

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN AYAM ORGANIK PRODUKSI USAHA DAGANG RAHAYU AK DI KOTA PEKANBARU

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE DEMAND FOR ORGANIC CHICKEN PRODUCTION AT RAHAYU AK BUSINESS IN PEKANBARU CITY

RIKA SAFITRI^{1*}, JUM'ATRI YUSRI², ELIZA³

Program Studi Agribisnis, Jurusan Pertanian, Universitas Riau

*Email: yusrijumatri@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap ayam organik. Penelitian ini menggunakan metode survei. Populasi penelitian adalah konsumen ayam organik UD. Rahayu AK di Kota Pekanbaru. Responden penelitian adalah sampel yang diambil secara purposive sampling pada semua outlet penjualan ayam organik UD. Rahayu AK. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen ayam organik terkonsentrasi pada usia 36-55 tahun dengan rata-rata usia konsumen adalah 44 tahun, mayoritas berjenis kelamin perempuan, tingkat pendidikan terakhir suami dan istri adalah sarjana (S1), jenis pekerjaan suami terbanyak yaitu pegawai swasta dan untuk istri yaitu pengusaha/wiraswasta, memiliki rata-rata pendapatan rumah tangga sebesar Rp 9.057.806/ bulan dan mempunyai jumlah anggota keluarga 3-4 orang. Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi permintaan terhadap ayam organik di Kota Pekanbaru yaitu harga ayam organik, harga ayam broiler, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, dan lama pendidikan istri. Secara bersama-sama signifikan pengaruhnya secara statistik dengan nilai R^2 (adj) sebesar 0,822. Secara parsial variabel yang signifikan berpengaruh adalah pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, dan lama pendidikan istri dengan nilai koefisien elastisitas < 1 yaitu berturut-turut sebesar 0,251; 0,487; 0,424.

Kata kunci: Ayam Organik, Permintaan, Elastisitas.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence consumer demand for organic chicken. This study uses a survey method. The research population is organic chicken consumers UD. Rahayu AK in Pekanbaru City. Research respondents are samples taken by purposive sampling at all outlets selling organic chicken UD. Rahayu AK. Data analysis used multiple linear regression. The results showed that consumers of organic chicken were concentrated at the age of 36-55 years with the average age of consumers being 44 years, the majority were female, the husband and wife's last education level was undergraduate (S1), the husband's occupation was mostly private employees and for wife is a businessman/entrepreneur, has an average household income of Rp 9,057,806/month and has a family of 3-4 people. The factors that are thought to influence the demand for organic chicken in Pekanbaru City are the price of organic chicken, the price of broiler chickens, household income, number of family members, and the length of education of the wife. Together, the effect is statistically significant with an R^2 (adj) value of 0.822. Partially, the variables that have a significant effect are household income, number of family members, and wife's length of education with an elasticity coefficient of < 1 , which is 0.251; 0.487; 0.424.

Keywords: Organic Chicken, Demand, Elasticity.

PENDAHULUAN

Budaya hidup sehat dan kembali ke alam (*back to nature*) kini menjadi tren baru di masyarakat. Menyadari akan pentingnya kesehatan membuat pikiran masyarakat lebih terbuka untuk menghindari makanan yang mengandung bahan kimia. Persepsi masyarakat tentang bahaya kandungan zat kimia dalam makanan membuat masyarakat lebih selektif dalam memilih produk dikonsumsinya, sehingga masyarakat mulai beralih pada konsumsi pangan yang bersifat organik.

Pangan organik merupakan bahan pangan yang diproduksi dengan sesedikit mungkin atau bebas sama sekali dari unsur-unsur kimia berupa pupuk, pestisida, hormon, dan obat-obatan (Astawan, 2009). Salah satu pangan organik yang digunakan sebagai pemenuhan akan kebutuhan protein hewani adalah ayam organik. Salah satu produsen ayam dengan label organik di Kota Pekanbaru adalah UD. Rahayu AK yang sudah dijalankan sejak tahun 2012. Ayam organik menurut UD. Rahayu AK adalah ayam broiler yang dipelihara dengan pakan ayam biasa, namun tidak diberikan obat-obatan dan tidak divaksin. Ayam hanya diberikan suplemen jamu cair organik yang diracik sendiri oleh pemilik

UD. Rahayu AK dan sudah dilakukan pengujian pada laboratorium IPB.

Usaha ayam organik UD. Rahayu AK merupakan usaha yang sudah berjalan cukup lama dan merupakan salah satu produsen terbesar di Kota Pekanbaru. Jumlah produksi ayam organik UD. Rahayu AK setiap tahunnya mengalami peningkatan, pada tahun 2017 produksi ayam organik hanya sebesar 43.200 kg/tahun, namun pada tahun 2020 produksi ayam organik meningkat sebesar 72.000 kg/tahun. Meningkatnya jumlah produksi ayam organik setiap tahun memunculkan dugaan bahwa terjadinya peningkatan terhadap permintaan ayam organik di Kota Pekanbaru.

Namun, berdasarkan pengamatan di lapangan, diduga tingkat konsumsi ayam organik masih rendah dibandingkan tingkat konsumsi ayam broiler. Rendahnya tingkat konsumsi masyarakat terhadap ayam organik diduga karena harga ayam organik yang relatif lebih tinggi dibandingkan harga ayam broiler. Pada tahun 2020 harga ayam organik sebesar Rp 45.000/kg ayam hidup sedangkan harga ayam broiler sebesar Rp. 24.073/kg ayam hidup. Perbedaan harga yang relatif tinggi memunculkan dugaan bahwa pangsa pasar dari produk ini adalah konsumen dengan tingkat pendapatan menengah keatas.

Konsumen yang memiliki tingkat pendapatan yang lebih tinggi akan mampu untuk memenuhi kebutuhannya dengan lebih baik (Fazrina, 2013). Sehingga perkembangan konsumsi ayam organik masih sangat terbatas dan hanya dilakukan oleh lapisan masyarakat tertentu saja.

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1) mengetahui karakteristik konsumen ayam organik, 2) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap ayam organik, 3) menganalisis elastisitas permintaan konsumen terhadap ayam organik produksi rahayu AK di Kota Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada semua lokasi penjualan ayam organik UD. Rahayu AK. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Responden penelitian adalah sampel yang diambil secara *purposive sampling* pada semua outlet penjualan ayam organik UD. Rahayu AK. Kriteria yang digunakan adalah konsumen yang berbelanja daging ayam organik untuk dikonsumsi bukan dijual kembali, konsumen telah melakukan pembelian minimal satu kali, dan ayam organik yang dibeli dalam bentuk ayam

organik utuh yang sudah dipotong, dibersihkan dan dikemas.

Roscoe dalam Sugiyono (2016) menyatakan jika penelitian melakukan analisis multivariate (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah sampel minimal dalam penelitian adalah 10 kali dari jumlah variabel yang digunakan. Sehingga jumlah sampel minimal pada penelitian ini adalah $6 \times 10 = 60$ sampel. Jumlah sampel untuk setiap outlet diambil secara non proporsional berdasarkan jumlah penjualan ayam organik utuh kemasan yang dijual secara eceran setiap bulannya, dan didapatkan jumlah sampel pada penelitian ini adalah 62 sampel.

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian pertama adalah analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik konsumen ayam organik di Kota Pekanbaru seperti seperti umur konsumen, jenis kelamin konsumen, tingkat pendidikan konsumen, pekerjaan konsumen, pendapatan konsumen, dan jumlah anggota rumah tangga konsumen.

Tujuan penelitian kedua untuk menganalisis faktor-faktor permintaan ayam organik dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda (*multiple regression*). Fungsi yang dibuat pada model regresi linear berganda faktor-faktor

yang mempengaruhi permintaan ayam organik sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \mu$$

Dimana

Y = Jumlah permintaan ayam organik (kg/bulan)

a = Intersep

b = Koefisien regresi

X₁ = Harga ayam organik (Rp/ kg)

X₂ = Harga barang substitusi atau ayam broiler (Rp/ kg)

X₃ = Pendapatan keluarga (Rp/bulan)

X₄ = Jumlah anggota keluarga (orang)

X₅ = Pendidikan istri (tahun)

μ = Random error

Tujuan penelitian tiga untuk menganalisis elastisitas permintaan ayam organik dapat diketahui dengan melihat dari nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel bebasnya. Nilai elastisitas diperoleh dengan cara mengalikan koefisien b dengan X rata-rata dari masing-masing variabel dibagi dengan Y rata-rata yang didapatkan melalui rumus berikut:

$$E = b \cdot \frac{x}{y}$$

Keterangan:

E = Elastisitas permintaan

b = Koefisien regresi variabel

X = Rata-rata variabel x

Y = Permintaan rata-rata ayam organik

Dimana.

a. Kriteria elastisitas terhadap pengaruh harga (elastisitas harga) sebagai berikut:

1. Usia konsumen

Usia konsumen yang mengkonsumsi ayam organik bervariasi, mulai dari usia 26

- Elastis jika $E > 1$

- In-elastis jika $E \leq 1$

- Elastisitas uniter jika $E = 1$

- Elastis sempurna jika $E = \infty$

- In-elastis sempurna $E = 0$

b. Kriteria elastisitas silang sebagai berikut:

- Jika elastisitas bernilai positif, maka tergolong barang substitusi.

- Jika elastisitas bernilai negatif, maka tergolong barang komplementer.

c. Kriteria elastisitas pendapatan sebagai berikut:

- Jika elastisitas bernilai positif, maka tergolong dalam barang normal.

- Jika elastisitas bernilai negatif, maka tergolong barang inferior.

- Jika elastisitas bernilai lebih dari 1, maka tergolong barang mewah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen Ayam Organik

Karakteristik konsumen yang membeli ayam organik dibagi berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga.

sampai 60 tahun dengan rata-rata usia konsumen ayam organik adalah 44 tahun.

Tabel 1. Karakteristik berdasarkan Usia

Usia (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
26-30	3	4,84
31-35	4	6,45
36-40	10	16,13
41-45	18	29,03
46-50	13	20,97
51-55	9	14,52
56-60	5	8,06
Jumlah	62	100,00

Tabel 1 menunjukkan bahwa konsumen yang mengkonsumsi ayam organik sebagian besar terkonsentrasi pada kalangan usia 36-55 tahun, dengan jumlah konsumen terbanyak pada kalangan usia 41-45 tahun sebanyak 18 orang (29,03%) yang tergolong dalam usia dewasa. Hal ini memiliki kesamaan dengan karakteristik konsumen sayuran organik di Sidoarjo tahun 2013 yang menunjukkan bahwa konsumen yang mengkonsumsi sayuran organik merupakan golongan usia dewasa akhir dan lansia awal (Bentarjani, 2013)

2. Pendidikan

Tingkat pendidikan konsumen ayam terbanyak adalah sarjana (S1) dengan jumlah jumlah 35 orang (56,45%) untuk suami dan 32 orang atau 51,61% untuk istri.

Tabel 2. Karakteristik berdasarkan Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Suami	62	100,00
	a. SMA/SMK	9	14,52
	b. Diploma	3	4,84
	c. S1	35	56,45
	d. S2	14	22,58
	e. S3	1	1,61
2	Istri	62	100,00
	a. SMA/SMK	15	24,19

b. Diploma	5	8,06
c. S1	32	51,61
d. S2	8	12,9
e. S3	2	3,23

Hal ini wajar, karena sebagian besar masyarakat Kota Pekanbaru memiliki tingkat pendidikan S1. Sehingga saat pengambilan sampel di lapangan, banyak terambil sampel yang memiliki tingkat pendidikan S1. Hal ini memiliki kesamaan dengan karakteristik konsumen beras organik di Kota Pringsewu tahun 2016 yang menunjukkan bahwa 63,33% konsumen beras organik memiliki tingkat pendidikan terakhir yaitu S1 (Setiawan, 2016). Budiman (2014) menyatakan bahwa konsumen dengan pendidikan yang jauh lebih tinggi juga melihat lebih jauh terhadap keburukan dan resiko dalam mengkonsumsi produk.

3. Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan konsumen yang dipaparkan adalah pekerjaan suami dan istri dari konsumen ayam organik.

Tabel 3. Karakteristik berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Suami	62	100,00
	a) Wiraswasta/Pengusaha	19	30,65
	b) PNS/TNI/POLRI	9	14,52
	c) Pegawai Swasta	20	32,26
	d) Profesi (Dokter, Guru, Dosen)	12	19,35
	e) Tidak Bekerja	2	3,23
2	Istri	62	100,00
	a) Wiraswasta/Pengusaha	21	33,87
	b) PNS/TNI/POLRI	5	8,06
	c) Pegawai Swasta	6	9,68
	d) Profesi (Dokter, Guru, Dosen)	19	30,65
	e) Tidak Bekerja	11	17,74

Jenis pekerjaan yang paling banyak adalah pegawai swasta dengan jumlah 20 orang (32,26%) dan untuk istri berdasarkan jenis pekerjaan yang paling banyak adalah wiraswasta/pengusaha dengan jumlah 21 orang (33,87%). Pada kategori pekerjaan istri hanya 11 orang (17,74%) istri yang tidak bekerja sedangkan 51 orang (82,26%) merupakan istri yang bekerja. Istri yang bekerja akan meningkatkan pendapatan rumah tangganya. Amaliyah (2011) menyatakan bahwa dengan bertambahnya pendapatan, rumah tangga dapat membeli pangan yang baik dari segi kualitas dan kuantitasnya.

4. Pendapatan Rumah Tangga

Pendapatan rata-rata rumah tangga konsumen yang mengkonsumsi ayam organik adalah sebesar Rp 9.057.806/bulan dengan rentang pendapatan rumah tangga berkisar dari Rp 2.305.000 sampai dengan Rp 16.180.000.

Tabel 4. Karakteristik berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
< Rp 1.500.000	0	0
Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000	1	1,61
Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000	1	1,61
>Rp 3.500.000	60	96,77
Jumlah	62	100,00

Tabel 4 menunjukkan bahwa 60 orang (96,77%) memiliki pendapatan yang tergolong sangat tinggi yaitu lebih besar dari Rp 3.500.000. Hal ini memiliki kesamaan dengan karakteristik konsumen

untuk sawi caisim organik di Bandung tahun 2020 yang menyatakan 79% konsumen sawi caisim organik merupakan konsumen dengan tingkat pendapatan berkisar antara Rp 2.5000.000 sampai Rp 3.500.000 yang tergolong dalam tingkat pendapatan tinggi (Kunandang, 2020).

5. Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi proses keputusan pembelian.

Tabel 5. Karakteristik berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah Anggota Keluarga	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1-2	8	12,9
3-4	34	54,84
5-6	19	30,65
Lebih Dari 7	1	1,61
Jumlah	62	100,00

Konsumen ayam organik yang paling banyak melakukan pembelian ayam organik adalah konsumen yang memiliki jumlah anggota keluarga 3 sampai 4 orang yaitu sebanyak 34 orang (54,84%). Hal ini memiliki kesamaan dengan karakteristik konsumen untuk sayuran organik di Kota Palu tahun 2017 yang menunjukkan 60% dari keseluruhan konsumen sayuran organik memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 3 – 4 orang (Paradiba, 2017).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Terhadap Ayam Organik

Pendugaan pada faktor-faktor permintaan terhadap ayam organik menggunakan model regresi linear berganda. Pengolahan model regresi linear berganda ini menggunakan program *SPSS 24.0 for Windows*.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov smirnov. Jika nilai signifikansi lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$, maka model tidak melanggar asumsi normalitas.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov Test

Keterangan	N	Asymp. Sig (2-Tailed)
Unstandardized Residual Permintaan Ayam Organik	71	0.200

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji normalitas residual adalah 0,200. Hal ini menunjukkan bahwa $\text{sig } 0,200 > 0,05 \alpha$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pelanggaran asumsi normalitas pada model yang digunakan dalam penelitian

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara beberapa atau semua variabel yang dijelaskan dalam model regresi. Uji

multikolinearitas dideteksi dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF.

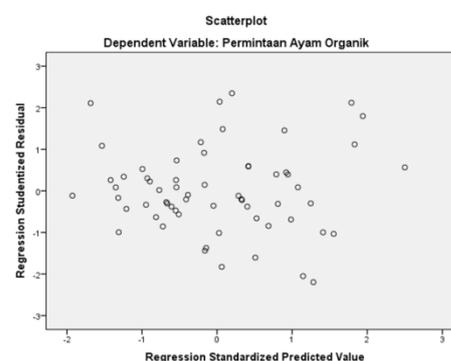
Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF
Harga ayam organik	0,781	1.281
Harga ayam broiler	0,716	1.397
Pendapatan	0,536	1.867
Jumlah anggota keluarga	0,495	2.020
Pendidikan	0,664	1.506

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas terbebas dari masalah multikolinearitas

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dianalisis dengan menggunakan grafik model regresi linear berganda. Syarat agar terbebas dari heteroskedastisitas adalah penyebaran tidak membentuk pola yang jelas, titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.



Gambar 1. Scatterplot

Gambar 1 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar diatas, dibawah, dan disekitar angka nol dan tidak membentuk

suatu pola, sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi berganda untuk penelitian terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Pengaruh Faktor-Faktor yang diduga Mempengaruhi Permintaan Konsumen terhadap Ayam Organik di Kota Pekanbaru

Penelitian ini menduga faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap ayam organik di Kota Pekanbaru

yaitu harga ayam organik (X_1), harga ayam broiler (X_2), pendapatan keluarga (X_3), jumlah anggota keluarga (X_4), pendidikan istri (X_5). Serta terdapat selera yang susah untuk diukur dan perkiraan harga dimasa mendatang yang bersifat agregat. Hasil analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan menggunakan software *SPSS 24.0* dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Permintaan Konsumen terhadap Ayam Organik di Kota Pekanbaru

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	T	Sig	Elastisitas
(Constant)	1,486	0,328	0,744	
Harga Ayam Organik (X_1)	-3,996E-5	-0,761	0,450	-0,301
Harga Ayam Broiler (X_2)	1,267E-5	1,516	0,135	0,026
Pendapatan (X_3)	2,411E-7	3,687	0,001	0,251
Jumlah Anggota Keluarga (X_4)	1,242	6,785	0,000	0,487
Pendidikan istri (X_5)	0,284	2,995	0,004	0,424
R^2 (Adj)	0,822			
F_{hitung}	57,202**			

Keterangan: * signifikan pada taraf 0,05

** signifikan pada taraf 0,01

Hasil analisis regresi linear berganda faktor-faktor yang diduga mempengaruhi permintaan ayam organik diperoleh *R-Square (adj)* sebesar 0,822 yang berarti 82,20% permintaan ayam organik ditentukan oleh variabel harga ayam organik (X_1), harga ayam broiler (X_2), pendapatan (X_3), jumlah anggota keluarga (X_4), dan pendidikan istri (X_5). Serta 17,80% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Nilai F_{hitung} sebesar 57,202 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai (α) 0,05. Artinya secara simultan

harga ayam organik, harga ayam broiler, pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan pendidikan istri berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam organik di Kota Pekanbaru.

Hasil nilai uji parsial dari analisis regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

1. Harga Ayam Organik (X_1)

Nilai signifikansi variabel harga ayam organik (X_1) yaitu 0,450 lebih besar dari nilai (α) 0,05 berarti secara parsial harga ayam organik tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam organik

(Ghozali, 2018). Elastisitas harga ayam organik sebesar $-0,301$ yang artinya kenaikan harga ayam organik rata-rata sebesar satu persen akan menurunkan jumlah permintaan ayam organik rata-rata sebesar $0,301$ persen (*ceteris paribus*) dan bersifat inelastis. Hal ini dikarenakan sebagian besar konsumen sudah menyadari pentingnya mengkonsumsi daging ayam yang terbebas dari residu kimia dan memiliki nilai gizi yang lebih tinggi, sehingga konsumen tidak akan merasa keberatan untuk membayar dengan harga yang lebih mahal. Hal ini berbeda dengan perilaku permintaan untuk beras organik di Surakarta tahun 2020 yang menyatakan harga beras organik berpengaruh nyata terhadap permintaan beras organik (Fitriah, 2020). Demikian juga dengan perilaku permintaan untuk sayuran organik di Palu tahun 2017 yang menyatakan bahwa harga sayuran organik berpengaruh nyata terhadap permintaan sayuran organik (Paradiba, 2017).

2. Harga Ayam Broiler (X_2)

Nilai signifikansi variabel harga ayam broiler (X_2) yaitu $0,135$ lebih besar dari nilai (α) $0,05$ berarti bahwa parsial harga ayam broiler tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam organik (Ghozali, 2018). Elastisitas silang dari

harga ayam broiler sebesar $0,026$ yang artinya kenaikan harga ayam broiler rata-rata sebesar satu persen akan meningkatkan jumlah permintaan ayam organik sebesar $0,026$ persen (*ceteris paribus*). Nilai elastisitas yang positif membuktikan bahwa ayam broiler merupakan barang substitusi dari ayam organik. Hal ini dikarenakan berdasarkan keadaan dilapangan 55% dari keseluruhan konsumen ayam organik sudah tidak lagi mengkonsumsi ayam broiler, sedangkan 45% responden yang masih mengkonsumsi ayam broiler beralasan bahwa mereka mengkonsumsi ayam broiler hanya sebagai selingan ketika daging ayam organik sedang tidak tersedia. Hal ini memiliki kesamaan dengan perilaku permintaan sayuran organik di Kota Pekanbaru tahun 2014 yang menyatakan bahwa harga sayuran non organik tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan sayuran organik (Silitonga dan Salman, 2014). Demikian juga dengan perilaku permintaan untuk sayuran organik di Kota Palu tahun 2017 yang menyatakan harga sayuran non organik tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan sayuran organik (Paradiba, 2017).

3. Pendapatan (X_3)

Nilai signifikansi variabel pendapatan (X_3) yaitu 0,001 lebih kecil dari nilai (α) 0,05 berarti secara parsial pendapatan berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam organik (Ghozali, 2018). Elastisitas pendapatan sebesar 0,215 yang artinya kenaikan pendapatan rata-rata sebesar satu persen akan meningkatkan jumlah permintaan ayam organik sebesar 0,215 persen (*ceteris paribus*). Nilai elastisitas yang positif menunjukkan bahwa ayam organik merupakan barang normal (*normal goods*). Hal ini dikarenakan mayoritas konsumen memiliki daya beli yang cukup tinggi, dilihat dari tingkat pendapatan mayoritas konsumen memiliki pendapatan \geq Rp 3.500.000, sehingga konsumen bisa melakukan pembelian terhadap ayam organik yang harganya lebih mahal dibandingkan dengan harga ayam broiler. Hal ini memiliki kesamaan dengan perilaku permintaan untuk sayuran organik di Kota Palu tahun 2017 yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh nyata terhadap permintaan sayuran organik (Paradiba, 2017). Demikian juga dengan perilaku permintaan untuk beras organik di Kota Surakarta tahun 2020 yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh nyata terhadap permintaan beras organik (Fitriah, 2020).

4. Jumlah Anggota Keluarga (X_4)

Nilai signifikansi variabel jumlah anggota keluarga (X_4) yaitu 0,000 lebih kecil dari nilai (α) 0,05 berarti secara parsial jumlah anggota keluarga berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam organik (Ghozali, 2018). Elastisitas jumlah anggota keluarga sebesar 0,487 yang artinya kenaikan jumlah anggota keluarga rata-rata sebesar satu persen akan meningkatkan jumlah permintaan ayam organik sebesar 0,487 persen (*ceteris paribus*) dan bersifat inelastis. Semakin banyak jumlah anggota keluarga maka akan semakin banyak juga jumlah daging ayam organik yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan keluarganya. Hal ini memiliki kesamaan dengan perilaku permintaan beras organik di Kota Medan tahun 2012 yang menyatakan bahwa jumlah anggota keluarga berpengaruh nyata terhadap permintaan beras organik (Risty, 2012). Demikian juga dengan perilaku permintaan untuk sayuran organik Kota Palu tahun 2017 yang menyatakan bahwa jumlah anggota keluarga berpengaruh nyata terhadap permintaan sayuran organik (Paradiba, 2017).

5. Pendidikan Istri (X_5)

Nilai signifikansi variabel pendidikan (X_5) yaitu 0,004 lebih kecil dari nilai (α) 0,05 berarti secara parsial pendidikan istri

berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam organik (Ghozali, 2018). Elastisitas pendidikan istri sebesar 0,426 yang artinya kenaikan tingkat pendidikan rata-rata sebesar satu persen akan meningkatkan jumlah permintaan ayam organik sebesar 0,426 persen (*ceteris paribus*) dan bersifat inelastis. Hal ini dikarenakan semakin baik pendidikan seorang istri, maka pengetahuan serta daya tangkap pemikirannya akan nilai gizi dan komposisi zat makanan yang dikonsumsi anggota keluarga. Sehingga istri yang berpendidikan tinggi memiliki wawasan serta kesadaran akan hidup sehat yang lebih baik dibandingkan istri dengan pendidikan yang lebih rendah. Hal ini sesuai dengan pernyataan Rusyanti *et al* (2010) yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan istri berpengaruh terhadap perbaikan dalam pola konsumsi pangan dan gizi rumah tangga. Namun berbeda dengan perilaku permintaan untuk sayuran organik di Pekanbaru tahun 2014 yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan tidak berkorelasi nyata dengan keputusan konsumen membeli dan mengkonsumsi produk organik (Silitonga dan Salman, 2014).

Berdasarkan hasil analisis parsial, diperoleh bahwa variabel yang berpengaruh nyata terhadap perilaku

permintaan ayam organik di Kota Pekanbaru adalah pendapatan (X_3), jumlah anggota keluarga (X_4), dan lamanya pendidikan istri (X_5). Sedangkan variabel harga ayam organik (X_1) dan harga ayam broiler (X_2) tidak berpengaruh nyata terhadap perilaku permintaan ayam organik di Kota Pekanbaru.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Konsumen ayam organik terkonsentrasi pada usia 36-55 tahun dengan rata-rata usia adalah 44 tahun, mayoritas berjenis kelamin perempuan, tingkat pendidikan terakhir suami dan istri adalah sarjana (S1), pekerjaan suami terbanyak yaitu pegawai swasta dan untuk istri yaitu pengusaha/wiraswasta, memiliki rata-rata pendapatan rumah tangga sebesar Rp 9.057.806/ bulan dan mempunyai jumlah anggota keluarga 3 - 4 orang.
2. Secara parsial variabel yang berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam organik adalah pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, dan pendidikan istri.
3. Nilai elastisitas harga ayam organik lebih kecil dari satu sehingga bersifat

inelastis. Elastisitas silang harga ayam broiler bernilai positif dan merupakan barang substitusi dari ayam organik. Elastisitas pendapatan bernilai positif dan merupakan barang normal. Elastisitas jumlah anggota keluarga bersifat inelastis. Elastisitas pendidikan istri bersifat inelastis.

Saran

1. Pelaku usaha sebaiknya membuat strategi agar harga ayam organik dapat ditekan lebih rendah dari harga yang dipasarkan untuk saat ini, sehingga pangsa pasar dari ayam organik dapat diperluas.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti kajian yang sama, agar dapat memasukkan beberapa variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap permintaan ayam organik.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, H. dan Sugiharti. (2011). Analisis hubungan proporsi pengeluaran dan konsumsi pangan dengan ketahanan pangan rumah tangga petani padi di Kabupaten Klaten. *SEPA*. 7(2).
- Astawan, M. (2009). *Khasiat Makanan Mentah Raw Food Diet*. Gramedia. Jakarta
- Budiman, J. A. (2014). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Madu di Kota Blitar. Universitas Brawijaya. Malang.
- Bentarjani, F. M. P. (2013). Analisis tipe perilaku konsumen sayuran organik di pasar swalayan Kabupaten Sidoarjo. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Fazrina. (2013). Hubungan karakteristik dan pengetahuan tentang lingkungan sehat dengan keputusan konsumen dalam membeli sayuran organik di carrefour plaza medan fair. *Jurnal Lingkungan dan Keselamatan Kerja*. 2 (3).
- Fitriah, D. (2020). Analisis permintaan beras organik di Kota Surakarta. *SEA*. 9(2).
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 24. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Kunandang, H. F. (2020). Preferensi masyarakat kompleks karang arum terhadap sawi caisim organik. Universitas Al-Ghifari. Bandung.
- Paradiba, D., M. M., & Lamusa, A. (2017). Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan sayuran organik di Kota palu. *AGROTEKBIS: E-JURNAL ILMU PERTANIAN*. 5(5): 564-571.
- Risty, C., Ikandarin, Rahmanta, dan Ginting. (2012). Elastisitas permintaan beras organik di Kota Medan. *Jurnal Pertanian*. Universitas Sumatra Utara.
- Rusyantia, A., Dwi H., dan Eka K. 2010. Kajian Ketahanan Pangan Rumah tangga Pedesaan Dalam Upaya Peningkatan Status Gizi Masyarakat di Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan* 10(3) : 171-184 2010.
- Silitonga, J., & Salman, S. (2014). Analisis permintaan konsumen terhadap sayuran organik di pasar modern Kota Pekanbaru. *Dinamika Pertanian*. 29(1): 79-86.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Kualitatif,dan R&D. Alfabeta.
Bandung.
Setiawan, A. (2016). Perilaku konsumen
dalam pembelian beras organik

produksi Kabupaten Pringsewu. *JIIA*.
4 (2).