

**PERUBAHAN POLA KONSUMSI DAGING AYAM BROILER DI KOTA
BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

**ANNISA YULIANTI
1611021070**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

PERUBAHAN POLA KONSUMSI DAGING AYAM BROILER DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

ANNISA YULIANTI

Pola konsumsi dapat diartikan sebagai bentuk atau struktur pengeluaran oleh seorang individu maupun kelompok dalam rangka sebagai pemakaian barang dan jasa hasil produksi yang digunakan untuk pemenuhan kebutuhan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola konsumsi daging ayam broiler sebelum bulan ramadhan dan ketika bulan ramadhan di kota Bandar Lampung, serta untuk mengetahui perbedaan yang signifikan antara harga daging ayam broiler terhadap jumlah pembelian daging ayam broiler sebelum bulan ramadhan dan ketika bulan ramadhan. Penelitian ini menggunakan data primer dengan melakukan penyebaran kuisisioner dan data sekunder yang bersumber dari website Badan Pusat Statistik (BPS) dan sejenisnya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Hasil penelitian menggunakan uji beda didapatkan bahwa jumlah pembelian dan harga daging ayam broiler memiliki perbedaan yang signifikan saat sebelum Ramadhan dan ketika Ramadhan dengan nilai Sig. (*2 tailed*) sebesar 0,000. Artinya saat harga daging ayam broiler, konsumsi daging ayam broiler justru meningkat ketika Ramadhan dibandingkan sebelum Ramadhan.

Kata Kunci: Pola Konsumsi, Harga Daging Ayam Broiler, Jumlah Pembelian Daging Ayam Broiler, Sebelum Ramadhan, Ketika Ramadhan.

ABSTRACT

CHANGES IN BROILER MEAT CONSUMPTION PATTERN IN BANDAR LAMPUNG CITY

By

ANNISA YULIANTI

Consumption pattern can be interpreted as a form or structure of spending by an individual or group in order to use goods and services produced to meet needs. The purpose of this study was to determine the pattern of broiler meat consumption before the month of Ramadan and during the month of Ramadan in the city of Bandar Lampung, and to determine the significant difference between the price of broiler chicken and the amount of broiler meat purchased before the month of Ramadan and during the month of Ramadan. This study uses primary data by distributing questionnaires and secondary data sourced from the website of the Central Statistics Agency (BPS) and the like. The research method used is a survey research method, namely research that takes samples from one population and uses a questionnaire as the principal data collection tool. The results of the study using a different test found that the number of purchases and the price of broiler meat had a significant difference before Ramadan and during Ramadan with a Sig. (2 tailed) of 0.000. This means that when the price of broiler chicken meat, consumption of broiler chicken increases during Ramadan compared to before Ramadan.

Keywords: Consumption Patterns, Prices of Broiler Chicken, Number of Broiler Chicken Purchases, Before Ramadan, During Ramadan.

**PERUBAHAN POLA KONSUMSI DAGING AYAM BROILER DI KOTA
BANDAR LAMPUNG**

Oleh

ANNISA YULIANTI

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar

SARJANA EKONOMI

Pada

Jurusan Ekonomi Pembangunan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **PERUBAHAN POLA KONSUMSI DAGING
AYAM BROILER DI KOTA BANDAR
LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Annisa Yulianti**

Nomor Induk Mahasiswa : **1611021070**

Program Studi : **Ekonomi Pembangunan**

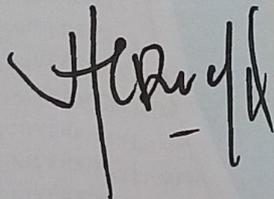
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**

MENYETUJUI

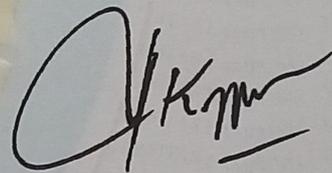
1. Komisi Pembimbing

Komisi Pembimbing I

Komisi Pembimbing II

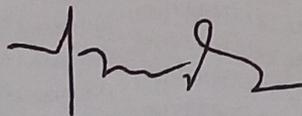


Dr. Heru Wahyudi, S.E., M.Si.
NIP. 19770212 2006041 0 001



Ukhti Ciptawaty, S.E., M.Si.
NIP. 19850517 201903 2 014

2. Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



Dr. Neli Aida, S.E., M.Si.
NIP. 19631215 198903 2 002

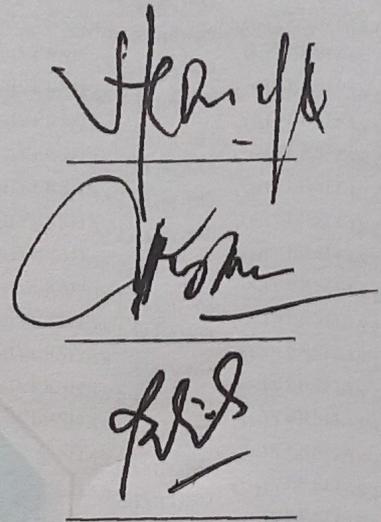
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Heru Wahyudi, S.E., M.Si.

Penguji I : Ukhti Ciptawaty, S.E., M.Si.

Penguji II : Dr. Arivina Ratih Y. T., S.E., M.M.



Three handwritten signatures in black ink, each on a horizontal line. The first signature is for Dr. Heru Wahyudi, the second for Ukhti Ciptawaty, and the third for Dr. Arivina Ratih Y. T.

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 31 Mei 2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan bukan merupakan penjiplakan hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka, saya sanggup menerima hukuman/sanksi sesuai yang berlaku.

Bandar Lampung, 31 Mei 2023

Penulis



ANNISA YULIANTI

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Annisa Yulianti lahir pada tanggal 21 Juli 1998 di Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung. Penulis lahir sebagai putri kedua dari empat bersaudara pasangan Bapak Edi Soehartono dan Ibu Kasinem. Pendidikan yang telah ditempuh penulis yaitu SD Negeri 3 Rajabasa diselesaikan pada tahun 2010, SMP Negeri 28 Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2013, kemudian penulis melanjutkan SMA Negeri 3 Bandar Lampung dan diselesaikan pada tahun 2016.

Penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) Universitas Lampung di Jurusan Ekonomi Pembangunan, melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) pada tahun 2016. Adapun kegiatan organisasi yang pernah diikuti Himpunan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan (HIMEPA) sebagai anggota himpunan periode 2017/2018, sebagai Presidium EBEC Divisi PSDA periode 2017/2018 dan sebagai Presidium BEM FEB Unila Sekretaris Dinas II (Apresiasi Seni dan Olahraga) periode 2019/2020. Pada tahun 2018 penulis mengikuti kegiatan KKL (Kuliah Kunjung Lapangan) di Bank Indonesia dan Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Pada tahun 2019 penulis melaksanakan KKN (Kuliah Kerja Nyata) di Desa Negara Ratu, Kecamatan Pakuan Ratu, Kabupaten Way Kanan.

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT dan Nabi Besar Muhammad SAW, serta berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini. Penulis persembahkan karya terbaik ini dengan segala ketulusan dan kerendahan hati kepada:

Kedua orang tuaku tercinta, terhormat, tersayang, sebagai panutan dalam hidup, yaitu Bapak Edi Soehartono dan Ibu Kasinem terima kasih telah membesarkan dan membimbing dengan penuh kasih sayang, selalu memotivasi dan memberi dukungan moril maupun materi, selalu mendoakan kesuksesan Nisa, serta segala bentuk pengorbanan dan semua hal yang telah diberikan kepada Nisa yang tidak akan pernah bisa terbalas, semoga Allah selalu melindungi kalian.

Kepada kakek dan nenek saya, Mbah Ponirah, Almarhum Mbah Muksin, dan Almarhum Nyai, yang selalu memperhatikan cucumu ini, terima kasih telah memberikan pengalaman dan nasihat-nasihat baiknya yang tidak akan terlupakan. Ayukku Yosiana Meilina, S.E., adikku Imelda dan Rizki terimakasih selalu menghibur, memberikan semangat, dukungan, kasih sayang dan kepercayaan bagi penulis untuk bisa menjadi kebanggaan bagi kalian.

Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Ekonomi Pembangunan dan sahabat-sahabat seperjuangan yang senantiasa membantu, memberikan motivasi dan semangat dalam pengerjaan karya tulis ini. Serta Almamater tercinta Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

MOTTO

“Jangan menjelaskan tentang dirimu kepada siapapun. Karena yang menyukaimu tidak butuh untuk itu dan yang membencimu tidak percaya itu”

(Ali bin Abi Thalib)

“Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al- Insyirah, 94:6)

“Barang siapa menempuh jalan untuk mendapatkan ilmu, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga”

(HR. Muslim)

“Teruslah hidup, jangan mati. Karena mati ada waktunya”

(Ayu Endar)

SANWACANA

Bismillahirrohmanirohim. Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji syukur kehadiran Allah SWT karna berkat limpahan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perubahan Pola Konsumsi Daging Ayam Broiler di Kota Bandar Lampung” yang merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Neli Aida, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Ukhti Ciptawaty, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Heru Wahyudi, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu untuk membantu dan membimbing dengan penuh kesabaran serta, memberikan arahan, ilmu dan saran kepada penulis hingga skripsi ini terselesaikan.
5. Ibu Ukhti Ciptawaty, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah banyak membantu dan membimbing dengan penuh kesabaran, serta memberikan ilmu dan saran kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Ibu Dr. Arivina Ratih Yulihar Taher, S.E., M.Si. selaku Dosen penguji II, atas masukan, arahan, dan nasihat yang telah diberikan untuk penyempurnaan skripsi ini.
7. Bapak Moneyzar Usman, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik

yang telah memberi motivasi, nasihat, ilmu, dan memberi bimbingan dari awal perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi kepada penulis.

8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan: Prof. SSP. Pandjaitan, Pak Muhidin, Ibu Nurbetty, Bu Resha, Pak Imam, Pak Yoke, Ibu Lies, Ibu Irma, Pak Yudha, Ibu Emi, Ibu Marselina, Ibu Tiara, Ibu Ratih, Pak Arif, Ibu Ida, Pak Toto, Pak Wayan, Pak Husaini, Pak Thomas, serta seluruh Bapak Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pelajaran yang sangat bermanfaat selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
9. Ibu Yati, Ibu Mimi, dan seluruh staf dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung atas seluruh bantuan yang selama ini diberikan kepada penulis.
10. Kedua orang tuaku, Bapak Edi Soehartono dan Ibu Kasinem yang telah merawat, membimbing, mendidik, menyayangi, mendoakan, memotivasi, dan mendukung secara moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
11. Ayukku Yosiana Meilina, S.E., adikku Imelda dan Rizki yang telah memberikan dukungan, doa dan motivasi kepada penulis.
12. Ayuk Ulan, Abang Angga, Uwo Nani, Tante Yeni, Om Mijo, Bulek Iis, Kakak Teno, dan Mba Sri serta seluruh keluarga besar Nyai Sarinah dan Mbah Ponirah yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberikan motivasi kepada penulis.
13. Kekasihku Ari Wibowo, terima kasih selalu memberikan semangat, dukungan, dan doa serta telah membantu penulis dalam penyebaran kuisisioner dan mengantar kesana kemari hingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
14. Sahabat-sahabatku Renita, S.E., Diah Peratiwi, S.E., Desi Riana, S.E., Surya Asmara, S.E., dan Sagung Saputra, S.E., Terima kasih atas canda tawa, pengalaman, dan sudah memberikan dukungan serta motivasi selama proses perkuliahan kepada penulis.
15. Teman-teman seperbimbingan Nisa, Jogi, Gerry, dan Syahrudin yang telah berjuang bersama-sama dan menemani dalam proses bimbingan skripsi.
16. Sahabatku Mutiara Marthalina, S.Psi. dan Iffa Octafia S, S.T., terima kasih

sudah menemani sampai sekarang, yang selalu memberikan dukungan dan doa, serta selalu ada dikala susah maupun senang.

17. Sahabat-sahabatku Teman Terbaik dan Terburuk Ayu, Nurul, Opi, Alfi, Dwi, Amel, dan Sheila. Terima kasih telah menemani dari SMA dan selalu memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi kepada penulis.
18. Keluarga Jurusan Ekonomi Pembangunan 2016 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas kekompakkan dan kekeluargaannya sehingga kita dapat menyelesaikan studi sampai tahapan akhir.
19. Keluarga besar HIMEPA, Keluarga besar EBEC, dan Keluarga besar BEM Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas segala pengalaman berorganisasi dan dukungan selama berperoses bersama.
20. Keluarga kuliah kerja nyata (KKN), Kak Annas, Emma, Pingkan, Kak Navy. Kak Fical, Kak Anggi, Icin Ria, Ibu Mirna, Om Rahmat, dan Bapak Yusan. Terima kasih sudah memberikan pengalaman dan dukungan selama KKN kepada penulis.
21. Rekan-rekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih pengalaman dan bantuannya selama perkuliahan.
22. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga skripsi ini selesai.

Semoga Allah SWT dengan Ridho-Nya membalas segala kebaikan dengan pahala yang berlipat ganda. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi penulis berharap semoga karya ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis dan para pembaca lainnya. Aamiin ya robbal alamin.

Bandar Lampung, 31 Mei 2023

Annisa Yulianti
NPM. 161102107

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
II. TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Tinjauan Teoritis	12
1. Pengertian Industri	12
2. Pengertian Perdagangan	12
3. Konsep Pasar Secara Luas dan Pasar Secara Sempit	14
4. Konsumsi.....	15
5. Teori Konsumsi	16
6. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi	18
7. Pola Konsumsi.....	21
8. Perilaku Konsumen.....	22
B. Tinjauan Empiris.....	23
C. Kerangka Pemikiran.....	29
D. Hipotesis.....	30
III. METODE PENELITIAN.....	31
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	31
B. Jenis dan Sumber Data	31
C. Tempat dan Waktu Penelitian	31
D. Populasi dan Sampel	31
E. Penentuan Jumlah Sampel Pedagang Daging Ayam Broiler	33
F. Definisi Operasional Variabel.....	35

G. Metode Analisis Data.....	35
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Gambaran Umum Daerah Penelitian	37
B. Uji Normalitas.....	43
C. Uji Beda Independent Sample T Test	44
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rata-rata konsumsi Daging Ayam Ras di Rumah tangga Indonesia	4
Tabel 2. Produksi Daging Ayam Ras Pedaging Provinsi Lampung 2020-2022	4
Tabel 3. Pengeluaran Rata-rata per Kapita per bulan (Rp) untuk Makanan dan Bukan Makanan menurut Kabupaten/Kota dan Tipe Daerah di Provinsi Lampung, 2022.	5
Tabel 4. Produksi Unggas di Provinsi Lampung tahun 2019-2021	6
Tabel 5. Daftar nama-nama pasar tradisional menurut lokasi di Kota Bandar Lampung Tahun 2016	8
Tabel 6. Tinjauan Empiris	23
Tabel 7. Jumlah Pedagang Daging Ayam Broiler di Wilayah Tanjung Karang Barat.	33
Tabel 8. Perhitungan Jumlah Sampel untuk Masing-masing Pasar	34
Tabel 9. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 10. Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Usia	42
Tabel 11. Distribusi Responden Berdasarkan Lama Usaha	42
Tabel 12. Uji Normalitas Sebelum Ramadhan	43
Tabel 13. Uji Normalitas Ketika Ramadhan	43
Tabel 14. Uji Beda Jumlah Pembelian Daging Ayam Broiler	44
Tabel 15. Uji Beda Jumlah Pembelian Daging Ayam Broiler	44
Tabel 16. Uji Beda Harga Daging Ayam Broiler	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Konsumsi Protein Indonesia tahun 2015-2021	2
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	29

I.PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

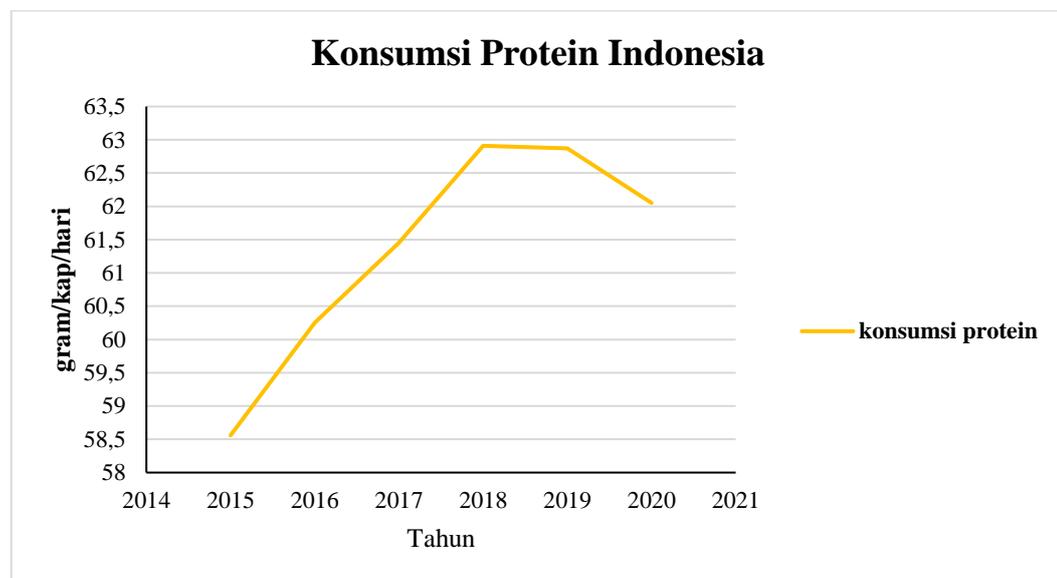
Sebagai Negara kepulauan terbesar di dunia, Indonesia memiliki berbagai jenis makanan pokok yang mengandung karbohidrat dan protein yang memiliki fungsi sebagai sumber tenaga utama bagi tubuh. Sebagaimana kita ketahui, makanan pokok di Indonesia tidak hanya terpaku pada nasi saja, ada berbagai pilihan selain nasi sebagai sumber karbohidrat yaitu singkong, sagu, bihun, mie, jagung, dan kentang (Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, 2018).

Sumber protein ada dua, yaitu protein hewani dan protein nabati. Sumber protein hewani bisa kita dapat dalam daging sapi, daging ayam, ikan, telur, susu, dan produk olahan lainnya. Lalu sumber protein nabati yang bisa kita dapat dari tempe, tahu dan kacang-kacangan (Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, 2018).

Kebutuhan asupan protein harian sangat penting untuk tubuh dan tumbuh kembang anak usia pertumbuhan, terutama protein hewani. Meskipun kedua kelompok pangan tersebut (pangan sumber protein hewani dan pangan sumber protein nabati) sama-sama menyediakan protein, tetapi masing-masing kelompok pangan tersebut mempunyai keunggulan dan kekurangan. Pangan hewani mempunyai asam amino yang lebih lengkap dan mempunyai mutu zat gizi yaitu protein, vitamin dan mineral lebih baik, karena kandungan zat-zat gizi tersebut lebih banyak dan mudah diserap tubuh. Selain itu protein hewani juga kaya akan mikronutrien seperti vitamin B12, vitamin D, DHA (*docosahexaenoic acid*), zat besi, dan *zinc*. Lemak dari daging dan unggas lebih banyak mengandung lemak jenuh. Kolesterol dan lemak jenuh diperlukan tubuh terutama pada anak-anak tetapi perlu dibatasi asupannya pada orang dewasa (Devi Nurfadila Fani & Annisa Rahmania Yulman, 2022).

Pangan protein nabati mempunyai keunggulan mengandung proporsi lemak tidak jenuh yang lebih banyak dibanding pangan hewani. Juga mengandung isoflavon,

yaitu kandungan fitokimia yang turut berfungsi mirip hormon estrogen (hormon kewanitaan) dan antioksidan serta anti-kolesterol. Konsumsi kedele dan tempe telah terbukti dapat menurunkan kolesterol dan meningkatkan sensitifitas insulin dan produksi insulin. Sehingga dapat mengendalikan kadar kolesterol dan gula darah. Namun kualitas protein dan mineral yang dikandung pangan protein nabati lebih rendah dibanding pangan protein hewani (Devi Nurfadila Fani & Annisa Rahmania Yulman, 2022).



Gambar 1. Grafik Konsumsi Protein Indonesia tahun 2015-2021
Sumber : Kementerian Pertanian - Badan Ketahanan Pangan, 2021

Berdasarkan grafik di atas, konsumsi protein penduduk Indonesia mencapai 62,05 gram per kapita setiap harinya (gram/kap/hari) pada 2020. Dampak dari adanya pandemic Covid-19, jumlah itu turun 1,3% jika dibandingkan pada tahun sebelumnya yang mencapai 62,87 gram/kap/hari. Walau demikian, jumlah tersebut masih di atas standar kecukupan konsumsi protein yang sebesar 57 gram/kap/hari. Artinya, konsumsi protein masyarakat Indonesia secara umum masih tercukupi setiap harinya. Secara rinci, konsumsi protein asal pangan nabati oleh penduduk Indonesia mencapai 40,77 gram atau 65,7% pada tahun lalu. Jumlah itu turun 2,5% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang mencapai 41,81 gram. Sementara, konsumsi protein asal pangan hewani tercatat sebesar 21,29 gram atau 34,3% pada 2020. Jumlah itu meningkat 1,14% dibandingkan pada 2019 yang mencapai 21,05 gram (*Badan Pusat Statistik*).

Pembangunan di bidang peternakan merupakan sebuah solusi untuk menghadapi peningkatan kebutuhan protein hewani seiring dengan peningkatan jumlah penduduk dan kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi makanan yang mengandung nilai gizi tinggi. Sektor peternakan memberikan peran besar dalam mendukung peningkatan perekonomian nasional, karena pada dasarnya kebutuhan protein hewani yang tidak dapat digantikan dengan protein lainnya.

Salah satu subsektor pertanian yang mempunyai peranan cukup penting adalah subsektor peternakan, dimana komoditi peternakan sangat berperan dalam pemenuhan gizi nasional khususnya protein hewani. Protein hewani ini bisa kita dapatkan dari mengkonsumsi daging sapi, daging ayam, ikan, susu, dan telur.

Salah satu sumber protein hewani dengan harga yang relatif terjangkau dan mudah diperoleh adalah daging ayam ras pedaging atau yang sering disebut sebagai ayam broiler. Daging ayam ras pedaging (broiler) merupakan salah satu jenis daging yang banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia. Selain harganya yang relative lebih terjangkau, daging ayam broiler mudah diolah menjadi berbagai macam masakan sehingga banyak digunakan dalam rumah tangga maupun rumah makan karena dagingnya yang empuk dan tebal.

Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS) yang bertajuk “Pola Distribusi Perdagangan Komoditas Daging Ayam Ras 2022”, rata-rata konsumsi daging ayam ras dikelompok rumah tangga nasional mencapai 6,048 kilogram per kapita per tahun pada 2021. Realisasi ini meningkat 8,62% dibandingkan tahun sebelumnya (*year-on-year/yoy*). Dapat kita lihat dari tabel berikut ini.

Tabel 1. Rata-rata konsumsi Daging Ayam Ras di Rumah tangga Indonesia

No	Tahun	Nilai (Kg/Kapita/Tahun)
1	2018	5,136
2	2019	5,232
3	2020	5,568
4	2021	6,048

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata konsumsi daging ayam ras terus meningkat dari tahun 2018 hingga tahun 2021. Dan jika dibandingkan dengan tahun 2018, rata-rata konsumsi pada 2021 sudah naik 17,75%. Angka yang tercatat tersebut hanya sebatas konsumsi daging ayam ras di rumah tangga, belum termasuk di rumah makan, warung, restoran, industri hotel, dan kegiatan lainnya.

Tabel 2. Produksi Daging Ayam Ras Pedaging Provinsi Lampung 2020-2022

No	Tahun	Kuantitas (Ton)
1	2020	92.357,74
2	2021	92.935,44
3	2022	123.197,57

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Pada tabel 2 menunjukkan bahwa produksi daging ayam ras pedaging dalam tiga tahun terakhir terus meningkat, dan melonjak naik pada tahun 2022 sebesar 123.197.57 ton. Produksi daging ayam ras pedaging terus meningkat demi memenuhi permintaan daging ayam ras pedaging untuk masyarakat.

Hasil studi FAO menunjukkan bahwa di negara-negara berkembang dengan laju pertumbuhan penduduk dan tingkat kemakmuran yang dicapai berdasarkan pertumbuhan ekonomi tinggi mempunyai kecenderungan bangsa itu memperbaiki kualitas menu makanannya antara lain dengan meningkatkan konsumsi protein hewani lebih banyak daripada konsumsi protein nabati. Pendapatan dan pendidikan yang dapat digolongkan sebagai karakteristik sosial ekonomi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas konsumsi pangan seseorang. Membaiknya

tingkat ekonomi seseorang akan mempengaruhi gaya hidup seseorang, termasuk pemilihan makanan (Cahyono JBSB, 2008).

Tabel 3. Pengeluaran Rata-rata per Kapita per bulan (Rp) untuk Makanan dan Bukan Makanan menurut Kabupaten/Kota dan Tipe Daerah di Provinsi Lampung, 2022.

Kabupaten/Kota	Pengeluaran Rata-rata per Kapita per Bulan (Rp)		
	Makanan	Bukan Makanan	Total
(1)	(2)	(3)	(4)
Kabupaten/Kota			
Lampung Barat	561447	432966	994413
Tanggamus	507751	341422	849173
Lampung Selatan	597883	481567	1079450
Lampung Timur	552206	445291	997497
Lampung Tengah	530691	440683	971374
Lampung Utara	498088	360455	858544
Way Kanan	590542	424966	1015508
Tulang Bawang	548783	469578	1018362
Pesawaran	510396	343881	854277
Pringsewu	530499	436932	967431
Mesuji	569884	517987	1087872
Tulang Bawang Barat	500064	457858	957922
Pesisir Barat	544040	420674	964714
Bandar Lampung	773485	917750	1691234
Metro	681370	845758	1527127
Provinsi			
Pedesaan	644379	674904	1319283
Perkotaan	542453	414416	956869
Provinsi Lampung	575673	499315	1074987

Sumber : Susenas Maret 2022

Jika melihat pada level kabupaten/kota terlihat wilayah dengan pengeluaran rata-rata per kapita per bulan untuk konsumsi makanan tertinggi terdapat di Kota Bandar Lampung, begitu pula dengan pengeluaran rata-rata per kapita per bulan untuk konsumsi bukan makanan tertinggi terdapat di Kota Bandar Lampung. Pengeluaran rata-rata per kapita per bulan penduduk Kota Bandar Lampung untuk komoditas makanan ialah sebesar Rp.773.485,- dan merupakan nilai tertinggi untuk seluruh wilayah di Provinsi Lampung. Untuk komoditas non makanan, memiliki nilai pengeluaran rata-rata per kapita per bulan tertinggi dengan nilai mencapai Rp.917.750,-. Pengeluaran rata-rata per kapita per bulan terendah pada komoditas makanan terdapat di Kabupaten Lampung Utara dengan nilai hanya sebesar Rp.498.088,- sedangkan untuk komoditas non makanan pengeluaran rata-rata per

kapita per bulan terendah terdapat di Kabupaten Tanggamus dengan nilai pengeluaran hanya sebesar Rp.341.422,- (Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2022).

Menurut data Kementerian Pertanian (2013), permintaan ayam ras pedaging nasional dalam setiap tahun mengalami kenaikan. Pada tahun 2013 produksi daging ayam ras sebesar 1,5 juta ton, sedangkan untuk tahun 2014 produksi daging ayam ras sebesar 888,32 ribu ton atau meningkat sebesar 12,14 persen dari tahun 2013. Produksi daging ayam ras tahun 2015 sampai dengan 2020 mengalami peningkatan sekitar 15,16 persen dalam tiap tahunnya. Permintaan daging ayam ras tahun 2020 sebesar 2.072.672 ton. Permintaan daging ayam ras yang semakin meningkat di Indonesia membuat pemerintah mengambil kebijakan-kebijakan yang tepat agar permintaan daging ayam ras tetap terpenuhi (Istiqomah, 2021).

Sejak tahun 2010 Indonesia sudah melaksanakan swasembada daging ayam ras/broiler, dimana konsumsi daging nasional didominasi oleh karkas atau daging ayam. Saat ini telah diambil langkah-langkah positif diantaranya pengadaan bibit ternak unggul, manajemen yang handal serta perlu diadakan revitalisasi dan penataan Rumah Potong Ayam (RAP) yang standar, peningkatan mutu dan keamanan pangan serta menjamin kehalalannya. Bisnis ayam ras pedaging banyak diminati masyarakat dan semakin menggeser ternak ruminansia besar, khususnya ternak sapi potong, dalam memenuhi kebutuhan daging nasional (Istiqomah, 2021).

Tabel 4. Produksi Unggas di Provinsi Lampung tahun 2019-2021

Jenis Daging Unggas	2019	2020	2021
Ayam Kampung	12.582.065	14.411.094	14.701.434
Ayam Petelur	3.217.624	5.561.660	5.056.892
Ayam Pedaging/Broiler	45.297.378	92.357.743	103.926.886

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan Tabel 4, menunjukkan bahwa produksi Ayam Broiler berturut-turut meningkat dari tahun 2019 sampai 2021. Dapat dilihat bahwa produksi Ayam Broiler paling tinggi antara jenis daging unggas lainnya, yaitu Ayam Kampung dan

Ayam Petelur. Ini membuktikan bahwa permintaan akan daging Ayam Broiler lebih banyak dan diminati masyarakat dibandingkan Ayam Kampung.

Perubahan pola konsumsi penduduk merupakan indikator penting dalam proses pembangunan. Salah satu faktor yang mempengaruhi perubahan tersebut adalah perubahan pendapatan. Rendahnya pendapatan akan diikuti oleh menurunnya daya beli penduduk secara langsung. Perubahan pola konsumsi juga dapat terjadi apabila adanya perubahan keadaan waktu di pasar. Seperti bulan Ramadhan, rata-rata harga bahan pangan naik dan jumlah konsumsi tetap meningkat walaupun harga naik.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pola konsumsi, salah satunya adalah pengaruh meningkatnya pendapatan. Jika pendapatan konsumen mengalami peningkatan, maka akan memotivasi konsumen untuk meningkatkan permintaan terhadap barang dan jasa. Dalam pola konsumsi tidak dapat di pisahkan dari barang dan jasa yang berkualitas yang menjadi peningkatan dalam penjualan. Hal ini sesuai dengan prinsip rasionalitas Islam bahwa setiap pelaku ekonomi ini selalu meningkatkan masalah yang diperolehnya. Seorang konsumen muslim mempunyai keyakinan bahwa kehidupan tidak hanya di dunia semata, namun terdapat pula kehidupan akhirat. Dalam islam bertambahnya pendapatan seseorang tidak serta merta diperbolehkan dengan semena-mena untuk meningkatkan konsumsinya, dengan menggunakan uang didapat untuk membeli apa saja barang yang ia inginkan di luar kewajaran dan rasionalitas konsumsi (Nurlela, Abdul Rahman, 2022).

Kondisi meningkatnya konsumsi dalam istilah ekonomi konvensional dikenal dengan istilah *demand full* yang berarti permintaan terhadap barang mengalami peningkatan secara terus-menerus, sehingga mendorong pedagang untuk menaikkan harga dalam rangka memaksimalkan laba. Kenaikan harga yang disebabkan oleh meningkatnya permintaan akan menurunkan daya beli masyarakat yang berpenghasilan tetap atau penghasilan rendah seperti yang dialami kaum fakir miskin. Pertama melakukan distribusi pendapatan, kedua menahan motif konsumsi. Distribusi pendapatan dimaksudkan sebagai alat yang digunakan untuk meningkatkan daya beli masyarakat yang kurang mampu, sedangkan menahan motif konsumsi berarti mengurangi permintaan terhadap barang dengan cara

berhemat atau melakukan kegiatan puasa sebagai pengendalian dorongan hawa nafsu untuk mengkonsumsi (Nurlela, Abdul Rahman, 2022).

Pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang sama, yang mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan itu (Philip Kotler, 1997). Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli ditandai dengan adanya transaksi atau tawar menawar antara si pembeli secara langsung. Pada industri perdagangan protein hewani lebih di fokuskan kepada pasar tradisional. Berikut merupakan nama-nama pasar tradisional yang ada di Kota Bandar Lampung.

Tabel 5. Daftar nama-nama pasar tradisional menurut lokasi di Kota Bandar Lampung Tahun 2016

Nama Pasar (1)	Lokasi (2)
1. Pasar Bawah	Jl. Pemuda, Tanjung Karang Pusat
2. Pasar Tugu	Jl. Hayam Wuruk, Tj. Karang Timur
3. Pasar Way Halim	Jl. Rajabasa Raya, Kedaton
4. Pasar Baru/ SMEP	Jl. Batu Sangkar, Tanjung Karang Pusat
5. Pasar Pasir Gintung	Jl. Pisang, Tanjung Karang Pusat
6. Pasar Tamin	Jl. Tamin, Tanjung Karang Pusat
7. Pasar Gudang Lelang	Jl. Ikan Bawal, Teluk Betung Selatan
8. Pasar Cimeng	Jl. Hasyim Ashari, Teluk Betung Selatan
9. Pasar Ambon	Jl. RE. Martadinata, Teluk Betung Selatan
10. Pasar Kangkung	Jl. Hasanuddin, Teluk Betung Selatan
11. Pasar Panjang	Jl. Yos Sudarso, Panjang
12. Pasar Tani	Jl. Melati, Kemiling
13. Pasar Terminal Kemiling	Jl. Imam Bonjol, Kemiling
14. Pasar Bambu Kuning	Jl. Bukit Tinggi, Tj. Karang Pusat
15. Pasar Way Kandis	Jl. Ratu Dibalau, Tanjung Senang
16. Pasar Rajabasa	Jl. Kapten Abdul Haq, Rajabasa
17. Pasar Korpri	Perum. Korpri, Sukarame
18. Pasar Untung	Jl. Untung, Labuhan Ratu
19. Pasar Koga	Jl. Teuku Umar, Kedaton
20. Pasar Perum Batara Unila	Jl. Kapten Abdul Haq
21. Pasar Tempel Way Halim	Lingkungan IV Perum Way Halim
22. Pasar Labuhan Dalam	Jl. Ki Madja, Kedaton
23. Pasar Tempel Immanuel	Jl. Untung Surapati, Sukarame

Nama Pasar	Lokasi
(1)	(2)
24. Pasar Tempel Gotong Royong	Jl. Wolter Monginsidi
25. Pasar Tempel Besi Tua	Jl. Sukarno Hatta
26. Pasar Tempel Terminal Rajabasa	Jl. Kapten Abdul Haq, Rajabasa
27. Pasar tempel Way Dadi	Jl. Pembangunan, Sukarame
28. Pasar Tempel Way Kandis	Jl. Ratu Dibalau, Tanjung Senang
29. Pasar Tempel Pulau Damar	Jl. Pulau Damar, Sukarame
30. Pasar Tempel Stasiun	Jl. Untung Surapati, Labuhan Ratu
31. Pasar Tempel Cahaya	Jl. Urip Sumoharjo, Way Halim

Sumber : Dinas Koperasi, UKM, Perindag Kota Bandar Lampung

Berdasarkan Tabel 3 di atas, jumlah pasar yang ada di Kota Bandar Lampung berjumlah 31 pasar dengan masing-masing komoditi yang di jual. Beberapa pasar diatas menjual berbagai macam komoditi seperti pakaian jadi, perhiasan, sepatu atau sandal, aksesoris maupun kebutuhan pokok sehari-hari seperti beras, sayur, daging sapi, ayam, ikan, minyak dan sebagainya (D. P. kota B. Lampung, n.d.).

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan jual beli atau pertukaran barang maupun jasa. Pasar merupakan pusat perekonomian masyarakat baik di pedesaan maupun perkotaan yang mencakup informasi tentang kualitas dan harga dari suatu barang yang diperdagangkan. Permintaan menunjukkan jumlah barang atau jasa yang akan dibeli konsumen pada periode waktu dan keadaan tertentu. Periode waktu tersebut bisa satu tahun dan keadaan yang harus diperhatikan antara lain adalah (1) harga barang yang akan dibeli, (2) harga barang lain, (3) pendapatan konsumen, dan (4) selera (Arsyad Azhar, 2013).

Sudah menjadi rahasia umum dan merupakan salah satu kata kunci dalam pemasaran, bahwa harga murah merupakan daya tarik terbesar atas terserapnya suatu produk. Untuk itu, peranan harga jual dalam mendapatkan pasar memiliki pengaruh yang cukup besar. Dalam menentukan harga daging jangan sampai harga daging tersebut melampaui harga eceran tertinggi (HET) di suatu daerah hal itu dapat mengakibatkan produk sulit terjual dan usaha tidak mudah untuk memperoleh pelanggan. Akibat lain dapat ditimbulkan adalah dapat berurusan dengan pihak yang berwajib, disebabkan penentuan harga yang dilakukan tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Kurnadi et al., 2022).

Mengonsumsi daging ayam dalam upaya mencukupi kebutuhan protein hewani dalam tubuh manusia secara langsung akan membentuk pola konsumsi. Beberapa faktor yang menyusun gaya hidup yang berkaitan dengan pembentukaan kebiasaan makan atau pola konsumsi adalah : pendapatan, pendidikan lingkungan hidup perkotaan atau perdesaan, susunan keluarga, pekerjaan, suku bangsa, kepercayaan dan agama, pengetahuan tentang kesehatan, pengetahuan akan gizi, produksi pangan sistem distribusi, sosial dan politik (Suhardjo, 1989).

Dari latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, peneliti tertarik meneliti “Perubahan Pola Konsumsi Daging Ayam Broiler di Kota Bandar Lampung”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah dipaparkan maka dapat kita rumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pola konsumsi daging ayam broiler sebelum bulan Ramadhan dan ketika bulan Ramadhan di Kota Bandar Lampung?
2. Apakah jumlah pembelian daging ayam broiler dan harga daging ayam broiler memiliki perbedaan yang signifikan pada saat sebelum dan ketika bulan Ramadhan di Kota Bandar Lampung?

C. Tujuan Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini dengan tujuan, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pola konsumsi daging ayam broiler sebelum bulan Ramadhan dan ketika bulan Ramadhan di Kota Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui perbedaan yang signifikan antara harga daging ayam broiler terhadap jumlah pembelian daging ayam broiler pada saat sebelum dan ketika bulan Ramadhan di Kota Bandar Lampung.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian ini, diharapkan akan diperoleh informasi yang bermanfaat, antara lain :

1. Sebagai bahan informasi bagi para produsen dalam melihat pola konsumsi masyarakat dan melihat tingkat harga daging ayam broiler terhadap jumlah

pembelian daging ayam broiler pada saat Ramadhan dan ketika Ramadhan di Kota Bandar Lampung.

2. Sebagai bahan informasi pada penelitian selanjutnya khususnya bagi peneliti yang ingin meneliti tentang perubahan pola konsumsi daging ayam broiler, khususnya konsumsi pada saat sebelum Ramadhan dan ketika Ramadhan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teoritis

1. Pengertian Industri

Menurut UU No. 5 Tahun 1984 tentang perindustrian. Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, bahan setengah jadi dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.

Dari sudut pandang teori ekonomi mikro Hasibuan mendefinisikan, industri merupakan kumpulan perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang-barang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling menggantikan yang sangat erat. Namun demikian, dari sisi pembentukan pendapatan secara makro industri dapat diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah (Prof. Dr. Nurimansyah Hasibuan, 1993).

Salah satu sistem klasifikasi industri yang telah dikenal dan digunakan secara luas adalah sistem Standard Industrial Classification (SIC) yang didasarkan pada data sensus dan pengklasifikasian perusahaan berdasarkan produk dasar yang dihasilkan. Sedangkan di Indonesia pengelompokan industri dilakukan dengan berdasarkan pengelompokan industri bagi perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

2. Pengertian Perdagangan

Menurut UU No. 07 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, Perdagangan merupakan tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan/atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi. Berdasarkan sifatnya perdagangan terbagi menjadi dua macam yaitu perdagangan yang bersifat nasional dan yang bersifat internasional. Dikatakan bersifat nasional, apabila terjadi antara penjual dan pembeli dalam wilayah Negara yang sama, sedangkan perdagangan

yang bersifat internasional, apabila terjadi antara penjual dan pembeli yang bertempat tinggal didalam wilayah negara yang berlainan (perdagangan antarnegara) (UU No.7, 2014). Perdagangan dibagi dalam beberapa jenis, yaitu:

- a. Menurut pekerjaan yang dilakukan pedagang :
 - 1). Pedagang mengumpulkan (produsen – tengkulak – pedagang besar - eksportir);
 - 2). Pedagang menyebarkan (importer – pedagang besar – pedagang menengah - konsumen).

- b. Menurut jenis barang yang diperdagangkan
 - 1). Perdagangan barang (yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan – kebutuhan jasmani manusia, seperti hasil pertanian, peternakan, pertambangan dan pabrik);
 - 2). Perdagangan buku, musik dan kesenian;
 - 3). Perdagangan uang dan surat – surat berharga (bursa efek).

- c. Menurut daerah atau tempat perdagangan itu dijalankan
 - 1). Perdagangan dalam negeri (perdagangan nasional).
 - 2). Perdagangan luar negeri (perdagangan ekspor perdagangan Import).
 - 3). Perdagangan meneruskan (perdagangan transito) yaitu perdagangan yang mendatangkan barang dari luar negeri untuk dijual kembali keluar negeri.

Pelaku dalam aktivitas perdagangan dikenal dengan istilah pedagang. Menurut Peraturan Daerah No. 10 Tahun 1998 pedagang adalah orang yang menjalankan usaha berjualan, usaha kerajinan atau usaha pertukangan kecil. Secara garis besar pedagang dibagi kedalam dua macam yaitu :

- a. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli barang secara grosir kepada pedagang yang lebih kecil (retail) untuk diecerkan kepada konsumen.
- b. Pedagang kecil (eceran) adalah pedagang yang membeli barang secara grosir kepada pedagang besar untuk diecerkan kepada konsumen.

3. Konsep Pasar Secara Luas dan Pasar Secara Sempit

Menurut para ahli dibidang pemasaran, seperti yang dikemukakan oleh Kotler (1997), mengenai definisi pasar adalah “Pasar yaitu terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang sama, yang mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan itu” (Philip Kotler, 1997).

Pasar (dalam arti luas) adalah tempat perjumpaan antara pembeli dan penjual, di mana barang/jasa atau produk dipertukarkan antara pembeli dan penjual. Ukuran kerelaan dalam pertukaran tersebut biasanya akan muncul suatu tingkat harga atas barang dan jasa yang dipertukarkan tersebut (Robert S. Smith, Ronald G., 2003). Pasar terbentuk dari proses pertemuan sampai terjadinya kesepakatan. Pasar tersebut tidak memperdulikan tempat dan jenis barang. Jadi pasar tidak terbatas pada suatu lokasi saja (M. Rasyraf, 1996).

Menurut Hakim (2012), Pasar dalam arti sempit memiliki beberapa jenis, yaitu: Pasar konsumsi adalah pasar yang menjual barang – barang untuk keperluan konsumsi. Seperti menjual beras, sandal, lukisan dan lainnya. Pasar faktor produksi adalah pasar yang menjual barang-barang untuk keperluan produksi. Misalnya menjual mesin-mesin untuk alat produksi barang, lahan untuk pabrik dan lainnya. Pasar menurut jenis barang yang dijual dapat dibagi menjadi misalnya, pasar ikan, pasar buah, pasar daging dan lain-lainnya (Abdul Hakim, 2012).

Istilah pasar banyak mendapatkan perhatian selama bertahun-tahun. Pada dasarnya pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan pertukaran atas barang dan jasa. Selain itu, pasar dapat pula diartikan sebagai himpunan para pembeli aktual dan potensial dari suatu produk. Dalam hal demikian pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan dan keinginan tertentu yang sama. Dimana setiap konsumen bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Rismayani, 1999).

Pasar secara fisik adalah tempat pemusatan beberapa pedagang tetap dan tidak tetap yang terdapat pada suatu ruangan terbuka atau tertutup atau sebagian badan jalan.

Selanjutnya pengelompokkan para pedagang eceran tersebut menempati bangunan-bangunan dengan kondisi bangunan temporer, semi permanen ataupun permanen (Philip Kotler, 1997).

4. Konsumsi

Dalam istilah sehari-hari konsumsi dapat diartikan sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan, baik untuk kebutuhan makanan maupun kebutuhan non makanan. Konsumsi juga dapat diartikan sebagai kegiatan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan saat ini guna meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Konsumsi yaitu salah satu variabel makroekonomi yang dilambangkan dengan huruf "C" dan berasal dari bahasa Inggris yaitu *consumption*. Konsumsi mempunyai arti sebagai pembelanjaan atas barang-barang dan jasa-jasa yang dilakukan oleh rumah tangga atau seseorang dengan tujuan untuk memenuhi segala kebutuhan dari orang yang melakukan pembelanjaan tersebut. Pembelanjaan masyarakat atas makanan, pakaian, dan barang-barang kebutuhan mereka yang lain digolongkan pembelanjaan atau konsumsi. Sedangkan barang-barang yang diproduksi untuk digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya dinamakan barang konsumsi (Dumairy, 2004).

Menurut Mankiw (2013) konsumsi mempunyai arti sebagai pembelanjaan barang dan jasa oleh rumah tangga. Arti dari barang disini mencakup pembelanjaan rumah tangga untuk barang yang bertahan lama, seperti kendaraan dan perlengkapan-perengkapan rumah tangga, dan untuk barang yang tidak tahan lama contohnya seperti makanan dan pakaian. Sedangkan untuk arti dari jasa disini mencakup barang yang tidak berwujud konkret, misalnya seperti potong rambut dan perawatan kesehatan (N. Gregory Mankiw, Euston Quah, 2013). Selain itu pembelanjaan rumah tangga untuk pendidikan juga termasuk ke dalam konsumsi jasa.

Menurut Samuelson dan Nordhaus (2001), arti dari konsumsi yaitu pengeluaran yang dilakukan untuk memenuhi pembelian barang-barang dan jasa akhir guna untuk mendapatkan kepuasan ataupun memenuhi kebutuhannya. Konsumsi terbagi menjadi dua macam, yang pertama konsumsi rutin dan yang kedua konsumsi sementara. Konsumsi rutin mempunyai arti sebagai pengeluaran yang dilakukan

untuk pembelian barang dan jasa secara terus menerus yang dikeluarkan selama bertahun-tahun. Sedangkan arti konsumsi sementara yaitu setiap tambahan yang sifatnya tidak terduga terhadap konsumsi rutin. Dalam istilah sehari-hari konsumsi sering disebut sebagai pemenuhan akan makanan dan minuman. Konsumsi juga mempunyai pengertian yang lebih luas lagi yaitu barang dan jasa akhir yang dibutuhkan manusia untuk memenuhi kebutuhan manusia. Barang dan jasa yang dikonsumsi tersebut dapat dibedakan menjadi barang yang langsung habis dalam satu kali pakai dan barang yang dapat digunakan berkali-kali. Barang yang habis satu kali pakai jika tidak digunakan oleh seseorang, maka tidak dapat dipergunakan lagi oleh orang lain. Barang ini sifatnya tidak tahan lama atau habis dalam sekali pakai (W. D. N. dan P. A. Samuelson, 2001).

5. Teori Konsumsi

Pada tahun 1930, John Maynard Keynes mengemukakan sebuah pendapat mengenai teori konsumsi. Teori konsumsi tersebut yaitu jumlah konsumsi saat ini berhubungan langsung dengan pendapatan. Dari kedua variabel tersebut dapat dijelaskan mengenai fungsi konsumsi yang menggambarkan tingkat konsumsi pada berbagai pendapatan (Mankiw, 2006).

$$C = a + bY$$

Keterangan :

C = Konsumsi rumah tangga (agregat)

a = Konsumsi otonom (besarnya konsumsi ketika pendapatan nol)

b = MPC

Y = Disposable income

Dari fungsi konsumsi tersebut, Keynes membuat dugaan atau asumsi mengenai teori konsumsi, berikut asumsi-asumsi yang dibuat :

- a. Kecenderungan mengkonsumsi marginal merupakan jumlah yang dikonsumsi dari pendapatan yang diterima adalah antara nol dan satu. Dari asumsi tersebut dijelaskan jika pada saat pendapatan seseorang semakin tinggi maka akan semakin tinggi pula tingkat konsumsi dan tabungannya.
- b. Rasio konsumsi terhadap pendapatan, atau sering disebut dengan kecenderungan mengkonsumsi rata-rata turun ketika pendapatan naik karena

sebagian sisa dari pendapatannya dialokasikan untuk saving. Menurut Keynes, proporsi tabungan orang kaya akan berbeda dengan orang miskin. Orang kaya akan menabung dengan jumlah besar dibandingkan dengan orang miskin.

- c. Pendapatan adalah suatu determinasi konsumsi yang penting sedangkan tingkat bunga tidak mempunyai peran penting. Berdasarkan teori yang di jelaskan oleh Keynes dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat konsumsi seseorang sangat dipengaruhi oleh besarnya tingkat pendapatan. Pada seorang mahasiswa, pendapatan mereka berupa uang saku yang diperolehnya setiap bulan atau perminggu dari orang tua. Semakin tinggi uang saku yang diperoleh mahasiswa maka akan semakin tinggi pula pengeluaran konsumsinya (Mankiw, 2006).

Teori konsumsi menurut Ernest Engel pada tahun (1821-1896) menyatakan bahwa pada saat tingkat pendapatan meningkat maka proporsi pendapatan yang akan dihabiskan untuk membeli makanan akan berkurang. Hal tersebut berarti dalam hukum Engel menyatakan bahwa tingkat kesejahteraan seseorang dapat dikatakan membaik apabila perbandingan pengeluaran untuk konsumsi makanan cenderung semakin menurun dan sebaliknya konsumsi non makanan semakin meningkat. Ada beberapa faktor yang mengakibatkan pergeseran permintaan tingkat konsumsi tersebut diantaranya sebagai berikut :

- a. Tingkat pendapatan perkapita masyarakat.
- b. Cita rasa atau selera konsumen terhadap barang itu.
- c. Harga barang lain terutama barang pelengkap dan barang pengganti.
- d. Harapan atau perkiraan konsumen terhadap harga barang yang bersangkutan.

Klasifikasi mengenai permintaan barang konsumsi terdiri dari *Superior good* (barang mewah), *Inferior good* (barang bermutu rendah), dan *Normal good* (barang normal). Pengertian dari *Superior good* yaitu perubahan jumlah barang yang diminta lebih besar dari pada perubahan pendapatan konsumen. *Inferior good* yaitu barang yang apabila pendapatan konsumen bertambah maka jumlah barang yang diminta justru akan semakin berkurang. Dan *Normal good* adalah barang-barang yang sering kita lihat setiap hari pada umumnya seperti pakaian, makanan dan sebagainya (Sadono Sukirno, 2006).

Ada empat kesimpulan yang dirumuskan dalam penelitian Engel dan dikenal dengan hukum Engel yaitu sebagai berikut :

- a. Apabila pendapatan meningkat, maka persentase pengeluaran untuk konsumsi pangan semakin kecil.
- b. Apabila presentase pengeluaran dalam konsumsi pakaian relatif tetap dan tidak tergantung pada tingkat pendapatan.
- c. Presentase pengeluaran konsumusi untuk pengeluaran rumah relatif tetap dan tidak tergantung pada tingkat pendapatan.
- d. Apabila pendapatan meningkat, maka presentase pengeluaran untuk pendidikan, kesehatan, rekreasi, barang mewah, dan tabungan semakin meningkat.

6. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi

Dalam mengkonsumsi barang dan jasa manusia berusaha untuk memenuhi kebutuhannya semaksimal mungkin agar mencapai tingkat kemakmuran atau tingkat kesejahteraan. Tinggi rendahnya tingkat konsumsi seseorang atau masyarakat dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya faktor-faktor konsumsi menurut para ahli sebagai berikut.

Dalam buku Suparmoko (1999) ada beberapa variabel yang mempengaruhi konsumsi yaitu :

a. Selera

Diantara orang-orang yang berumur sama dan berpendapatan sama, beberapa orang dari mereka mengkonsumsi lebih banyak daripada yang lain. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan sikap dalam penghematan. Bila masyarakat mengubah sikap maka fungsi konsumsi agregat akan berubah.

b. Faktor Sosial Ekonomi

Faktor Sosial ekonomi misalnya : umur, pendidikan, pekerjaan dan keadaan keluarga. Biasanya pendapatan akan tinggi pada kelompok umur muda dan terus meninggi dan mencapai puncaknya pada umur tua. Demikian juga dengan pendapatan yang (ditabung) pada kelompok umur muda dan tengah adalah tinggi dan pada kelompok umur tua adalah rendah. Yang berarti bagian pendapatan yang

dikonsumsi relatif tinggi pada kelompok muda dan tua, tetapi rendah pada umur pertengahan. Dengan adanya perbedaan proporsi pendapatan untuk konsumsi diantara kelompok umur, maka naiknya umur rata-rata penduduk akan mengubah fungsi konsumsi agregat.

c. Kekayaan

Kekayaan secara eksplisif maupun implisif, sering dimasukkan dalam fungsi konsumsi agregat sebagai factor yang menentukan konsumsi. Menurut Friedman, Albert Ando dan Franco Modigliani dalam Hipotesis Pendapatan Permanen menyatakan bahwa kekayaan merupakan factor penting dalam menentukan konsumsi. Ahli Ekonomi yang lainnya juga menyatakan bahwa masuknya aktiva lancar juga sebagai komponen kekayaan sehingga aktiva lancar mewariskan peranan yang penting dalam menentukan konsumsi.

d. Keuntungan/kerugian kapital

Keuntungan kapital yaitu dengan naiknya hasil bersih dari kapital akan mendorong tambahnya konsumsi, sebaliknya dengan adanya kerugian kapital akan mengurangi konsumsi. Beberapa ahli ekonomi yang mengadakan penelitian mengenai hubungan antara keuntungan/kerugian kapital dan konsumsi menghasilkan kesimpulan yang berbeda.

e. Tingkat bunga

Ahli-ahli ekonomi menganggap bahwa konsumsi merupakan fungsi dari tingkat bunga, khususnya mereka percaya bahwa naiknya tingkat bunga mendorong tabungan dan mengurangi konsumsi. Namun ahli-ahli ekonomi sesudah klasik ragu-ragu pada dasar teori dan penelitian tersebut. Bunga Bank yang tinggi akan mengurangi tingkat konsumsi karena orang akan lebih tertarik untuk menabung di bank dengan bunga tetap tabungan atau deposito yang tinggi dibanding dengan membelanjakan banyak uang.

f. Tingkat harga

Sejauh ini dianggap bahwa konsumsi riil merupakan fungsi dari pendapatan riil. Oleh karena itu naiknya pendapatan nominal yang disertai dengan naiknya tingkat harga dengan proporsi yang sama tidak akan mengubah konsumsi riilnya walaupun

ada kenaikan pendapatan nominal dan tingkat harga secara proporsional, maka ia dinamakan bebas dari ilusi uang seperti halnya pendapat ekonomi klasik.

Selanjutnya, menurut Sadono Sukirno (2011) faktor penentu dalam kegiatan konsumsi adalah sebagai berikut :

a. Kekayaan yang telah terkumpul

Kekayaan dari tabungan yang telah terkumpul atau bisa juga harta warisan dari orang tuanya. Dalam keadaan seperti ini seseorang tersebut sudah tidak dapat terdorong atau termotivasi untuk menabung lebih banyak lagi, karena pendapatannya tersebut dapat digunakan untuk dikonsumsi di masa sekarang. Sebaliknya, untuk orang yang tidak memperoleh warisan mereka akan termotivasi untuk mengumpulkan kekayaan untuk memenuhi kebutuhannya di masa depan.

b. Suku Bunga

Suku bunga dapat diperoleh dari seseorang yang telah mempunyai tabungan. Masyarakat atau rumah tangga akan membuat lebih banyak tabungan apabila suku bunganya tinggi dengan alasan memperoleh pendapatan dari penabung. Apabila suku bunganya rendah mereka tidak akan menabung, karena mereka beranggapan bahwa mereka lebih baik melakukan pengeluaran konsumsi daripada menabung. Dengan demikian pada tingkat suku bunga yang rendah masyarakat cenderung akan menambah pengeluaran konsumsinya.

c. Sikap Berhemat

Setiap orang mempunyai sikap yang berbeda dilihat dari menabung ataupun mengkonsumsi. Ada orang yang tidak begitu menyukai berbelanja yang berlebihan dan lebih mementingkan untuk ditabung. Masyarakat yang seperti itu APC dan MPC nya adalah lebih rendah. Akan tetapi ada juga masyarakat yang mempunyai kecenderungan untuk mengkonsumsi yang tinggi, hal ini berarti APC dan MPC nya adalah tinggi.

d. Keadaan Perekonomian

Perekonomian yang tumbuh dengan teguh dan tidak ada pengangguran, masyarakat berkecenderungan melakukan pengeluaran yang lebih aktif. Mereka mempunyai kecenderungan belanja yang lebih banyak dan kecenderungan untuk menabung

kurang, akan tetapi dalam keadaan ini kegiatan perekonomiannya mengalami kelambatan untuk tingkat perkembangan. Tingkat pengangguran meningkat sehingga masyarakat lebih bersikap hati-hati dalam menggunakan uang dan pendapatannya.

e. **Distribusi Pendapatan**

Masyarakat yang distribusi pendapatannya tidak merata, lebih banyak tabungan yang diperoleh, masyarakat yang demikianlah sebagian pendapatan nasional dinikmati oleh segolongan kecil penduduk yang sangat kaya, dan golongan masyarakat ini memiliki kecenderungan untuk menabung yang tinggi, oleh karena itu mereka menciptakan tabungan sebanyak-banyaknya. Segolongan besar penduduk memiliki tingkat pendapatan yang hanya cukup untuk membiayai konsumsinya saja dan untuk tabungan adalah kecil. Masyarakat yang distribusi pendapatannya seimbang dan tingkat tabungan relatif sedikit karena mereka mempunyai tingkat konsumsi yang tinggi.

f. **Tersedia tidaknya dana pensiun yang mencukupi**

Di berbagai negara sudah dijalankan dana pensiun untuk pekerja yang sudah tua. Ada negara yang memberikan pensiun dengan jumlah yang cukup tinggi, apabila pendapatan dari pensiun jumlahnya besar, para pekerja tidak akan terdorong untuk melakukan tabungan yang banyak pada masa mereka bekerja. Hal ini menaikkan tingkat konsumsi. Sebaliknya, apabila pendapatan untuk dana pensiun sebagai jaminan hidup hari tua ini rendah atau tidak mencukupi, mereka akan cenderung menabung lebih banyak ketika mereka masih bekerja.

7. Pola Konsumsi

Pola konsumsi berasal dari kata pola dan konsumsi. Pola yaitu bentuk atau struktur sedangkan konsumsi merupakan pengeluaran yang dilakukan oleh seorang individu atau kelompok untuk pemakaian barang dan jasa hasil produksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Oleh sebab itu arti dari pola konsumsi ialah bentuk atau struktur pengeluaran oleh seorang individu maupun kelompok dalam rangka sebagai pemakaian barang dan jasa hasil produksi untuk pemenuhan kebutuhan. Dalam kegiatan konsumsi pola pengeluaran konsumsi untuk rumah tangga tidak

akan sama persis dengan rumah tangga yang lain. Namun terdapat perbedaan keteraturan dalam pengeluaran konsumsi secara umum. Pola pengeluaran ini disebut pola konsumsi karena konsumsi merupakan suatu bentuk atau struktur pengeluaran (N. W. D. dan P. A. Samuelson, 2004).

Samuelsoon dan Nordhaus (2004) telah menjelaskan mengenai keteraturan dalam pola konsumsi secara umum yang dilakukan oleh rumah tangga yaitu membelanjakan pendapatan mereka untuk kebutuhan hidupnya berupa makanan dan perumahan. Apabila pendapatan meningkat, tingkat pengeluaran untuk makanan juga akan meningkat. Namun akan ada batasan terhadap uang ekstra yang akan digunakan sebagai pengeluaran makanan ketika pendapatan tersebut naik. Oleh sebab itu ketika tingkat pendapatan semakin tinggi dan meningkat maka proporsi total pengeluaran yang dialokasikan untuk makanan akan mengalami penurunan dan untuk pengeluaran barang yang bersifat non makanan justru akan mengalami peningkatan seperti misalnya untuk membeli pakaian, hiburan ataupun barang-barang mewah lainnya (N. W. D. dan P. A. Samuelson, 2004).

8. Perilaku Konsumsen

Perilaku konsumen merupakan tindakan yang melibatkan langsung untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang dibuat. Sedangkan menurut Nugroho (2002), perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas masing-masing individu yang dilakukan dalam rangka evaluasi, mendapatkan, penggunaan, atau mengatur barang-barang dan jasa (Adi Nugroho, 2002).

Perilaku konsumtif yaitu merupakan suatu dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan konsumsi tanpa batas yang dilakukan dengan menggunakan faktor emosional dari pada rasional atau dengan kata lain mereka lebih mementingkan keinginannya dari pada kebutuhan. Perilaku konsumtif terjadi ketika seseorang melakukan konsumsi bukan atas dasar kebutuhan melainkan demi kepuasan ataupun kesenangan semata sehingga dapat mengakibatkan pengeluaran dana yang berlebih (Faturahmah, 2016).

Perilaku konsumen terhadap suatu barang tertentu dapat dianalisis dengan menggunakan teori nilai guna. Nilai guna (*Utility*) merupakan kepuasan yang diperoleh seseorang dalam mengonsumsi suatu barang tertentu. Konsumen diasumsikan bertujuan untuk memperoleh kepuasan dalam kegiatan konsumsi. Konsumen melakukan konsumsi karena dengan alasan memenuhi kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan yang terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi dengan sempurna. Keinginan terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika terpenuhi belum tentu meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia. Karena pada dasarnya manusia tidak punya rasa puas. Mereka akan terus mengikuti keinginannya.

B. Tinjauan Empiris

Tinjauan empiris merupakan tinjauan dari beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan atau referensi dan memiliki hubungan dengan penelitian sekarang.

Tabel 6. Tinjauan Empiris

No	Judul/Penulis Jurnal	Tujuan	Variabel/Metode	Hasil
1	Analisis Tingkat Elastisitas Permintaan dan Penawaran Ayam Potong Di Pasar Kota Langsa (Aroy Maulana, Fahriansah, & Nanda Safarinda, 2021)	Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah pertama: Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi harga ayam potong di pasar Kota Langsa, kedua: Untuk mengetahui elastisitas	Variabelnya meliputi harga ayam potong hari biasa, harga ayam potong hari besar keagamaan, jumlah permintaan ayam potong hari biasa dan jumlah permintaan ayam potong hari besar keagamaan. Data diolah dan dianalisis dengan menggunakan	Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran daging ayam potong di Kota Langsa adalah faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran

No	Judul/Penulis Jurnal	Tujuan	Variabel/Metode	Hasil
		<p>permintaan dan penawaran ayam potong di pasar Kota Langsa.</p>	<p>metode deskriptif analitis.</p>	<p>daging ayam potong di Kota Langsa adalah permintaan konsumen terhadap ayam potong pada saat hari keagamaan (idul fitri) lebih tinggi dibandingkan pada hari biasa, karena faktor harga tidak mempengaruhi jumlah permintaan ayam potong di pasar Kota Langsa. Adapun elastisitas permintaan dan penawaran ayam potong di pasar Kota Langsa termasuk ke dalam elastis karena harga ayam ras pedaging pada saat hari keagamaan (idul fitri) lebih tinggi</p>

No	Judul/Penulis Jurnal	Tujuan	Variabel/Metode	Hasil
				dibandingkan pada hari biasa.
2	Proyeksi Elastisitas Permintaan Telur Ayam Ras di Malang Raya (Nanang Febrianto dan Jaisy Aghniarahim Putritamara, 2017)	Untuk menganalisis faktor social ekonomi konsumen terhadap permintaan telur dan menganalisis elastisitas permintaan telur di Malang Raya.	Variabelnya meliputi harga telur ayam ras, pendapatan, jumlah keluarga, pendidikan, dan jenis kelamin. Metode penelitian dilakukan dengan survei. Analisis data menggunakan logaritma natural Cobb Douglass.	Hasilnya elastisitas harga terhadap permintaan telur ayam ras bersifat elastis dengan nilai -2,301. Nilai elastisitas pendapatan dari permintaan telur ayam adalah 0,285 artinya tidak elastis, maka telur ayam normal. Nilai elastisitas harga silang antara permintaan telur terhadap ikan bandeng adalah -2,289 yang berarti bandeng merupakan susbsitisi telur petelur.
3	Analisis Permintaan dan Pendugaan Struktur Pasar Usaha Perdagangan	Untuk mengetahui pengaruh antara variable harga daging sapi, harga barang	Variabelnya meliputi harga daging sapi, harga daging ayam, dan selera konsumen.	Hasilnya menunjukkan variabel harga daging sapi, harga barang lain, fan harga selera

No	Judul/Penulis Jurnal	Tujuan	Variabel/Metode	Hasil
	Daging Sapi di Kota Bandar Lampung (Muhiddin Sirat, Emi Maimunah, Utami Syifana Widyastuti, Ratna Ermawati, Muhammad Mirandy P.S., dan Deris Desmawan, 2021)	lain, dan selera konsumen terhadap jumlah permintaan daging sapi di Kota Bandar Lampung, dan untuk mengetahui struktur pasar industri perdagangan daging sapi di Kota Bandar Lampung.	Metode yang digunakan yaitu survei, dengan menganalisis data menggunakan model regresi linier dan analisis struktur pasar.	konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan daging sapi di Kota Bandar Lampung, dan struktur pasar usaha perdagangan daging sapi di Kota Bandar Lampung tergolong kedalam Pasar Persaingan Monopolistik.
4	Pola Konsumsi dan Permintaan Pangan Sumber Protein Hewani di Provinsi Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur (Esty Astriana Suryana, Drajat Martianto, dan Yayuk Farida Baliwati, 2019)	Untuk menganalisis partisipasi dan tingkat konsumsi pangan sumber protein hewani di provinsi NTB dan NTT, untuk menganalisis elastisitas permintaan beberapa	Variabelnya meliputi harga daging sapi, harga daging ayam, harga daging lainnya, dan harga telur. Metode yang digunakan analisis deskriptif, analisis permintaan dengan menggunakan model <i>Linear Aproximation/Almost Ideal Demand System</i> (LA/AIDS)	Hasilnya nilai elastisitas harga menunjukkan seluruh komoditi bersifat inelastis dan merupakan barang kebutuhan. Nilai elastisitas pendapatan untuk seluruh komoditas bersifat positif sehingga

No	Judul/Penulis Jurnal	Tujuan	Variabel/Metode	Hasil
		komoditas pangan sumber protein hewani di provinsi NTB dan NTT, serta melakukan proyeksi konsumsi komoditas pangan sumber protein hewani tersebut tahun 2020-2025.	dan proyeksi permintaan pangan sumber protein hewani.	merupakan kelompok barang normal. Hasil proyeksi menunjukkan konsumsi permintaan pangan hewani dalam periode tahun 2020-2025 terus meningkat seiring dengan pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan penduduk.
5	Analisis Elastistas Tiga Bahan Pangan Sumber Protein Hewani di Indonesia (Daru Wahyuni, Losina Purnastuti, dan Mustofa, 2016)	Untuk menganalisis perilaku permintaan rumah tangga atas tiga sumber protein hewani (ikan, daging sapi, dan daging ayam) dikaitkan dengan karakteristik rumah tangga yang berbeda dan menganalisis respon rumah	Variabelnya meliputi harga ikan, harga daging sapi, harga daging ayam, pengeluaran rumah tangga, wilayah geografi, dan jumlah anggota keluarga. Model yang digunakan untuk melakukan estimasi adalah model Almost Ideal Demand System (AIDS), dengan menggunakan data dari Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan secara parsial harga ikan, harga daging sapi, pengeluaran rumah tangga, wilayah geografi, dan jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap pangsa pengeluaran untuk produk ikan-ikanan, daging ayam, dan daging sapi.

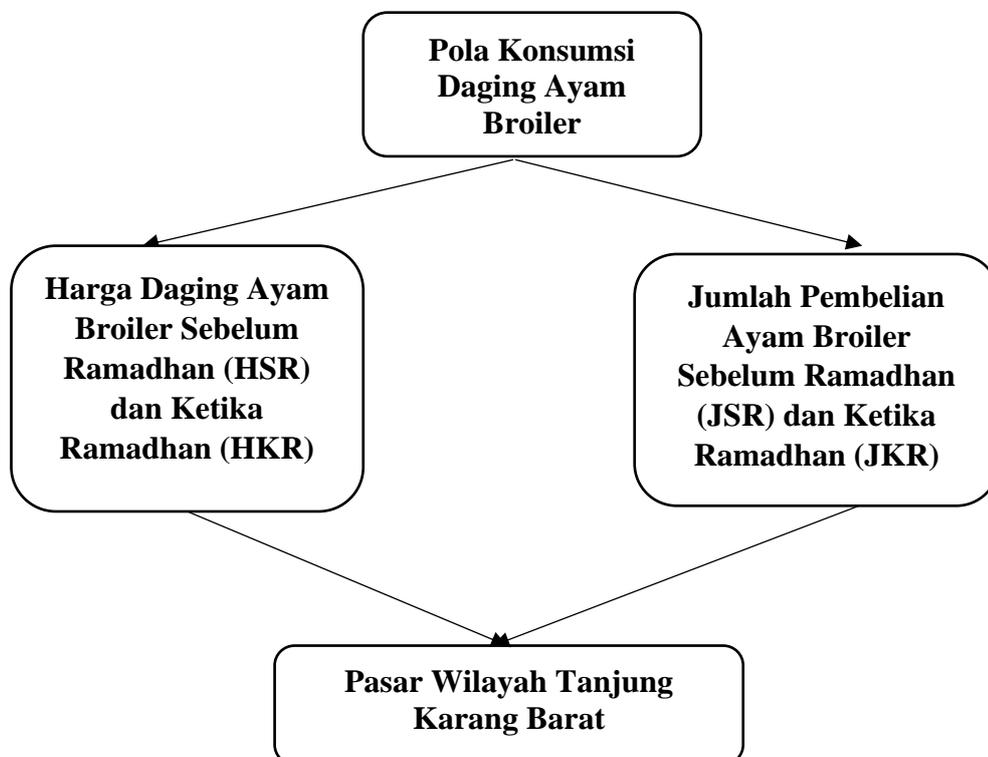
No	Judul/Penulis Jurnal	Tujuan	Variabel/Metode	Hasil
		tangga di Indonesia terhadap perubahan harga dan pendapatan pada konsumsi ketiga komoditas tersebut.	Family Life Survey gelombang 4 (IFLS 4).	Elastisitas permintaan harga permintaan untuk ikan, daging sapi, dan daging ayam masuk dalam kategori inelastis, elastisitas pendapatan untuk daging sapi dan daging ayam masuk kategori elastis, dan ikan mempunyai elastisitas pendapatan yang inelastis.
6	Elastisitas Permintaan Daging Ayam Broiler di Pasar Ganding Kabupaten Sumenep (B. Kurnadi, M.zali, & H. Saleh, 2022)	Untuk mengetahui elastisitas permintaan daging ayam broiler di pasar Ganding Sumenep.	Variabelnya adalah Harga daging ayam broiler dan Jumlah permintaan Daging ayam broiler. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dan metode survei dengan melibatkan 16 pedagang daging ayam broiler.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai elastisitas pedagang sebesar 0,314 sampai dengan 3,164 dengan rata rata nilai elastisitas sebesar 0,874 yang berarti kepekaan perubahan harga ditingkat peternak lebih kecil dari

No	Judul/Penulis Jurnal	Tujuan	Variabel/Metode	Hasil
				kepekaan perubahan harga ditingkat pedagang.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting jadi dengan demikian maka kerangka pemikiran adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan (Sugiyono, 2010).

Untuk memudahkan kegiatan penelitian yang akan dilakukan serta untuk memperjelas akar pemikiran dalam penelitian ini, berikut ini gambar kerangka pikir tersebut.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan gambar diatas, maka dapat dijelaskan bahwa merupakan objek dari penelitian ini dengan menggunakan 100 pedagang daging ayam broiler di beberapa pasar wilayah Tanjung Karang Barat kota Bandar Lampung sebagai sampel penelitian. Perubahan pola konsumsi daging ayam broiler terjadi apabila faktor-faktor yang mendukung, seperti harga daging ayam broiler dan jumlah permintaan daging ayam broiler, memiliki perubahan yang signifikan pada saat sebelum Ramadhan dan ketika Ramadhan.

D. Hipotesis

Berdasarkan tinjauan empiris dan kerangka pikir di atas, maka kita dapat menyusun hipotesis sebagai berikut :

1. Diduga jumlah pembelian daging ayam broiler memiliki perubahan yang signifikan pada saat sebelum Ramadhan dan ketika Ramadhan.
2. Diduga harga daging ayam broiler memiliki perubahan yang signifikan pada saat sebelum Ramadhan dan ketika Ramadhan.

III. METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah kajian mengenai Perubahan Pola Konsumsi Daging Ayam Broiler di Kota Bandar Lampung.

B. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yaitu dengan menggunakan perhitungan uji Beda (*independent sample t test*). Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variable atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variable lain (Sugiyono, 2003). Penelitian ini juga menggunakan metode penelitian survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari Pedagang daging ayam broiler di Pasar Kota Bandar Lampung serta data sekunder yang di dapat dari Badan Pusat Statistik dan sejenisnya. Dan dari individu seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisisioner yang dilakukan oleh peneliti.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai April tahun 2023 di beberapa pasar Wilayah Tanjung Karang Barat Bandar Lampung, pada sampel produsen daging Ayam Broiler.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi dan Sampel Wilayah

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009). Populasi dalam penelitian ini adalah industri perdagangan daging yang ada pada pasar di Kota

Bandar Lampung. Menurut data Dinas Koperasi, UKM, Departemen Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandar Lampung, jumlah pasar yang terdapat di Kota Bandar Lampung dibagi menjadi beberapa wilayah besar, antara lain :

- a. Wilayah Tanjung Karang Barat : Pasar Bawah, Pasar Tugu, Pasar Baru/SMEP, Pasar Pasir Gintung, Pasar Tamin, Pasar Koga, Pasar Labuhan Dalam, Pasar Wayhalim, Pasar Tempel Wayhalim, Pasar Tempel Cahaya dan Pasar Bambu Kuning.
- b. Wilayah Teluk : Pasar Gudang Lelang, Pasar Cimeng, Pasar Ambon, dan Pasar Kangkung.
- c. Wilayah Panjang : Pasar Panjang.
- d. Wilayah Kemiling : Pasar Tani dan Pasar Terminal Kemiling
- e. Wilayah Rajabasa : Pasar Raja Basa, Pasar Tempel Gotong Royong, Pasar Tempel Besi Tua, dan Pasar Terminal Rajabasa.
- f. Wilayah Sukarame : Pasar Kopri, Pasar Tempel Immanuel, Pasar Tempel Waydadi, dan Pasar Tempel Pulau Damar.
- g. Wilayah Tanjung Senang dan Labuhan Ratu : Pasar Untung, Pasar Pasar Way Kandis, dan Pasar Tempel Cahaya.

Berdasarkan pembagian pasar menurut wilayah maka peneliti memilih wilayah Tanjung Karang Barat sebagai wilayah dalam melakukan penelitian. Karena mempertimbangkan beberapa hal berikut, antara lain :

- a. Wilayah Tanjung Karang Barat memiliki jumlah pasar yang lebih banyak daripada wilayah lain.
- b. Wilayah Tanjung Karang Barat merupakan pusat perbelanjaan kebutuhan pokok terbesar di Kota Bandar Lampung.

2. Populasi dan Sampel Responden dalam Wilayah Penelitian (Tanjung Karang Barat)

Setelah peneliti melakukan Prasurevei yang dilakukan pada tanggal 15 dan 16 Maret 2023 maka peneliti mendapatkan jumlah pedagang daging sapi di Wilayah Tanjung Karang Barat. Berikut Jumlah Pedagang Daging di Wilayah Tanjung Karang Barat.

Tabel 7. Jumlah Pedagang Daging Ayam Broiler di Wilayah Tanjung Karang Barat.

No	Nama Pasar	Jumlah Pedagang
1	Pasar Bawah	1 Pedagang
2	Pasar Tugu	31 Pedagang
3	Pasar Baru/SMEP	34 Pedagang
4	Pasar Pasir Gintung	26 Pedagang
5	Pasar Tamin	6 Pedagang
6	Pasar Koga	7 Pedagang
7	Pasar Labuhan Dalam	2 Pedagang
8	Pasar Wayhalim	17 Pedagang
9	Pasar Tempel Wayhalim	7 Pedagang
10	Pasar Tempel Cahaya	2 Pedagang
11	Pasar Bambu Kuning	Tidak ada
Jumlah		133 Pedagang

Sumber : Hasil Survei, 2023

Berdasarkan Tabel 3.1 dapat dilihat bahwa populasi pedagang daging ayam broiler di Wilayah Tanjung Karang Barat sebanyak 133 Pedagang.

E. Penentuan Jumlah Sampel Pedagang Daging Ayam Broiler

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Tidak terdapat batasan tertentu mengenai berapa besar sampel yang diambil dari populasi, karena abash tidaknya sampel bukan terletak pada besar banyaknya sampel yang diambil tetapi terletak pada sifat dan karakteristik sampel, apakah mendekati populasi atau tidak (Sugiyono, 2010).

Untuk mengetahui ukuran sampel produsen telur ayam ras dalam penelitian dari populasi tersebut, peneliti menggunakan rumus Slovin, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan yang masih bisa di tolerir.

Dalam Penelitian ini diketahui N sebesar 133 pedagang daging ayam broiler dan e ditetapkan sebesar 5% (0,05). Jadi, jumlah minimal sampel yang akan diambil oleh peneliti adalah :

$$x = \frac{133}{1+(133 \times 0,05^2)} = \frac{133}{1,3325} = 99,81 = 100$$

Jadi, banyaknya sampel dalam penelitian ini sebesar 100 pedagang daging ayam broiler.

Teknik Pengambilan Sampel yang menggunakan *Simple Random Sampling* dengan alokasi proporsional untuk tiap pasar. Untuk menentukan besarnya sampel pada setiap kelas dilakukan dengan alokasi sampel berimbang atau proporsional agar sampel yang diambil lebih proporsional dengan menggunakan rumus :

$$ni = \frac{Ni}{N} \times n$$

Keterangan :

ni : Jumlah Sampel Tiap Pasar

Ni : Jumlah Pedagang Daging Ayam Broiler di Tiap Pasar

N : Jumlah Populasi

n : Jumlah Sampel

Tabel 8. Perhitungan Jumlah Sampel untuk Masing-masing Pasar

No	Nama Pasar	Jumlah Perhitungan Sampel	Jumlah Sampel Tiap Pasar
1	Pasar Bawah	$\frac{1}{133} \times 100 = 0,752$	1
2	Pasar Tugu	$\frac{31}{133} \times 100 = 23,308$	23
3	Pasar Baru/SMEP	$\frac{34}{133} \times 100 = 24,812$	25
4	Pasar Pasir Gintung	$\frac{26}{133} \times 100 = 19,548$	20
5	Pasar Tamin	$\frac{6}{133} \times 100 = 4,511$	5
6	Pasar Koga	$\frac{7}{133} \times 100 = 5,263$	5
7	Pasar Labuhan Dalam	$\frac{2}{133} \times 100 = 1,503$	2
8	Pasar Wayhalim	$\frac{17}{133} \times 100 = 12,781$	13
9	Pasar Tempel Wayhalim	$\frac{7}{133} \times 100 = 5,263$	5
10	Pasar Tempel Cahaya	$\frac{2}{133} \times 100 = 1,503$	1
11	Pasar Bambu Kuning	Tidak ada	0
Jumlah			100 Pedagang

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kekeliruan persepsi dalam menginterpretasikan masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Perubahan pola konsumsi adalah perubahan jumlah konsumsi daging ayam broiler sebelum Ramadhan dan ketika Ramadhan.
2. Harga daging Ayam Broiler (Rupiah) adalah harga dari masing-masing penjual pedagang daging ayam broiler pada saat sebelum Ramadhan dan ketika Ramadhan.
3. Jumlah pembelian daging ayam broiler pada saat sebelum Ramadhan dan ketika Ramadhan (Kg/bulan).

G. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Metode analisis dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan pendekatan komparatif, yang dilakukan dengan menjelaskan hasil perhitungan yang dilakukan dan menggambarkan keadaan obyek penelitian berdasarkan fakta yang tampak secara utuh.

2. Uji Normalitas (*One Sample Kolmogorov Smirnov*)

Model regresi yang baik harus memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi memerlukan normalitas pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variable penelitian. Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variable bebas/independen dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak (Sapriyal Manurung, Irfan, 2014).

Ketentuan yang harus dipenuhi jika melakukan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data yang digunakan dalam penelitian memiliki distribusi yang normal. Namun, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data yang digunakan tidak memiliki distribusi normal.

Hipotesis yang diajukan :

- H_0 : Data berdistribusi normal
- H_a : Data tidak berdistribusi normal

Kriteria dalam pengambilan keputusan :

- Jika sig. (p value) $< 0,05$ maka H_a diterima atau H_0 gagal diterima artinya data tidak terdistribusi normal.
- Jika sig. (p value) $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a gagal diterima artinya data berdistribusi normal.

3. Uji Beda *Independent Sample T-Test*

Independent Sample t-test merupakan uji parametrik yang digunakan untuk mengetahui adakah perbedaan mean (rata-rata) antara dua kelompok bebas atau dua kelompok yang tidak berpasangan dengan maksud bahwa kedua kelompok data berasal subjek yang berbeda. Uji ini bisa dilakukan dengan syarat data harus berasal dari grup berbeda, tipe data numerik, skala data interval atau rasio, data berdistribusi normal dan varian antara kedua kelompok harus sama.

Dalam pelaksanaan uji *Independent Sample T Test* untuk menganalisis kedua data yang berpasangan tersebut, dilakukan dengan menggunakan analisis uji melalui program *SPSS* versi *20 for windows*.

Hipotesis yang diajukan :

- H_0 : Jumlah pembelian dan harga daging ayam broiler sebelum ramadhan dan ketika ramadhan tidak memiliki perbedaan yang signifikan
- H_a : Jumlah pembelian dan harga daging ayam broiler sebelum ramadhan dan ketika ramadhan memiliki perbedaan yang signifikan

Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas :

- Jika Probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Jika Probabilitas $< 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari hasil dan pembahasan pada penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian, konsumsi daging ayam broiler yang terjadi di Kota Bandar Lampung meningkat ketika Ramadhan daripada saat sebelum Ramadhan. Hal ini disebabkan oleh adanya kebutuhan masyarakat yang meningkat dibandingkan dengan hari-hari biasa. Walaupun harga daging ayam broiler naik ketika Ramadhan, konsumsinya pun tidak berubah atau bahkan meningkat. Karena daging ayam merupakan salah satu lauk pauk yang digemari masyarakat, apalagi ketika Ramadhan banyak restoran, warung ataupun rumah tangga yang membeli lebih banyak guna memenuhi kebutuhan untuk berbuka puasa. Sehingga menyebabkan tingkat konsumsi ayam broiler menjadi meningkat walaupun harga juga naik.
2. Dari hasil uji normalitas data yang didapatkan memiliki nilai residual berdistribusi normal karena memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Dari hasil uji beda didapatkan bahwa jumlah pembelian dan harga daging ayam broiler memiliki perbedaan yang signifikan saat sebelum Ramadhan dan ketika Ramadhan dengan nilai Sig. (2 tailed) sebesar 0,000.

B. Saran

Berdasarkan pada hasil analisis dan kesimpulan yang berkaitan dengan penelitian ini, maka saran-saran yang dapat diajukan adalah :

1. Pedagang daging ayam Broiler di Pasar kota Bandar Lampung harus bisa menyesuaikan harga jual dengan harga yang ditetapkan pemerintah (HET), sehingga terjadinya pemerataan jumlah konsumen yang didapatkan.
2. Pemerintah disarankan untuk menindak tegas apabila ada produsen dan distributor yang memperlmainkan harga pasar atau menimbun barang. Pemerintah seharusnya melakukan operasi pasar saat bulan Ramadhan, seperti mengadakan pasar murah. Guna menjaga stabilitas harga kebutuhan pokok dan daya beli masyarakat, khususnya bahan pangan daging ayam broiler.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hakim. (2012). *Teori Ekonomika*. Jelajah Nusantara.
- Adi Nugroho. (2002). *Perilaku Konsumen*. Studia Press.
- Arsyad Azhar. (2013). *Media Pembelajaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). <https://www.bps.go.id>.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. (2022). *Pola Konsumsi Penduduk Provinsi Lampung*.
- Devi Nurfadila Fani & Annisa Rahmania Yulman. (2022). *Protein Hewani sebagai Zat Gizi Penting bagi Pertumbuhan Anak*. <https://rs.ui.ac.id/umum/berita-artikel/artikel-populer/protein-hewani-sebagai-zat-gizi-penting-bagi-pertumbuhan-anak>
- Dumairy. (2004). *Perekonomian Indonesia* (Cetakan Ke). Penerbit Erlangga.
- Istiqomah, N. (2021). Analisis Tingkat Permintaan Daging Ayam Ras (Broiler) Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Di Pasar Panarukan Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo). *Agribios*, 19(2), 60. <https://doi.org/10.36841/agribios.v19i2.1283>
- JBSB, C. (2008). *Gaya hidup dan penyakit modern*. Penerbit Kanisius.
- Kurnadi, B., Zali, M., & Saleh, H. (2022). Elastisitas Permintaan Daging Ayam Broiler di Pasar Ganding Kabupaten Sumenep. *Jurnal Peternakan Indonesia (Indonesian Journal of Animal Science)*, 24(1), 104–109. <https://doi.org/10.25077/jpi.24.1.104-109.2022>
- Lampung, D. K. P. (2018). *Sumber Protein*.
- Lampung, D. P. kota B. (n.d.). *Dinas Koperasi*.
- M. Rasyraf. (1996). *Manajemen*. Erlangga.
- Mankiw, N. G. (2006). *Pengantar Teori Ekonomi Makro* (Edisi Ketu). Salemba Empat.
- N. Gregory Mankiw, Euston Quah, & P. W. (2013). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Salemba Empat.

- Nurlela, Abdul Rahman, H. (2022). Pola Konsumsi Pada Bulan Ramadhan di Desa Mangepong Kecamatan Turatea Kabupaten Jeneponto. *Jurnal Kajian Sosial Dan Budaya*, 6(2), 11–18.
- Philip Kotler. (1997). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1). Prentice Hall.
- Prof. Dr. Nurimansyah Hasibuan. (1993). *Ekonomi Industri*. LP3ES.
- Rismayani. (1999). *Aplikasi Segmen Pasar dan Pemasaran*.
- Robert S. Smith, Ronald G., E. (2003). *Modern Labor Economics: Theorand Public Policy, Eight Edition*. Pearson Education Inc.
- Sadono Sukirno. (2006). *Makroekonomi Teori Pengantar* (Edisi Keti). PT. Raja Grafindo Persada.
- Samuelson, N. W. D. dan P. A. (2004). *Ilmu Makro-ekonomi* (Edisi Tuju). Penerbit Erlangga.
- Samuelson, W. D. N. dan P. A. (2001). *Ilmu Mikroekonomi* (Terjemahan). PT. Media Global Edukasi.
- Saprial Manurung, Irfan, A. J. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi* (F. Zulkarnain (Ed.); Cetakan Pe). UMSU Press.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhardjo. (1989). *Sossio Budaya Gizi Depdikbud* (Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi (Ed.)). PAU Pangan dan Gizi IPB.
- Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.