

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Keadaan Umum Kecamatan Semarang Tengah

Kecamatan Semarang Tengah berada di wilayah administrasi Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah. Kecamatan Semarang Tengah seperti terlihat pada peta lokasi penelitian Lampiran 1. memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:

Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Semarang Timur

Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Semarang Barat

Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Semarang Utara

Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Selatan

Kecamatan Semarang Tengah permukaan daratannya dapat dikatakan 100 persen datar. Kecamatan Semarang Tengah memiliki ketinggian sekitar 200 meter di atas permukaan laut dan merupakan pusat dari ibukota provinsi Jawa Tengah.

Kecamatan Semarang Tengah memiliki luas wilayah 605 hektare yang sebagian besar digunakan untuk pemukiman dengan jumlah penduduk 69.849 jiwa. Kecamatan Semarang Tengah terbagi atas 15 kelurahan. Jumlah keseluruhan RT yang ada di Kecamatan Semarang Tengah yaitu 487 RT, sedangkan jumlah keseluruhan RW yang ada di Kecamatan Semarang Tengah yaitu 75 RW.

Jumlah penduduk di Kecamatan Semarang Tengah yang bekerja sebanyak 22.016 orang. Jika dilihat dari jumlah penduduk menurut mata pencahariannya, mayoritas mata pencaharian penduduk di Kecamatan Semarang Tengah ialah

pedagang sebanyak 5.455 orang (24,77%). Biasanya mata pencaharian penduduk dipengaruhi oleh jumlah lapangan kerja yang tersedia, jumlah penduduk, keterampilan, dan modal yang dimiliki. Banyaknya penduduk yang bermata pencaharian sebagai pedagang dapat memberikan kontribusi bagi pendapatan masyarakat Kecamatan Semarang Tengah. Selain itu secara tidak langsung akan membuat permintaan telur ayam ras meningkat. Jumlah penduduk menurut mata pencaharian dapat dilihat di Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian

No	Mata Pencaharian/Pekerjaan	Jumlah	Persentase
		--orang--	--%--
1.	Pengusaha	2.899	13,17
2.	Buruh Industri	4.344	19,73
3.	Buruh Bangunan	2.581	11,72
4.	Pedagang	5.455	24,77
5.	Angkutan	2.152	9,77
6.	PNS & TNI/Polri	2.725	12,37
7.	Pensiunan	1.870	0,85
	JUMLAH	22.016	100,00

Sumber: Kantor Kecamatan Semarang Tengah, 2016

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa mayoritas penduduk bermata pencaharian sebagai pedagang sebanyak 5.455 orang atau 24,77%, kemudian buruh industri sebanyak 4.344 orang atau 19,73%, pengusaha sebanyak 2.899 orang atau 13,17%, PNS & TNI/Polri sebanyak 2.725 orang atau 12,37%, buruh bangunan sebanyak 2.581 orang atau 11,72%, angkutan sebanyak 2.152 orang atau 9,77%, serta pensiunan sebanyak 1.870 orang atau 0,85%.

Penduduk Kecamatan Semarang Tengah sebagian besar telah menempuh pendidikan jenjang tinggi yaitu pada tingkat SMA, Akademi, dan Universitas dengan persentase 29,89%. Tingkat pendidikan akan mempengaruhi tingkat konsumsi pangan melalui cara pemilihan bahan pangan yang lebih baik dalam jumlah dan mutunya dibandingkan yang berpendidikan rendah. Tingkat pendidikan yang tinggi diharapkan dapat menambah pengetahuan penduduk akan gizi makanan yang akan berdampak pada pemenuhan gizi terutama protein hewani yang salah satunya terdapat pada telur ayam ras. Distribusi penduduk Kecamatan Semarang Tengah berdasarkan tingkat pendidikannya dapat dilihat pada Tabel 2. dibawah ini.

Tabel 2. Tingkat Pendidikan Penduduk Kecamatan Semarang Tengah

Pendidikan	Jumlah	Persentase
	--orang--	--%--
Tidak sekolah	4.334	6,54
Belum tamat SD	7.462	11,26
Tidak tamat SD	6.046	9,12
Tamat SD	15.153	22,87
Tamat SMP	13.441	20,28
Tamat SMA	13.985	21,11
Tamat Akademi	2.881	4,34
Tamat Universitas	2.946	4,44
JUMLAH	66.249	100,00

Sumber: Kantor Kecamatan Semarang Tengah, 2016

Berdasarkan Tabel 2. penduduk Kecamatan Semarang Tengah yang tidak sekolah terdapat 4.334 orang atau 6,54%, belum tamat SD sebanyak 7.462 orang atau 11,26%, tidak tamat SD sebanyak 6.046 orang atau 9,12%, tamat SD sebanyak 15.153 orang atau 22,87%, tamat SMP sebanyak 13.441 orang atau

20,18%, tamat SMA sebanyak 13.985 orang atau 21,11%, tamat Akademi 2.881 orang atau 4,34%, dan tamat Universitas sebanyak 2.946 orang atau 4,44%.

4.2. Identitas Responden

Responden pada penelitian ini adalah konsumen rumah tangga. Identitas responden ditentukan berdasarkan indikator umur, pekerjaan, tingkat pendidikan, pendapatan dan jumlah anggota keluarga. Identitas responden dapat dilihat pada Tabel 3.

Identitas responden didaerah penelitian menunjukkan bahwa paling banyak responden berusia antara 34-38 tahun (29,17%). Keadaan ini dapat mempengaruhi tingkat permintaan telur ayam ras karena pada rentang umur tersebut merupakan umur produktif, sehingga masih mampu untuk bekerja dan memperoleh pendapatan yang lebih tinggi. Menurut Marios (2011) bahwa semakin banyak orang yang menerima pendapatan, maka semakin banyak pula orang yang memiliki daya beli, sehingga akan meningkatkan permintaan terhadap suatu barang. Ditambahkan oleh Elly *et al.* (2014) bahwa alokasi tenaga pada usaha produktif menyebabkan bapak dan ibu dapat memperoleh pendapatan yang lebih tinggi.

Jenis pekerjaan responden berdasarkan Tabel 3. terlihat bahwa responden sebagian besar merupakan ibu rumah tangga yaitu sebesar 59 orang atau 49,17%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar ibu/istri tidak mempunyai penghasilan tambahan dan dapat dikatakan hanya bergantung pada penghasilan suami sebagai kepala keluarga saja. Apabila ibu/istri ikut bekerja maka akan dapat

menambah penghasilan keluarga. Semakin bertambahnya penghasilan keluarga diharapkan permintaan telur ayam ras juga meningkat. Machfudz (2007) menyatakan bahwa makin tinggi pendapatan konsumen maka akan meningkatkan permintaan terhadap suatu barang karena daya belinya meningkat. Ditambahkan oleh Arif *et al.* (2014) yang menyatakan bahwa pendapatan yang berbeda akan membawa perbedaan pula dalam pola konsumsinya.

Jumlah anggota keluarga pada Tabel 3. terlihat bahwa jumlah anggota responden mayoritas berkisar antara 4-5 orang (36,67%). Kebutuhan akan suatu barang akan meningkat seiring dengan banyaknya jumlah anggota keluarga. Semakin besar jumlah anggota keluarga akan membutuhkan konsumsi protein hewani terutama telur ayam ras yang besar pula, sehingga akan mempengaruhi permintaan telur ayam ras. Menurut Hastang *et al.* (2011) yang menyatakan bahwa apabila jumlah anggota keluarga meningkat maka permintaan telur ayam ras meningkat. Elly *et al.* (2014) menambahkan bahwa semakin tinggi jumlah anggota keluarga maka jumlah konsumsi cenderung mengalami peningkatan.

Tingkat pendapatan keluarga dalam satu bulan pada Tabel 3. terlihat bahwa pendapatan responden sebagian besar berkisar antara Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 37 orang (30,83%). Hal ini dapat mempengaruhi tingkat permintaan terhadap pangan hewani. Permintaan suatu produk dapat dipengaruhi oleh penghasilan konsumen. Apabila pendapatan seseorang/masyarakat meningkat maka akan meningkatkan permintaan terhadap suatu barang. Pendapatan yang tinggi diharapkan dapat menambah daya beli masyarakat terhadap protein hewani, khususnya telur ayam ras. Arif *et al.* (2014) menyatakan bahwa permintaan

seseorang atau suatu masyarakat akan suatu barang ditentukan oleh pendapatan. Fausyana dan Marzuki (2016) menambahkan bahwa peningkatan pendapatan konsumen akan mempengaruhi permintaan.

Tabel 3. Jumlah dan Persentase Identitas Responden

No	Unsur Identitas	Jumlah --- orang ---	Persentase --- % ---
1.	Umur (tahun)		
	a. 24 – 28	7	5,83
	b. 29 – 33	21	17,50
	c. 34 – 38	35	29,17
	d. 39 – 43	27	22,50
	e. 44 – 48	16	13,33
	f. 49 – 53	10	8,33
	g. 54 – 58	3	2,50
	h. \geq 59	1	0,83
	Total	120	100,00
2.	Pekerjaan		
	a. Ibu rumah tangga	59	49,17
	b. PNS	7	5,83
	c. Pegawai swasta	18	15,00
	d. Wiraswasta	36	30,00
	Total	120	100,00
3.	Pendidikan		
	a. Tamat SD	4	3,33
	b. Tamat SMP	28	23,33
	c. Tamat SMA	63	52,50
	d. Tamat Akademi	11	9,17
	e. Tamat Perguruan Tinggi	14	11,67
	Total	120	100,00
4.	Pendapatan		
	a. \leq 1.000.000	24	20,00
	b. 1.000.001 – 2.000.000	36	30,00
	c. 2.000.001 – 3.000.000	37	30,83
	d. \geq 3.000.001	23	19,17
	Total	120	100,00
5.	Jumlah anggota keluarga (jiwa)		
	a. 2 – 3	26	21,67
	b. 4 – 5	44	36,67
	c. 6 – 7	40	33,33
	d. 8 – 9	10	8,33
	Total	120	100,00

Berdasarkan Tabel 3. terlihat bahwa responden paling banyak berpendidikan SMA yaitu sebanyak 63 orang (52,50%). Tingkat pendidikan responden yang mayoritas SMA, diharapkan responden mempunyai wawasan yang luas tentang manfaat mengkonsumsi protein hewani, khususnya telur ayam ras. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang semakin tinggi pula tingkat kesadaran dan pengetahuan seseorang tentang manfaat mengkonsumsi makanan yang bergizi termasuk mengkonsumsi telur ayam ras. Pendidikan yang tinggi diharapkan juga meningkatkan permintaan telur ayam ras. Menurut Pusparini *et al.* (2013) bahwa tingkat pendidikan yang ditempuh seseorang menunjukkan tingkat pengetahuan dan wawasan yang dimiliki, yang akan berpengaruh pada pembelian suatu produk. Sitompul *et al.* (2013) menambahkan bahwa tingkat pendidikan yang tinggi diharapkan mendukung dalam menyerap informasi konsumen.

4.3. Tingkat Permintaan Telur Ayam Ras, Telur Bebek, dan Selera Selama Sebulan di Kecamatan Semarang Tengah

Berdasarkan Tabel 4. tingkat permintaan telur ayam ras paling banyak adalah responden yang mempunyai jumlah anggota keluarga 8-9 orang yaitu 56,80 butir/bulan. Permintaan telur ayam ras pada responden yang mempunyai jumlah anggota keluarga 2-3 orang yaitu 16,76 butir/bulan, jumlah anggota keluarga 4-5 orang sebanyak 29,54 butir/bulan, dan jumlah anggota keluarga 6-7 orang yaitu 47,29 butir/bulan. Tingkat permintaan telur ayam ras selama sebulan dapat dilihat pada Lampiran 4. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan telur ayam ras akan meningkat apabila jumlah anggota keluarga meningkat. Menurut

pendapat Hastang *et al.* (2011) yang menyatakan bahwa permintaan telur ayam ras dipengaruhi oleh jumlah anggota keluarga apabila jumlah anggota keluarga meningkat maka permintaan telur ayam ras meningkat.

Tabel 4. Rata-rata Permintaan Telur Ayam Ras dan Telur Bebek Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga

No	Jumlah Anggota Keluarga	Rata-rata permintaan telur ayam ras	Rata-rata permintaan telur bebek
	--orang--	--butir/bulan--	--butir/bulan--
1.	2 – 3	16,76	3,77
2.	4 – 5	29,54	8,13
3.	6 – 7	47,29	11,30
4.	8 – 9	56,80	14,40

Sumber : Data Penelitian, 2017

Berdasarkan Tabel 4. tingkat permintaan telur bebek paling banyak adalah responden yang mempunyai jumlah anggota keluarga 8-9 orang yaitu sebanyak 14,40 butir/bulan. Permintaan telur bebek pada responden yang memiliki jumlah anggota keluarga 2-3 orang sebesar 3,77 butir/bulan, jumlah anggota keluarga 4-5 orang sebesar 8,13 butir/bulan. Jumlah anggota keluarga 6-7 orang 14,40 butir/bulan.

Tabel 5. Selera Responden Terhadap Telur Ayam Ras

No	Selera	Jumlah	Persentase
		--orang--	--%--
1.	Tidak suka	16	13,33
2.	Kurang suka	24	20,00
3.	Biasa saja	30	25,00
4.	Suka	23	19,17
5.	Suka sekali	27	22,50

Sumber : Data Penelitian, 2017

Berdasarkan Tabel 5. dapat dilihat bahwa tingkat selera atau kesukaan responden terhadap telur ayam ras paling banyak ialah biasa saja yaitu sebanyak 30 orang atau 25%. Responden yang tidak suka terhadap telur ayam ras sebanyak 16 orang (13,33%), kurang suka sebanyak 24 orang (20%), suka sebanyak 23 orang (19,17%), dan suka sekali sebanyak 27 orang (22,5%).

4.4. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras di Kecamatan Semarang Tengah

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras dianalisis menggunakan analisis regresi berganda pada program SPSS versi 16.0. Sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian normalitas data dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika normal, selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik agar diperoleh persamaan *BLUE (Best Linear Unbias Estimated)* meliputi normalitas error, autokorelasi, multikolinearitas, dan heteroskedastis.

Uji normalitas data dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Pengujian kenormalan sebaran data penelitian tentang permintaan telur ayam ras di daerah penelitian pada variabel dependen yaitu permintaan telur ayam ras (Y) dan variabel independen (X) yaitu harga telur ayam ras, harga telur bebek, pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan selera menunjukkan penyebaran yang normal. Hal ini dapat dilihat nilai signifikansi dari variabel dependen (Y) lebih besar daripada 0,05 dan sebagian variabel-variabel independen (X) yaitu harga telur ayam ras dan jumlah anggota keluarga mempunyai nilai signifikansi lebih dari 0,05. Perhitungan kenormalan data tentang permintaan telur ayam ras ini dapat dilihat pada Lampiran 6.

4.4.1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan agar memperoleh persamaan BLUE (*Best Linear Unbias Estimated*). Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas error, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinearitas.

a. Uji Normalitas Error

Gambar P-Plot pada Lampiran 8. menunjukkan bahwa titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas. Menurut pendapat Ghozali (2011) yang menyatakan bahwa jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Dijelaskan lebih lanjut oleh Priyatno (2011) bahwa disebut normal error apabila *scatter plot* mengikuti garis diagonalnya.

b. Uji Multikolinearitas

Analisis tentang permintaan menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas, hal ini dapat dilihat dari output SPSS pada kolom *coefficient* dan *collinierity statistic* pada Lampiran 11. yang menunjukkan hasil dengan nilai VIF < 10 pada masing-masing variabelnya. Hal ini berarti bahwa masing-masing variabel bebas tidak terjadi multikolinier. Priyatno (2012) menyatakan bahwa apabila nilai *tolerance* mendekati 1, serta nilai VIF < 5 dan < 10 , maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dan model regresi.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi pada analisis permintaan secara langsung dapat dilihat pada analisis melalui SPSS di kolom Durbin Watson pada Lampiran 7.

menunjukkan nilai 1,865. Nilai ini dibandingkan menggunakan tabel Durbin-Watson dengan jumlah sampel 120 dan variabel bebas 5, nilai $d_U = 1,789$, sehingga nilai $4 - d_U$ sebesar $4 - 1,789 = 2,210$. Karena nilai Durbin-Watson (1,865) terletak antara d_U dengan $4 - d_U$, maka disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak mengandung masalah autokolerasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil analisis permintaan menunjukkan hasil bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak terbentuk pola tertentu pada *scatter plot*, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada analisis regresi permintaan telur ayam ras. Priyatno (2011) menyatakan bahwa jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Gambar *scatter plot* dapat dilihat pada Lampiran 9.

4.5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda permintaan telur ayam ras (Y) dengan variabel-variabel yang mempengaruhinya, yaitu harga telur ayam ras (X1), harga telur bebek (X2), pendapatan (X3), jumlah anggota keluarga (X4), dan selera (X5), didapatkan persamaan regresi linier berganda yang dapat ditulis sebagai berikut:

$$\ln Y = \ln 1,624 - 0,247 \ln X_1 + 0,279 \ln X_2 + 0,044 \ln X_3 + 0,909 \ln X_4 + 0,051 \ln X_5$$

Persamaan tersebut masih dalam bentuk ln, maka untuk mendapatkan persamaan regresi yang sebenarnya harus ditransformasikan terlebih dahulu kedalam bentuk anti-ln sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 5,07 X_1^{-0,247} X_2^{0,279} X_3^{0,044} X_4^{0,909} X_5^{0,051} \dots\dots\dots (4)$$

Persamaan tersebut dapat dilihat koefisien regresi untuk harga telur ayam ras adalah -0,247, hal ini berarti bahwa jika harga telur ayam ras meningkat 1% maka akan menurunkan permintaan telur ayam ras sebesar 0,247%. Koefisien regresi harga telur bebek adalah 0,279, hal ini berarti bahwa jika harga telur bebek meningkat 1% maka akan meningkatkan permintaan telur ayam ras sebesar 0,279%. Koefisien regresi pendapatan adalah 0,044, hal ini berarti bahwa jika pendapatan meningkat 1% maka akan meningkatkan permintaan telur ayam ras sebesar 0,044%. Koefisien regresi jumlah anggota keluarga adalah 0,909, hal ini berarti bahwa jika jumlah anggota keluarga meningkat 1% maka akan meningkatkan permintaan telur ayam ras sebesar 0,909%. Koefisien regresi selera adalah 0,051, hal ini berarti bahwa jika selera meningkat 1% maka akan meningkatkan permintaan telur ayam ras sebesar 0,051%. Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada Lampiran 11.

Pengujian secara serempak atau keseluruhan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen diuji menggunakan uji F. Berdasarkan hasil analisis SPSS yang terdapat dalam Lampiran 10. diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya bahwa secara serempak harga telur ayam ras (X1), harga telur bebek (X2), pendapatan (X3), jumlah anggota keluarga (X4), dan selera (X5)

berpengaruh nyata terhadap permintaan telur ayam ras di Kecamatan Semarang Tengah. Menurut Ghozali (2011) yang menyatakan bahwa jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima berarti variabel independent secara serempak berpengaruh terhadap variabel dependent.

Hasil analisis regresi linier berganda permintaan telur ayam ras dapat dilihat pada Tabel 6. Nilai R^2 pada Lampiran 7. sebesar 0,686. Hal ini menunjukkan bahwa keragaman dalam total nilai Y yang dijelaskan oleh variabel-variabel X adalah 68,6%, sedangkan keragaman total nilai Y yang tidak dijelaskan oleh variabel-variabel X adalah sebesar 31,4%.

Tabel 6. Hasil Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras

Variabel	Koefisien Regresi	Nilai Signifikansi	t Hitung
Konstanta	1,624	0,307	1,026
Harga Telur ayam ras	-0,247	0,044	-2,035
Harga telur bebek	0,279	0,024	2,282
Pendapatan	0,044	0,613	0,507
Jumlah anggota keluarga	0,909	0,000	8,203
Selera	0,051	0,485	0,701

Sumber : Data penelitian, diolah. 2017

Keterangan : * = Signifikansi pada tingkat kepercayaan $\alpha = 5\%$

** = Signifikansi pada tingkat kepercayaan $\alpha = 1\%$

Hasil uji t pada Tabel 6. menunjukkan bahwa pengaruh harga telur ayam ras (X_1) terhadap jumlah permintaan telur ayam ras (Y) mempunyai nilai t hitung sebesar -2,035 dengan nilai signifikansi 0,044, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti harga telur ayam ras berpengaruh nyata terhadap permintaan

telur ayam ras. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Kecamatan Semarang Tengah akan memperhatikan faktor harga saat akan membeli telur ayam ras. Faktor harga sangat diperhatikan karena merupakan faktor yang sangat penting. Apabila harga telur ayam ras meningkat maka masyarakat akan menurunkan permintaan terhadap telur ayam ras. Menurut pendapat Pusparini *et al.* (2013) yang menyatakan bahwa harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk. Arif *et al.* (2014) menambahkan bahwa harga menjadi salah satu pendorong seseorang dalam mengambil keputusan untuk membeli barang.

Hasil uji t pada Tabel 6. menunjukkan bahwa harga telur bebek (X2) terhadap jumlah permintaan telur ayam ras (Y) mempunyai nilai t hitung sebesar 2,282 dengan nilai signifikansi 0,024, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti harga telur bebek berpengaruh nyata terhadap permintaan telur ayam ras. Harga telur bebek berpengaruh terhadap permintaan telur ayam ras karena telur bebek dan telur ayam ras mempunyai fungsi yang sama sehingga telur bebek dapat dikatakan sebagai barang substitusi dari telur ayam ras. Apabila harga telur bebek naik, akan menaikkan permintaan telur ayam ras, dan sebaliknya. Menurut Fitriani *et al.* (2006) jika harga suatu barang naik, maka konsumen akan beralih mencari barang substitusi. Agustin *et al.* (2015) menyatakan bahwa kenaikan harga barang substitusi akan meningkatkan barang yang disubstitusinya.

Hasil uji t pada Tabel 6. menunjukkan bahwa pendapatan (X3) terhadap jumlah permintaan telur ayam ras (Y) mempunyai nilai t hitung sebesar 0,507 dengan nilai signifikansi 0,613, sehingga H0 diterima dan H1 ditolak yang berarti

pendapatan tidak berpengaruh terhadap permintaan telur ayam ras. Pendapatan tidak berpengaruh terhadap permintaan telur ayam ras dikarenakan harga telur ayam ras yang relatif terjangkau, sehingga pada tingkat pendapatan berapapun masyarakat masih dapat membeli telur ayam ras. Hal ini menunjukkan bahwa pada variasi tingkat pendapatan tidak terjadi perbedaan permintaan terhadap telur ayam ras. Responden akan tetap membeli telur ayam ras tanpa mempertimbangkan pendapatan yang diperoleh atau dengan kata lain pendapatan yang diperoleh konsumen tidak mempengaruhi permintaan terhadap telur ayam ras. Berbeda dari pendapat Anangsih (2011) yang menyatakan bahwa pendapatan merupakan faktor yang menentukan variasi permintaan terhadap berbagai jenis barang karena besar kecilnya pendapatan dapat menggambarkan daya beli masyarakat termasuk dalam membeli telur ayam ras. Berbeda pula dengan pendapat Fausyana dan Marzuki (2016) yang menyatakan bahwa pendapatan konsumen akan mempengaruhi permintaan telur ayam ras.

Hasil uji t pada Tabel 6. menunjukkan bahwa jumlah anggota keluarga (X4) terhadap jumlah permintaan telur ayam ras (Y) mempunyai nilai t hitung sebesar 8,023 dengan nilai signifikansi 0,000, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti jumlah anggota keluarga berpengaruh nyata terhadap permintaan telur ayam ras. Hal ini jelas, bahwa semakin banyak jumlah anggota keluarga, maka permintaan terhadap telur ayam ras juga akan meningkat. Sebaliknya, apabila jumlah anggota keluarga sedikit, maka konsumen akan membeli telur ayam ras sesuai dengan jumlah anggota keluarganya. Menurut Hastang *et al.* (2011) yang menyatakan bahwa apabila jumlah anggota keluarga

meningkat maka permintaan telur ayam ras meningkat. Elly *et al.* (2014) menambahkan bahwa semakin tinggi jumlah anggota keluarga maka jumlah konsumsi cenderung mengalami peningkatan.

Hasil uji t pada Tabel 6. menunjukkan bahwa selera (X5) terhadap jumlah permintaan telur ayam ras (Y) mempunyai nilai t hitung sebesar 0,701 dengan nilai signifikansi 0,485, sehingga H0 diterima dan H1 ditolak yang berarti selera tidak berpengaruh terhadap permintaan telur ayam ras. Selera masyarakat tidak mempunyai pengaruh terhadap permintaan telur ayam ras dikarenakan telur ayam ras merupakan bahan makanan yang memiliki harga murah dan mudah diolah, sehingga konsumen rumah tangga akan tetap melakukan permintaan telur ayam ras walaupun mereka kurang menyukai produk tersebut. Berbagai tingkat perubahan selera, masyarakat akan tetap membeli sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan, karena keterbatasan pendapatan sehingga masyarakat akan berusaha mendapatkan bahan pangan yang bermutu tinggi dengan harga murah misalnya telur ayam ras. Menurut pendapat Diah (2005) yang menyatakan bahwa konsumen rumah tangga akan tetap melakukan permintaan telur ayam ras karena merupakan bahan pokok yang mempunyai kandungan gizi tinggi dan harganya murah. Fausyana dan Marzuki (2016) menambahkan bahwa selera konsumen bukan merupakan faktor yang signifikan dalam menentukan permintaan telur ayam ras.

4.6. Elastisitas Permintaan Telur Ayam Ras di Kecamatan Semarang Tengah

Besarnya pengaruh suatu faktor terhadap permintaan perlu diketahui elastisitas dari permintaan yang terdiri dari elastisitas harga, elastisitas

pendapatan, dan elastisitas harga silang. Respon konsumen terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Elastisitas Harga

Elastisitas harga permintaan telur ayam ras (X_1) = -0,247. Besarnya angka koefisien elastisitas tersebut menunjukkan bahwa elastisitas harga permintaan telur ayam ras bersifat *inelastis* ($b < 1$). Jumlah permintaan telur ayam ras akan berubah jika harga telur ayam ras berubah, namun proporsi perubahan jumlah permintaan tidak sebesar proporsi perubahan harganya. Hal ini diduga karena telur ayam ras memiliki harga yang relatif murah dibandingkan sumber protein hewani yang lain seperti daging sapi. Apabila harga telur ayam ras naik maka masyarakat akan tetap membeli walaupun mungkin akan menghemat konsumsinya. Ramdhiani (2008) menyatakan bahwa persentase perubahan telur ayam ras lebih kecil dari perubahan harga. Menurut Agustin *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa proporsi perubahan jumlah permintaan telur ayam ras lebih kecil daripada besarnya proporsi perubahan harganya. Hasil analisis elastisitas harga permintaan telur ayam ras dapat dilihat di Lampiran 11.

b. Elastisitas Pendapatan

Nilai elastisitas pendapatan penduduk terhadap permintaan telur ayam ras adalah 0,044. Koefisien regresi memiliki nilai positif, hal ini menunjukkan bahwa telur ayam ras merupakan barang normal. Menurut Suryani (2010) yang menyatakan bahwa telur dikategorikan sebagai barang normal karena memiliki nilai elastisitas lebih dari 0 dan kurang dari 1. Barang normal artinya barang yang permintaannya naik apabila pendapatan naik. Hal ini berarti permintaan telur

ayam ras di Kecamatan Semarang Tengah akan naik apabila pendapatan masyarakat naik. Angka elastisitas pendapatan menunjukkan nilai yang kurang dari 1 menunjukkan bahwa telur ayam ras merupakan barang kebutuhan pokok. Nugroho (2003) menyatakan bahwa untuk barang yang tidak berubah permintaannya sesuai pendapatannya, misalnya kebutuhan pokok umumnya nilai $E_m < 1$ dan bertanda positif. Hasil analisis elastisitas pendapatan dapat dilihat di Lampiran 11.

c. Elastisitas Silang

Nilai elastisitas silang harga telur bebek terhadap permintaan telur ayam ras sebesar 0,279. Koefisien regresi bernilai positif, hal ini berarti bahwa telur bebek merupakan barang substitusi bagi telur ayam ras. Menurut Fitrini *et al.* (2006) yang menyatakan bahwa barang substitusi memiliki nilai elastisitas bertanda positif. Hubungan substitusi antara telur bebek dan telur ayam ras dapat diartikan bahwa apabila harga telur bebek meningkat 1% maka permintaan telur ayam ras akan meningkat 0,279%. Telur bebek dapat diasumsikan sebagai barang substitusi telur ayam ras karena memiliki kesamaan fungsi. Menurut Kresnawati (2010) yang menyatakan bahwa telur itik dapat digunakan untuk pengganti telur ayam sebagai lauk pauk dan bahan campuran makanan. Hasil analisis elastisitas silang dapat dilihat di Lampiran 11.

4.7. Peramalan Permintaan Telur Ayam Ras

Persamaan *Cobb-Douglas* dapat digunakan untuk memprediksi atau meramalkan permintaan telur ayam ras. Meramalkan permintaan telur ayam ras

dapat dilakukan dengan serempak maupun parsial. Peramalan telur ayam ras secara serempak dilakukan dengan menghitung semua variabel-variabel X, sedangkan peramalan secara parsial dilakukan dengan menghitung hanya variabel-variabel yang signifikan terhadap permintaan telur ayam ras. Perhitungan peramalan permintaan telur ayam ras secara serempak maupun parsial dapat dilihat di Lampiran 12.

Berdasarkan perhitungan peramalan secara serempak, permintaan telur ayam ras di Kecamatan Semarang Tengah diperkirakan antara 32,27 – 48,29 butir/bulan. Perhitungan peramalan secara parsial, variabel yang dimasukkan ke dalam persamaan regresi untuk mendapatkan hasil regresi yaitu harga telur ayam (X1), harga telur bebek (X2), dan jumlah anggota keluarga (X4). Pendapatan (X3) dan selera (X5) tidak dimasukkan karena tidak signifikan. Berdasarkan perhitungan peramalan secara parsial, permintaan telur ayam ras di Kecamatan Semarang Tengah diperkirakan antara 29,20 – 45,22 butir/bulan.