N. 2006. Perkembangan konsumsi protein hewani di Indonesia: analisis hasil survey sosial ekonomi nasional 2002-2005 (The Trend of Animal Protein Consumption in Indonesia: Data Analysis of 2002-2005 National Socio Economic Survey). *Jurnal Ilmu Ternak*, 6(1) : 68-74. DOI: <https://doi.org/10.24198/jit.v6i1.2270>
- Soekartawi. 2016. *Agribisnis : Teori dan Aplikasinya*. (Cetakan ke-11). Rajawali Pers. Jakarta
- Sugiarto. 2003. *Teknik Sampling*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta