

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN TELUR AYAM RAS PADA RUMAH TANGGA DI KOTA SEMARANG

Analysis of Determinant Factors of Household's Demand for Chicken Eggs in Semarang City

Adiyoso Bagus Kumolo^{1*}, Kustopo Budiraharjo¹, Wahyu Dyah Prastiwi¹

*¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian,
Universitas Diponegoro*

Jl. Prof. Soedarto, Tembalang, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

**Email: adiyosobagus@gmail.com*

Naskah diterima: 28/09/2022, direvisi: 04/11/2022, disetujui: 06/12/2022

ABSTRAK

Telur ayam ras merupakan hasil dari peternakan ayam dan menjadi kebutuhan yang penting bagi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras pada rumah tangga dan untuk menganalisis elastisitas permintaan telur ayam ras pada rumah tangga di Kota Semarang. Penelitian ini dilaksanakan pada Februari hingga bulan Maret 2022. Lokasi penelitian dilakukan secara *purposive*. Metode yang digunakan adalah metode survei dan pemilihan sampel menggunakan metode *quota* sampling dengan memilih sebanyak 120 responden dari 5 pasar tradisional di Kota Semarang. Pengambilan responden menggunakan metode *accidental*. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel - variabel bebas secara serempak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat. Secara parsial harga telur ayam ras, pendapatan konsumen, dan jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap permintaan telur ayam ras. Sedangkan harga barang lain (seperti tahu dan tempe) dan selera konsumen tidak berpengaruh terhadap permintaan telur ayam ras. Elastisitas harga telur ayam ras bersifat elastis (-1,225). Tempe merupakan barang pengganti telur ayam ras dengan elastisitas (0,675) dan tahu merupakan barang komplementer telur ayam ras dengan elastisitas (-0,276). Elastisitas pendapatan (0,482) menerangkan bahwa telur ayam ras termasuk barang normal.

Kata kata Kunci : Elastisitas, Permintaan, Konsumen, Telur ayam

ABSTRACT

Chicken eggs are the result of chicken farming and are an important need for the community. The research aimed to analyze the factors that influence the demand for chicken eggs in households and to analyze elasticity of demand of chicken eggs in Semarang City. This study conducted in February – March 2022. The research location determined by purposive. Survey method was used with Quota sampling to select 90 respondents from 5 traditional markets in Semarang City. Respondents taken by accidental method. Data analysis using multiple linear regression. Regression analyzed showed that independent variabels simultaneously significant on dependent variabel. Partially the price of chicken eggs, the household income, and family members significantly influence the demand for chicken eggs. While the price of other goods (tempe/tofu) and consumer tastes did not significantly affect the demand for chicken eggs. The elasticity of demand for chicken eggs price was elastic -1.225. Tempe was substitutes chicken eggs with elasticity (0,675) and tofu was complement chicken eggs with (-0,276). The elasticity of the income (0,482) shows that chicken eggs become normal goods.

Keywords: Chicken eggs, Consumer, Demand, Elasticity

PENDAHULUAN

Telur merupakan produk unggas yang kaya akan sumber protein hewani bagi masyarakat sehingga telur berperan penting dalam mengatasi masalah gizi. Konsumsi telur ayam ras di Indonesia selama periode 2015 hingga 2019 mengalami pertumbuhan sebesar 2,57%, dengan rata-rata konsumsi telur ayam ras sebesar 103,94 butir/ kapita/ tahun (Ditjen. Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2020). Pertumbuhan konsumsi per kapita memberikan peluang besar bagi pengusaha untuk memulai bisnis ayam petelur. Hal ini sangat mempengaruhi besarnya produksi telur ayam ras di Indonesia sebesar 5.044.395 ton dan sementara itu Provinsi Jawa Tengah memiliki jumlah produksi sebesar 530.220 ton pada tahun 2020 (BPS, 2021). Neraca telur ayam Indonesia diproyeksikan mengalami surplus pada tahun 2016 hingga 2021 karena peningkatan konsumsi per kapita dan produksi telur ayam ras.

Telur ayam merupakan hasil peternakan unggas dan menjadi bahan pangan dalam kehidupan sehari-hari karena hampir semua orang mengkonsumsinya. Ayam petelur memiliki laju pertumbuhan yang sangat cepat pada umur 4,5-5,0 bulan dan sangat produktif, menghasilkan 250-280 telur per tahun dengan berat telur 50-60 g/ tahun. Kebutuhan sumber nutrisi khususnya telur ayam ras yang mengandung protein hewani masih menjadi salah satu alternatif masyarakat di tengah situasi dampak pandemi Covid-19 saat ini guna untuk memenuhi kebutuhan kesehatan, tumbuh dan kembang otak dan kesehatan lainnya. Hal ini disebabkan oleh kemudahan konsumen dalam memperoleh telur dengan harga yang relatif murah dan terjangkau bagi semua

kalangan masyarakat (Bandrang, 2015).

Usaha peternakan ayam ras petelur di situasi pandemi Covid-19 mulai mengalami dampak pada terganggunya rantai pasok. Kondisi ini menjelaskan bahwa terdapat kelebihan produksi di hulu namun tidak bisa mencapai sasaran ke konsumen (Widiawati *et al.*, 2020). Hal ini merupakan salah satu penyebab tidak stabilnya harga telur di pasaran. Harga telur ayam ras yang turun pada awal tahun dan Agustus 2021 berdampak kuat terhadap keberlangsungan peternakan ayam petelur di Jawa Tengah khususnya Kota Semarang dan sekitarnya. Para pengusaha telur ayam ras pun harus memikirkan persaingan dalam melakukan pemasaran agar dapat meningkatkan permintaan telur ayam ras atas penjualan yang mereka lakukan.

Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa tingkat rata-rata konsumsi per kapita per bulan di Jawa Tengah untuk telur ayam menunjukkan peningkatan dari tahun 2018-2020. Sedangkan di sisi produksi, telur ayam ras di Jawa Tengah berfluktuasi selama 4 tahun terakhir, dengan rata-rata produksi telur ayam ras cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Data harga telur ditingkat peternak pada bulan Agustus 2021 menurut Perhimpunan Insan Perunggasan Rakyat Indonesia (PINSAR) di Kota Semarang berada pada harga rata-rata yaitu Rp 18.590 per kg dan harga terendah berada dalam angka Rp 16.500 per kg. Harga tersebut masih di bawah harga acuan telur peternak yang telah ditetapkan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) nomor 7 tahun 2020 tentang harga acuan penjualan telur ayam ras di tingkat peternak sebesar Rp 19.000 hingga Rp 21.000 per kg. Setiap bulan pada tahun 2021 harga telur ayam ras masih mengalami fluktuasi harga. Fluktuasi harga dan pasokan telur ayam ras selalu menjadi masalah bagi peternak ketika harga jatuh dan bagi konsumen ketika harga tinggi (Ilham dan Saptana, 2019).

Kota Semarang merupakan salah satu pusat pemasaran atau perdagangan yang sangat strategis bagi para pengusaha baik pengusaha dengan skala kecil, menengah maupun pengusaha dengan skala besar khususnya pengusaha penjualan telur ayam ras. Hampir semua orang bisa mengkonsumsi makanan ini sebagai sumber protein hewani. Hal ini disebabkan telur ayam ras merupakan salah satu makanan yang mudah diperoleh dan sangat banyak kegunaannya dalam pembuatan pengolahan berbagai macam olahan makanan, seperti, roti, kerupuk, bahan pengembang dan lain sebagainya (Cristina, 2018).

Permasalahan dan kendala yang dihadapi peternakan unggas dapat diminimalisir dengan memahami permintaan konsumen. Makanan yang banyak mengandung sumber protein menimbulkan persaingan penjualan yang sangat ketat di pasaran. Persaingan yang sangat ketat tersebut mengharuskan pengusaha lebih memperhatikan semua faktor-faktor yang dapat mempengaruhi permintaan atas penjualannya. Pemahaman karakteristik permintaan yang ada di masyarakat juga perlu diketahui peternak. Bagi peternak, penting untuk mengetahui faktor permintaan telur ayam ras untuk tujuan perencanaan

produksi dan pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras pada rumah tangga di Kota Semarang dan menganalisis elastisitas permintaan telur ayam ras pada rumah tangga di Kota Semarang.

METODOLOGI

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dipilih secara *purposive* (sengaja) yaitu, pasar tradisional yang dijadikan sebagai tempat mengambil data dengan pertimbangan jangkauan pelayanan, kemampuan jangkauan peneliti dan adanya penjual telur ayam ras di pasar tersebut. Menurut Yanti dan Munawaroh (2019) bahwa konsumen dalam melakukan pembelian lebih memilih pasar tradisional karena letaknya yang strategis sehingga diharapkan agar mudah dijangkau konsumen dalam kelas menengah ke bawah. Pertimbangan tersebut ditujukan untuk mewakili populasi dalam proses pengambilan data. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Februari 2022 hingga bulan Maret 2022.

Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama atau tidak melalui media perantara. Data primer ini meliputi hasil wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan kuesioner mengenai pengalaman responden mengenai harga telur ayam ras, harga barang lain, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota rumah tangga, selera konsumen dan permintaan telur ayam ras. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara atau perusahaan/lembaga yang bersangkutan. Data sekunder meliputi profil daerah penelitian, konsumsi telur ayam ras dan sebagainya.

Metode Penentuan Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen telur ayam ras di lokasi penelitian. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *accidental* dimana sampel yang bersifat acak atau mudah ditemukan, sehingga sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang secara acak bertemu dengan catatan seseorang yang memenuhi kriteria sebagai sumber data.

Kriteria responden penelitian ini yaitu ibu rumah tangga yang membeli telur ayam ras untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya sendiri dan bukan untuk diperdagangkan atau keperluan lainnya. Penentuan jumlah sampel responden adalah menggunakan dasar bahwa jumlah anggota sampel pada penelitian multivariat yaitu minimal 15 sampai 20 kali dari jumlah variabel independen yang diteliti (Hair *et al.*, 2014). Penelitian ini terdapat 6 variabel

independen sehingga menurut teori tersebut sampel yang digunakan adalah $6 \times 20 = 120$. Responden di 5 pasar tradisional yang menjadi tempat penelitian akan diambil 24 sampel secara acak sehingga akan terkumpul sebanyak 120 sampel atau responden. Jumlah sampel sebanyak 120 sudah memenuhi syarat suatu sampel dalam merepresentasikan populasi. Kelima pasar tradisional yang dipilih menjadi tempat penelitian adalah Pasar Jatingaleh, Pasar Peterongan, Pasar Pedurungan, Pasar Gayamsari, dan Pasar Karangayu.

Metode Analisis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah penelitian dimana sampel diambil dari populasi dan kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data (Haryono, 2012). Kajian ini membutuhkan informasi yang memadai agar temuan-temuannya cukup lengkap untuk dijadikan dasar pembahasan masalah yang dihadapi. Analisis data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan model analisis yaitu regresi linier berganda yaitu untuk menganalisis hubungan antara variabel bebas yaitu harga telur ayam ras (X_1), harga tempe (X_2), harga tahu (X_3), pendapatan konsumen (X_4), jumlah anggota keluarga (X_5) dan selera konsumen (X_6) dengan variabel terikat yaitu jumlah permintaan telur ayam ras (Y). Uji regresi linier berganda dapat menjelaskan faktor-faktor yang berhubungan secara signifikan dan tidak signifikan dengan permintaan telur ayam ras. Model dari uji regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Keterangan:

Y : Jumlah permintaan telur ayam ras (kg/minggu)

a : konstanta

b_1 - b_6 : Koefisien regresi variabel independen

X_1 : Harga telur ayam ras (Rp/kg)

X_2 : Harga tempe (Rp/bungkus)

X_3 : Harga tahu (Rp/bungkus)

X_4 : Pendapatan (Rp/bulan)

X_5 : Jumlah Anggota Keluarga (orang)

X_6 : Selera konsumen (skor)

e : Faktor error

Data yang terkumpul diolah menggunakan program *Microsoft Excel* dan *SPSS*. Pembuktian persamaan regresi linear berganda memerlukan beberapa uji statistik, yaitu uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas) dan uji koefisien determinasi (R^2), uji t, uji F. Perhitungan elastisitas permintaan digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh jumlah permintaan telur ayam ras yang di minta terhadap perubahan harga. Ada

tiga jenis elastisitas permintaan yaitu terdiri dari elastisitas harga dari permintaan, elastisitas silang dari permintaan, dan elastisitas pendapatan dari permintaan (Rahayu dan Utami, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Hasil penyebaran kuisioner kepada responden menjelaskan karakteristik responden sebagaimana disajikan pada Tabel 1. Karakteristik konsumen telur ayam ras adalah pengunjung atau konsumen ibu rumah tangga yang berbelanja dan membeli telur ayam ras di pasar tradisional yang peneliti temui di lokasi penelitian dan yang membeli telur ayam ras. Jumlah responden dalam penelitian sebanyak 120 responden.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No.	Indikator	Jumlah --- jiwa ---	Persentase ---% ---
1	Usia (tahun)		
	≤ 30 tahun	10	8,3
	31 - 56 tahun	85	70,8
	> 56 tahun	25	20,8
2	Pendidikan		
	Tidak lulus SD/Sederajat	5	4,2
	Tamat SD	9	7,5
	Tamat SMP	25	20,8
	Tamat SMA	49	40,8
	Diploma	19	15,8
	Sarjana	12	10,0
3	Pekerjaan		
	Ibu Rumah Tangga	95	79,2
	Wiraswasta	12	10,0
	Karyawan Tetap	7	5,8
	Pegawai Negeri Sipil	1	0,8
	Guru	3	2,5
	Lainnya	2	1,7
4	Pendapatan (Rp/bulan)		
	1.000.000 - 2.000.000	7	5,8
	2.000.000 - 3.000.000	29	24,2
	≥ 3.000.000	84	70,0
5	Jumlah Anggota keluarga (jiwa)		
	1- 3	43	35,8
	4 - 6	68	56,7
	≥7	9	7,5

Sumber: Data Primer, (2022), diolah.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan terhadap residual regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov yang merupakan uji normalitas menggunakan fungsi kumulatif. Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* menunjukkan angka sebesar 0,085. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,085 > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal. Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya $> 0,05$. Data memenuhi asumsi untuk penggunaan regresi. Menurut pendapat Gani dan Amalia (2014) menyatakan bahwa data yang dikatakan berdistribusi normal, maka penggunaan analisis regresi linier berganda dapat digunakan.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui dan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Deteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation factor* (VIF). Uji multikolinearitas menunjukkan hasil bahwa nilai *tolerance* dari masing - masing variabel dari data yang diuji tidak ada multikolinearitas karena nilai VIF tidak ada yang di atas 10 berkisar antara 1,039 - 1,599 dan nilai *tolerance* tidak ada yang dibawah 0,10 berkisar antara 0,625 - 0,962. Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai VIF, jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ maka disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah adanya ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas dapat dibuktikan dengan metode *scatter plot* yang memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Hasil uji heteroskedastisitas dengan *Scatterplot* menghasilkan grafik yang menunjukkan bahwa titik - titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola yang teratur . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil tidak menunjukkan heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa jika sebaran data residual tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di bawah dan atas angka nol pada sumbu Y, maka artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dapat terjadi apabila adanya penyimpangan terhadap suatu observasi oleh penyimpangan yang lain pada model regresi. Salah satu

cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi yaitu dengan Uji Durbin-Watson. Hasil dari nilai Durbin-Watson (dw) sebesar 2,098 Kemudian dari tabel Durbin-Watson untuk $k = 6$ dan $n = 120$ diperoleh $dL = 1,616$; $dU = 1,789$. Nilai d terletak diantara dU dan $4-dU$ atau $1,789 \leq 2,098 \leq 2,211$ sehingga menunjukkan bahwa data yang diuji tidak terjadi autokorelasi. Menurut pendapat Ghozali (2018) bahwa dikatakan tidak terdapat autokorelasi jika nilai kriteria uji Durbin Watson yang digunakan dalam menguji autokorelasi adalah $dU < d < 4-dU$.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras

Permintaan telur ayam ras dipengaruhi beberapa faktor yaitu harga meliputi harga telur ayam ras itu sendiri (X_1), harga tempe (X_2), harga tahu (X_3), pendapatan (X_4), jumlah anggota keluarga (X_5) dan selera konsumen (X_6). Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam permintaan telur ayam ras. Faktor-faktor tersebut tersaji pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi

Variabel	Koefisien Regresi	t-hit	Sig.
Konstanta	0,437	0,471	0,639
Harga Telur	-7,221E-5	-2,121	0,036
Harga Tempe	1,425E-4	1,154	0,251
Harga Tahu	-7,579E-5	-0,661	0,510
Pendapatan	1.689E-7	3,122	0,002
Anggota Keluarga	0,313	5,681	0,000
Selera	0,003	0,087	0,930
R^2	0,453		
F-hit	17,407		

Sumber: Data Primer, (2022), diolah.

Berdasarkan hasil Tabel 2 dapat dihasilkan persamaan regresi berganda untuk faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras. Sesuai dengan model persamaan regresi yang dijelaskan dalam metodologi penelitian, persamaan regresi untuk faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras adalah:

$$Y = 0,437 - 7,221E-5 X_1 + 1,425E-4 X_2 - 7,579E-5 X_3 + 1.689E-7 X_4 + 0,313 X_5 + 0,003 X_6 + e$$

Bentuk persamaan model regresi linier berganda yang diperoleh dapat didefinisikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta $a = 0,437$, angka ini menjelaskan bahwa permintaan telur ayam ras akan bernilai $0,437$ jika faktor lain sama dengan nol.
- b. Koefisien regresi variabel harga telur ayam ras (X_1) = $-7,221E-5$. Tanda negatif dapat menjelaskan bahwa setiap kenaikan harga telur ayam ras sebesar 1 Rp/kg maka permintaan telur ayam ras akan turun sebesar $0,0000722$ kg.
- c. Koefisien regresi variabel harga tempe (X_2) = $1,425E-4$. Jika koefisiennya positif, maka dapat dijelaskan bahwa dengan kenaikan harga sebesar 1 Rp/kg maka permintaan telur ayam ras akan meningkat sebesar $0,0001425$ kg.
- d. Koefisien regresi variabel harga tahu (X_3) = $-7,579E-5$. Koefisiennya negatif, hal ini dijelaskan oleh fakta bahwa dengan setiap kenaikan harga tahu sebesar 1 Rp/kg, permintaan telur ayam ras akan turun sebesar $0,0000757$ kg.
- e. Koefisien regresi variabel pendapatan konsumen rumah tangga (X_4) = $1,689E-7$ sehingga dapat dijelaskan bahwa setiap kenaikan pendapatan konsumen rumah tangga sebesar 1 Rupiah per bulan maka permintaan telur ayam ras akan kenaikan sebesar $0,00000017$ kg.
- f. Koefisien regresi variabel jumlah anggota keluarga (X_5) = $0,313$. Tanda positif dapat dijelaskan dengan fakta bahwa untuk setiap 1 orang peningkatan jumlah anggota keluarga, kebutuhan telur ayam ras akan meningkat sebesar $0,313$ kg.
- g. Koefisien regresi variabel selera (X_6) = $0,003$ sehingga dapat dijelaskan bahwa ketika selera konsumen semakin suka, maka permintaan telur ayam ras akan mengalami kenaikan sebesar $0,003$ kg.

Uji Statistik Model

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan sebesar $0,453$ yang artinya model regresi yang dihasilkan dapat menjelaskan keragaman variabel terikat (permintaan telur ayam ras) sebesar $45,3\%$, dan sisanya $54,7\%$ dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model ini.

2. Uji F

Hasil analisis regresi diketahui bahwa secara serempak faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras (harga telur ayam ras, harga tempe, harga tahu, pendapatan keluarga, jumlah anggota keluarga, dan selera konsumen) memberikan pengaruh nyata terhadap pembelian telur ayam ras. Hal ini disimpulkan berdasarkan nilai F-hitung yang diperoleh adalah sebesar $17,407$. Nilai F-hitung $>$ F-Tabel, $17,407 > 2,18$ dan memiliki nilai signifikansi $0,00$ lebih kecil dari α ($0,05$). Pada saat pengambilan keputusan diketahui bahwa jika nilai F hitung $>$ F tabel dan nilai signifikansinya lebih kecil dari $0,05$, hal ini

berarti variabel independen yang digunakan sebagai penduga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil analisis tersebut sejalan dengan penelitian Suwarti *et al.* (2015) menyatakan bahwa semua variabel bebas yang diamati yaitu pendapatan anggota keluarga, umur ibu rumah tangga, jumlah anggota keluarga, harga telur ayam, harga tahu, harga tempe, harga ikan, pekerjaan, dan pendidikan secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap permintaan telur ayam.

3. Uji t

Nilai elastisitas hasil analisis regresi menunjukkan bahwa secara parsial faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras adalah sebagai berikut:

- a. Variabel harga telur ayam ras memiliki nilai signifikansi sebesar 0,036 ($< 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa artinya secara parsial harga telur ayam ras memiliki pengaruh terhadap permintaan telur ayam ras di Kota Semarang. Nilai koefisien negatif menunjukkan bahwa harga telur ayam ras memiliki pengaruh yang terbalik dengan permintaan telur ayam ras. Hasil tersebut didukung oleh teori Case dan Fair (2007) yang mengemukakan bahwa hukum permintaan pada hakikatnya menyatakan bahwa apabila harga barang meningkat maka kuantitas barang yang diminta menurun, dan sebaliknya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Saputra (2017) dengan hasil yang menyatakan bahwa secara parsial harga telur ayam ras berpengaruh nyata terhadap permintaan telur ayam ras.
- b. Variabel harga tempe memiliki nilai signifikansi sebesar 0,251 ($> 0,05$) maka dapat dinyatakan bahwa bahwa artinya secara parsial harga tempe tidak memiliki pengaruh terhadap permintaan telur ayam ras di Kota Semarang. Hasil analisis tersebut sesuai dengan hasil penelitian Ramadhan (2021) yang menyatakan bahwa secara parsial tempe tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan telur ayam ras.
- c. Variabel harga tahu memiliki nilai signifikansi sebesar 0,510 ($> 0,05$) maka dapat dinyatakan bahwa artinya secara parsial harga tahu tidak memiliki pengaruh terhadap permintaan telur ayam ras di Kota Semarang. Hasil analisis tersebut sesuai dengan hasil penelitian Ramadhan (2021) yang menyatakan bahwa secara parsial tahu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan telur ayam ras.
- d. Variabel pendapatan konsumen rumah tangga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 ($< 0,05$), sehingga dapat dikatakan bahwa pendapatan konsumen rumah tangga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap permintaan telur ayam ras di kota Semarang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Cristina (2018) menyatakan bahwa secara parsial

- pendapatan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan telur ayam ras. Menurut Febrianto dan Putritamara (2017) bahwa pendapatan konsumen yang semakin tinggi maka akan diikuti daya beli konsumen yang kuat sehingga menunjukkan peningkatan permintaan komoditi pada setiap tingkat harga.
- e. Variabel jumlah anggota keluarga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa hal ini berarti jumlah anggota keluarga secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan telur ayam ras di Kota Semarang. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cristina (2018) menyatakan bahwa secara parsial jumlah anggota keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan telur ayam ras. Menurut Sitorus *et al.* (2016) bahwa jumlah tanggungan keluarga berkaitan dengan usaha meningkatkan pendapatan mereka untuk mencukupi kebutuhan setiap orang yang ada di suatu keluarga.
 - f. Variabel selera konsumen memiliki nilai signifikansi sebesar 0,930 ($> 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa artinya selera konsumen tidak memiliki pengaruh terhadap permintaan telur ayam ras di Kota Semarang. Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saputra (2017) menyatakan bahwa secara parsial selera konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan telur ayam ras.

Elastisitas Permintaan Telur Ayam Ras

Nilai elastisitas masing-masing variabel yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras di Kota Semarang dapat dilihat dari nilai koefisien regresi masing-masing variabel prediktor. Gambaran nilai elastisitas permintaan menurut perhitungan yang diperoleh dapat diamati pada Tabel 3.

Tabel 3. Elastisitas Permintaan Telur Ayam Ras di Kota Semarang

Variabel	Nilai Elastisitas		
	Harga	Silang	Pendapatan
Harga telur ayam ras (X_1)	-1,225		
Harga tempe (X_2)		0,625	
Harga tahu (X_3)		-0,276	
Pendapatan rumah tangga (X_4)			0,482

Sumber: Data Primer, (2022), diolah.

Hasil perhitungan elastisitas harga telur ayam ras sebesar -1,225 (Tabel 3). Tanda negatif menerangkan bahwa terdapat pengaruh yang berbanding terbalik dengan permintaan telur ayam ras pada variabel harga telur ayam ras. Apabila harga telur ayam ras naik 1% maka permintaan telur ayam ras akan turun

sebesar 1,225%. Hal ini mengacu pada Case dan Fair (2007) bahwa hukum permintaan menyatakan ketika harga barang mengalami peningkatan akan menunjukkan penurunan jumlah permintaan barang tersebut. Nilai elastisitas harga yang diperoleh menunjukkan bahwa telur ayam ras termasuk dalam barang yang bersifat elastis karena nilai elastisitasnya lebih dari 1. Nilai elastisitas lebih besar dari angka 1 berarti perubahan permintaan lebih besar daripada perubahan harga. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ramadhan (2021) menyatakan bahwa besarnya angka koefisien elastisitas lebih dari satu menunjukkan bahwa elastisitas harga permintaan telur ayam ras bersifat elastis.

Hasil perhitungan elastisitas silang pada harga tempe sebesar 0,675 (Tabel 3). Apabila terjadi kenaikan harga tempe sebesar 1 % maka akan terjadi kenaikan pula permintaan telur ayam ras sebesar 0,675%. Koefisien elastisitas silang harga tempe kurang dari satu menandakan bahwa tempe bersifat inelastis terhadap telur ayam ras. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Ramadhan (2021) menyatakan bahwa produk tempe bersifat inelastis terhadap telur ayam ras.

Hasil perhitungan elastisitas silang pada harga tahu adalah 0,276 (Tabel 3), maka dapat dijelaskan bahwa apabila harga tahu naik sebesar 1% maka permintaan telur ayam ras akan turun sebesar 0,276%. Koefisien elastisitas silang harga tahu kurang dari satu menandakan bahwa tahu bersifat inelastis terhadap telur ayam ras. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Ramadhan (2021) menyatakan bahwa produk tahu bersifat inelastis terhadap telur ayam ras.

Elastisitas pendapatan didapatkan hasil sebesar 0,482 (Tabel 3) artinya jika tingkat pendapatan meningkat sebesar 1% maka permintaan telur ayam ras akan meningkat sebesar 0,482%. Angka elastisitas pendapatan menunjukkan nilai kurang dari 1, dan tanda positif menunjukkan bahwa telur ayam ras merupakan adalah barang normal. Menurut Ramadhan (2021), menyatakan bahwa nilai elastisitas pendapatan bersifat inelastis dan elastisitas pendapatan yang bernilai positif dapat menunjukkan bahwa telur ayam ras termasuk komoditas barang normal.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Kesimpulan

Permintaan telur ayam ras pada konsumen rumah tangga di Kota Semarang rata-rata mengkonsumsi telur ayam ras 1,33 kg dengan rata-rata frekuensi pembelian telur ayam ras 1,65 kali dalam seminggu. Alasan konsumen rumah tangga mengkonsumsi telur ayam ras adalah karena salah satu produk peternakan yang dapat memenuhi sebagian kebutuhan gizi masyarakat terutama protein hewani. Hasil analisis uji F didapat bahwa harga telur ayam ras, harga tempe, harga tahu, pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan selera konsumen

secara bersama-sama dapat dikatakan berpengaruh terhadap permintaan telur ayam ras di Kota Semarang. Hasil analisis uji t didapat bahwa variabel harga telur ayam ras, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap permintaan telur ayam ras, sedangkan variabel harga tempe, harga tahu, dan selera tidak berpengaruh terhadap permintaan telur ayam ras.

Elastisitas permintaan telur ayam ras meliputi nilai elastisitas harga telur ayam ras yang bersifat elastis. Hasil elastisitas silang harga tempe bersifat inelastis dan elastisitas silang harga tahu bersifat inelastis. Hasil dari perhitungan elastisitas pendapatan bersifat inelastis dan didapatkan bahwa telur ayam ras merupakan barang normal.

Rekomendasi Kebijakan

Harga telur ayam ras, pendapatan keluarga, dan jumlah anggota keluarga merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras di Kota Semarang, oleh karena itu pedagang telur ayam ras sebaiknya perlu untuk memperhatikan jumlah persediaan telur ayam ras, guna menjaga ketersediaan telur ayam ras terus ada untuk konsumen.

Bagi pemerintah daerah mampu memberikan informasi kepada peternak ayam ras petelur melalui pakar atau penyuluh peternakan tentang kondisi pasar, sehingga dapat menjaga stabilitas pendistribusian telur ayam ras ini, karena jika distribusi telur ayam ras terus dalam keadaan stabil maka diperkirakan harga telur akan turun dan akan meningkatkan permintaan jumlah telur ayam ras di Kota Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2021. *Kota Semarang dalam Angka 2020*. Semarang: BPS Kota Semarang.
- Bandrang, T. N. 2015. Analisis Permintaan Telur Ayam Ras (Studi Kasus di Kecamatan Seruyan Hilir Kabupaten Kuala Pembuang Kalimantan Tengah). *J. Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 1 (1): 55-64.
- Case dan Fair. 2007. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Jilid 1*. Erlangga. Jakarta
- Cristina, Y. 2018. Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras di Pasar Gusher Kota Tarakan. Fakultas Pertanian Universitas Borneo Tarakan. Tarakan. (*Skripsi*).
- Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian. 2018. *Statistik Peternakan*. Jakarta.
- Febrianto, N., dan J. A. Putritamara. 2017. Proyeksi elastisitas permintaan telur ayam ras di Malang Raya. *J. Ilmu-Ilmu Peternakan*, 27 (3): 81-87.
- Gani, I. dan S. Amalia. *Alat Analisis Data Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hair, J. F., Rolph E. R., Babin B. J. dan William C. B. 2014. *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.

- Ilham, N. dan Saptana 2019. Fluktuasi harga telur ayam ras dan faktor penyebabnya. *J. Analisis Kebijakan Pertanian*. 17 (1): 27-38.
- Rahayu, S dan Utami, D. 2015. *Buku Ajar Teori Ekonomi Mikro*. Palembang: Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Ramadhan, O. P. A. 2021. Analisis Permintaan Telur Ayam Ras di Kabupaten Jember. Universitas Muhammadiyah Jember. Jember (*Skripsi*).
- Saputra, A. A. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras Di Kecamatan Semarang Tengah. Universitas Diponegoro. Semarang. (*Skripsi*)
- Sitorus, S. A., H. Hasyim, dan M. Jufri. 2016. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran telur ayam ras (Studi Kasus: Pasar Petisah, Kecamatan Medan Petisah). *J. Agriculture and Agribusiness Socioeconomics*. 4 (10): 1-15.
- Suwarti, S. A., M. Masyhuri, dan D. Djamhari. 2015. Pengaruh Faktor Sosial Ekonomi Rumah Tangga Terhadap Konsumsi Produk Peternakan Di Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul. *JASEP*. 1 (1): 1-16.
- Widiawati, I., T. Sumiati, dan P. I. Hardyanti. 2020. Analisis Rantai Pasok Telur Ayam Ras Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada Kelompok Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur Gallus Jaya di Desa Setiawaras Kecamatan Cibalong Kabupaten Tasikmalaya. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Peternakan*. Magelang. Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta Magelang.
- Yanti, N. G. A. R., dan R. S. Munawaroh. 2020. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Tradisional. *J. Manajemen dan Akuntansi*. 20 (2): 152-163.